

The Effect Of Underwriter Reputation, Company Size, and Company Value on 1 Day Initial Return (Empirical Study of Companies Carrying Out Initial Public Offerings (IPO) on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2020-2022 Period)

Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Ukuran Perusahaan, Dan Nilai Perusahaan Terhadap *Initial Return* 1 Hari (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022)

Faradis Akbar Azzuhru^{1*}, Eskasari Putri^{2*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

faradis.akbar@gmail.com¹, ep122@gmail.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of underwriter reputation, company size, and firm value on 1-day initial return. The sample in this study was 114 sample data. This research analysis method uses multiple regression. The results of this study indicate that underwriter reputation has no significant effect on initial return, company size has no significant effect on initial return, and firm value has a significant effect on initial return.

Keywords : *Reputasi Underwriter, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Initial return*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan terhadap *initial return* 1 hari. Sampel pada penelitian ini sebanyak 114 data sampel. Metode analisis Penelitian ini menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan reputasi *underwriter* tidak berpengaruh signifikan terhadap *initial return*, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *initial return*, dan nilai perusahaan berpengaruh terhadap *initial return*

Kata kunci : *Reputasi Underwriter, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Initial return*

1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan bisnis sangat cepat, persaingan juga semakin ketat, Keadaan ini sangat kompetitif. Banyak Perusahaan ingin berkembang dan ingin tumbuh. Akibatnya, perusahaan akan mengambil berbagai tindakan untuk tetap bertahan dan bahkan berkembang dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Saat ini perekonomian juga berubah dengan cepat, dan hal ini mengharuskan adanya pergeseran tujuan bisnis dari fokus awal pada keuntungan. Perusahaan yang dulunya hanya berfokus pada perolehan laba, kini berupaya memaksimalkan nilai perusahaan (Wiguna & Yadnyana, 2015). Perusahaan akan membutuhkan pendanaan yang signifikan karena mereka perlu mengumpulkan dana untuk mencapai ekspansi dan pengembangan yang diantisipasi, Semakin berkembangnya bisnis, semakin besar pula kebutuhan dana tambahan. Kini kondisi pasar modal semakin membaik sebagai akibat dari meningkatnya persaingan dunia usaha. Terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Dengan kondisi ini, banyak bisnis yang tumbuh untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan pendanaannya (Ary Syofian, 2021).

Menerbitkan saham baru perusahaan dapat meningkatkan modal dengan meningkatkan jumlah orang yang memiliki saham. Mekanisme partisipasi, yang biasanya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau kadang-kadang disebut

sebagai "go public", adalah salah satu sumber potensial dari pembiayaan luar untuk bisnis (Morina & Rahim, 2020). Pada proses menjadi publik, saham pertama kali dijual di pasar perdana, sebelum dipertukarkan di pasar sekunder. Saham-saham tersebut pada awalnya ditawarkan untuk dijual di pasar yang biasa disebut sebagai pasar perdana. Atau biasa kita sebut IPO (*Initial Public Offerin*). kejadian yang sering terjadi dimana harga saham di bursa pada hari pertama lebih besar dari harga saham di pasar perdana, ini biasa disebut *underpricing* fenomena yang sering terjadi setelah saham diperdagangkan di pasar sekunder. lebih besar dari harga saham yang ditawarkan pada saat penawaran umum perdana (IPO) di bursa pada hari pertama penutupan. Keuntungan awal yang diperoleh investor dikenal sebagai *initial return*. Alasan keuntungan ini adalah karena saham dijual dengan harga lebih murah di pasar sekunder dibandingkan harga saat penawaran umum perdana (IPO) di pasar utama. Harga saham perusahaan yang dijual di pasar sekunder lebih tinggi dari harga IPO (Putra, 2020). Underpricing adalah hal yang ingin dihindari oleh emiten karena mengindikasikan bahwa mereka tidak memanfaatkan kesempatan untuk meningkatkan modal selama penawaran perdana (Beatty, 1989).

Saham yang ditawarkan untuk pertama kalinya, umumnya dikenal sebagai penawaran umum. penjamin emisi terlibat dalam proses penjaminan emisi. Proses penjaminan emisi ini dikenal sebagai underwriter. Bersama emiten, penjamin emisi menentukan harga penawaran yang sesuai dan menjamin penjualan saham (Santoso & Wuryani, 2013). Dalam prosedur penawaran perdana, penjamin emisi sangat penting. penjamin emisi memiliki peran besar dalam menentukan layak atau tidaknya calon emiten untuk go public, meskipun masih ada prosedur-prosedur pendukung lainnya. penjamin emisi memainkan peran utama dalam keputusan perusahaan untuk go public dan menentukan harga saham. Investor mempertimbangkan juga reputasi penjamin emisi sebelum melakukan investasi (Putra, 2020).

Menurut Putra (2015) dalam Nursiam dan Rahayu (2019), analisis, investor, dan pemerintah sering kali memberikan perhatian yang lebih besar pada bisnis yang lebih besar. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi jumlah uang yang bersedia dikontribusikan oleh investor. Jumlah total uang yang akan dikontribusikan oleh investor. Dengan demikian, bisnis Saham akan diterbitkan dengan harga berdasarkan penawaran dan permintaan di pasar modal. Penawaran dan permintaan pasar modal. Ukuran sebuah perusahaan dapat menjadi indikator yang baik untuk membeli saham. Bisnis besar biasanya lebih dikenal oleh masyarakat luas, sehingga lebih mudah untuk mengakses informasi mengenai prospek bisnis berskala besar. Lebih mudah untuk mengetahui prospek masa depan bisnis berskala besar.

Nilai perusahaan, yang selalu dikaitkan dengan harga saham, adalah penilaian investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Harga saham yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan perusahaan serta kinerjanya saat ini, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan (Santoso & Wuryani, 2013) Nilai perusahaan adalah nilai dari kinerja bisnis saat ini dan potensinya di masa mendatang. Mengoptimalkan Nilai perusahaan sangat penting bagi operasi bisnis karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka akan meningkatkan kesejahteraan pemiliknya, Kesejahteraan pemilik bisnis akan dimaksimalkan oleh nilai perusahaan (Rangkuti et al, 2020).

2. Tinjauan Pustaka

Teori Asimetri

Menurut Daljono (2000), penjamin emisi memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai pasar modal dibandingkan emiten. Oleh karena itu, penjamin emisi kemudian menggunakan data tambahan ini untuk membuat konsensus mengenai harga IPO maksimal yaitu, jumlah yang dapat mengurangi risiko Karena kurangnya informasi emiten, harga , harga saham yang rendah akan dibayarkan kepada emiten untuk penawaran tersebut.

Teori Sinyal

Sumarsono (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki masa depan yang cerah akan secara sadar berkomunikasi dengan pasar untuk mendorong calon investor mengikutinya. Diharapkan calon investor bisa memilih mana perusahaan yang berkualitas tinggi dan yang berkualitas rendah dengan mengirimkan sinyal ke pasar. Bedakan antara perusahaan yang berkualitas tinggi dan yang tidak. Teori yang menjelaskan underpricing

Underpricing

Masalah utama yang muncul ketika sebuah perusahaan menawarkan sahamnya ke pasar modal untuk pertama kalinya adalah penentuan harga di pasar perdana. Di satu sisi, investor lama tidak setuju untuk menjual saham baru kepada calon investor dengan harga diskon. Di satu sisi, investor pemula ingin menjual saham baru dengan harga yang terjangkau bagi investor pemula, namun di sisi lain, investor juga berharap dapat merealisasikan capital gain ketika membeli saham di pasar perdana (Faulhaber, 1989). Minimnya informasi dari pihak investor berbeda dengan pihak underwriter yang mengetahui banyak informasi hal ini memunculkan ketidakseimbangan informasi (asimetri informasi).

IPO (Initial public offering)

Tindakan emiten (perusahaan yang akan go public) menawarkan saham atau sekuritas lainnya dikenal sebagai penawaran umum perdana (IPO). Dilakukan oleh emiten (perusahaan go public) untuk menawarkan saham atau efek untuk dijual kepada masyarakat umum. Penawaran umum perdana, juga disebut sebagai *go public*, adalah proses di mana sebuah perusahaan menjual saham pertamanya kepada masyarakat umum sesuai dengan prosedur yang ditentukan secara undang-undang (Arman, 2019). Umumnya seiring berkembang dan majunya perusahaan, perusahaan juga akan membutuhkan tambahan dana dan modal untuk kegiatan operasi dan ekspansi perusahaan agar bisa terus berjalan inti tujuan dari IPO ini untuk mendapatkan dana atau modal tambahan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan, menurut Seftianne (2011), merupakan karakteristik dari sebuah perusahaan dimana ukuran bisnis dievaluasi dari perspektif industri tempat bisnis tersebut beroperasi. Tingkat ketidakpastian saham dapat diperkirakan dari ukuran perusahaan. Bisnis berskala besar biasanya lebih dikenal oleh masyarakat umum, sehingga lebih mudah untuk mempelajari prospeknya. Perusahaan berskala besar dengan tingkat risiko investasi yang rendah dapat digunakan untuk menggambarkan skenario ini. Underpricing jangka panjang cenderung lebih jarang terjadi karena tingkat ketidakpastian perusahaan besar yang rendah, dan investor cenderung tidak mendapatkan keuntungan awal (Arman, 2019).

Initial Return

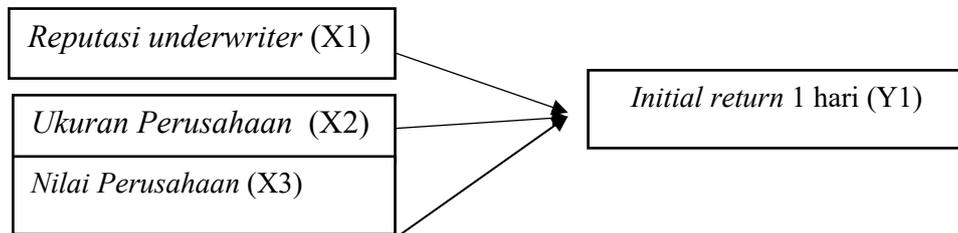
Keuntungan awal yang diperoleh investor dikenal sebagai initial return. Alasan keuntungan ini adalah karena saham dijual dengan harga lebih murah di pasar sekunder dibandingkan harga saat penawaran umum perdana (IPO) di pasar utama. Harga saham perusahaan yang dijual di pasar sekunder lebih tinggi dari harga IPO (Emilia et al., 2008). Istilah "*initial return*" mengacu pada keuntungan awal investor. Keuntungan ini adalah hasil dari saham yang dijual di pasar sekunder dengan harga lebih murah daripada harga saat penawaran umum perdana (IPO) di pasar primer. Harga saham perusahaan di pasar sekunder lebih tinggi dari harga penawaran umum perdana (IPO).

Nilai perusahaan

Jika sebuah perusahaan akan dijual, nilainya ditentukan oleh harga yang bersedia dibayar oleh calon investor. Nilai perusahaan sangat penting karena merepresentasikan

kinerjanya, yang mempengaruhi bagaimana investor memandang bisnis tersebut (Mujiyati, 2022). Nilai perusahaan yang sering diartikan sebagai harga saham dan yang akan menguntungkan investor jika harga saham perusahaan tinggi, dapat digunakan oleh investor sebagai dasar untuk menilai kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh reputasi *underwriter* terhadap initial return

Pihak yang menandatangani kontrak dengan perusahaan penerbit yang menerbitkan saham penawaran umum perdana (IPO) dengan catatan khusus yang dibebankan untuk membeli saham yang tidak terjual atau belum terjual adalah *underwriter*. Emiten yang bekerja sama dengan *underwriter* yang baik atau memiliki reputasi yang baik akan dapat memberikan informasi yang tidak diungkapkan dalam prediksi prospektus. Pada penelitian terdahulu (Tiara Morina dan Rida Rahim, 2020) mendapatkan hasil bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh positif dan signifikan terhadap initial return pada perusahaan yang melakukan kegiatan initial public offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia. Temuan menunjukkan bahwa investor akan lebih percaya pada suatu perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) ketika *underwriter* memiliki reputasi yang baik.

H1 : Reputasi *underwriter* berpengaruh positif terhadap Initial return

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap initial return

Ukuran perusahaan penerbit dapat digunakan untuk menganalisis ketidakpastian saham. Perusahaan yang lebih besar dianggap lebih mudah mencari investor daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan-perusahaan yang memenuhi kriteria skala kecil. Investor harus memutuskan apakah akan menanggung risiko ketidakpastian harga saham berdasarkan informasi yang diberikan kepada mereka.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Initial return

Pengaruh nilai perusahaan terhadap initial return

Nilai perusahaan ditentukan oleh bagaimana investor potensial dan investor saat ini memandang kinerja perusahaan, yang tercermin dari perubahan harga saham. pasar akan menilai kinerja perusahaan, dan kinerja yang kuat akan meningkatkan harga saham dengan meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan. Harga saham akan naik seiring dengan peningkatan saham. Sehingga Capital gain sebagai salah satu komponen return saham akan terpengaruh oleh kenaikan harga saham. Pada Penelitian terdahulu Putu Rendy Suryagung Ryadi (2014) mendapatkan hasil bahwa return saham berpengaruh signifikan terhadap return saham Nilai PBV yang tinggi mengindikasikan bahwa harga pasar suatu saham lebih besar daripada nilai buku per lembar saham. nilai buku per lembar saham (PBV) yang wajib dipublikasikan setiap tahun sebagai bagian dari data dasar perusahaan. data dasar tentang perusahaan yang perlu dipublikasikan setiap tahun, agar para investor dapat menentukan bisnis mana yang merupakan tempat terbaik bagi mereka untuk menaruh

uangnya. menginvestasikan atau menggunakan uang mereka untuk membeli saham yang akan memberikan hasil yang diharapkan.

H3: nilai perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *initial Return*

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2020-2022

Reputasi *underwriter*

Reputasi *underwriter* adalah penjamin emisi yang mempunyai nama baik berdasarkan 20 most active brokerage in total frequency. Penilaian reputasi ini diukur berdasarkan ranking *underwriter*. Pemingkatan *underwriter* menjadi dasar pengukuran penilaian ini. Peneliti mengurutkan *underwriter* yang masuk dalam sepuluh besar dengan diberi nilai 1 dan di luar 10 besar dengan diberi nilai 0 dengan menggunakan variabel dummy. *underwriter* yang ada di 10 besar telah dicatat dan dipublikasikan di 20 most active brokerage house

Ukuran Perusahaan

Aset perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa data tidak diasumsikan normal ketika menggunakan nilai aset yang sebenarnya.

FSIZE = Ln (Total Aset)

FSIZE merupakan nilai ukuran perusahaan, Ln merupakan logaritma natural, dan Total Aset adalah nilai kekayaan perusahaan pada tahun penelitian

Nilai perusahaan

Dalam penelitian ini, PBV berfungsi sebagai pengganti nilai perusahaan. PBV membandingkan kinerja harga pasar saham dengan nilai bukunya. PBV menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan nilai untuk dirinya sendiri.

$$\text{PBV} = \frac{\text{harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Initial return

Initial return adalah keuntungan dari pemegang saham didapat dari selisih dari harga saham yang dibeli dipasar perdana lebih kecil dari dipasar sekunder cara perhitungan initial return sebagai berikut;

$$\text{IR} = \frac{\text{H1}-\text{H0}}{\text{H0}}$$

IR = Initial return

H1 = Harga saham hari ke 1 penutupan (closing price) di Pasar sekunder.

H0 = Harga saham pada penawaran perdana (offering price).

4. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Reputasi Underwriter	114	,00	1,00	,1140	,31926
Ukuran Perusahaan	114	22,60	29,74	26,5351	1,38369
Nilai Perusahaan	114	,69	4,44	2,1474	,84871
Initial return	114	-,10	,70	,2608	,18425

Sumber : Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel 1 diatas variabel dependen initial return memiliki rata rata 0,2608 dengan standar deviasi 0,18425. Nilai minimum -,010 dan nilai maksimal 0,70. Variabel independen reputasi underwriter memiliki rata rata sebesar 0,1140. Variabel independen ukuran perusahaan memiliki rata rata sebesar 26,5351. Variabel independen nilai perusahaan memiliki rata rata sebesar 2,1474

Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah variabel dependen dan independen terdistribusi secara normal (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini, pengujian didasarkan pada *central limit theorem*, menurut (Rahmadani et al., 2021) yang menyatakan bahwa jika jumlah sampel besar ($n > 30$), maka distribusi sampel akan mendekati normal. Hasilnya, meskipun hasil pengujian menunjukkan bahwa beberapa data tidak terdistribusi secara normal, namun data tersebut tetap dianggap normal karena jumlah sampel dalam penelitian ini lebih dari 30 ($n > 30$ dengan *central limit theorem*)

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Colieanarity Statistics	
	Tolerance	VIF
Reputasi Underwriter	,995	1,005
Ukuran perusahaan	,817	1,224
Nilai Perusahaan	,821	1,219

Sumber : Data Olahan, 2024

Pengujian digunakan dengan memeriksa nilai VIF dan tolerance masing-masing variabel independen guna mengidentifikasi adanya gejala multikolinieritas dalam model persamaan regresi berganda. Regresi non-multikolinieritas jika tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.(tailed)
Reputasi Underwriter	,262
Ukuran Perusahaan	,667
Nilai perusahaan	,657

Sumber : Data Olahan, 2024

Hasil dari pengujian didapatkan seluruh variabel independen memiliki nilai $> 0,05$ maka dapat dipastikan tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel. 4 Uji Autokolerasi

Runs Test	
Sig.(tailed)	,090

Sumber : Data Olahan, 2024

Bersumber dari tabel 4 didapatkan nilai signifikansi $0,090 > 0,05$ bisa disimpulkan data tidak memiliki masalah autokolerasi

Tabel 5. Uji Analisis Regresi

Variabel	Unstandardzed Coefficients Beta	Std.Error	Standardized Coefficients Beta
(Constant)	,277	,376	
Reputasi underwriter	,068	,052	,117
Ukuran perusahaan	,004	,013	,029
Nilai perusahaan	-,059	,022	-,272

Bersumber dari tabel 5 hasil persamaan regresi atau analisis regresi linear berganda penelitian ini menjadi $IR = 0,277 + 0,068 + 0,004 - 0,059 + \epsilon$

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,312	,098	0,73	,17740

Sumber : Data Olahan, 2024

Berdasarkan hasil pengujian di atas, menunjukkan hasil 0,073, atau 7,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki dampak 7,3% terhadap *Initial Return*, sementara variabel lain di luar persamaan regresi memiliki pengaruh 93,7%

Tabel 7. Uji Statistik F

F	Sig.(tailed)
3,967	,010

Sumber : Data Olahan, 2024

Berdasarkan hasil di atas Uji F menunjukkan bahwa nilai F 3,967 dan nilai signifikansi 0,010 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Reputasi *Underwriter*, Ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan yang efektif semuanya berdampak pada *Initial return*

Tabel 8. Uji T

Variabel	Hasil Uji	
	t	sig.
Reputasi Underwriter	1,294	,198
Ukuran perusahaan	,291	,772
Nilai Perusahaan	-2,718	,008

Sumber : Data Olahan, 2024

Pengaruh Reputasi Underwriter terhadap *Initial return*

Pada pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel reputasi *underwriter* sebesar 0,198 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa reputasi *underwriter* tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap *initial return* dan karenanya menolak hipotesis. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Santoso & Wuryani, 2013). Saat melakukan investasi, investor tidak mempertimbangkan reputasi *underwriter*. Karena selama IPO, *underwriter* dianggap memiliki kekuatan untuk menaikkan atau menurunkan harga saham emiten. Dengan adanya *Underpricing* pada saham-saham terkait IPO dapat berarti bahwa emiten menawarkan sahamnya pada harga serendah mungkin untuk melindungi *underwriter* dari kemungkinan saham tidak habis terjual.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *initial return*

Pada pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,772 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *initial return* dan karenanya menolak hipotesis. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian pada (Morina & Rahim, 2020) Dibandingkan dengan perusahaan kecil, perusahaan besar memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi perusahaan mereka. Hal ini membuat menarik investor lebih banyak karena informasi perusahaan yang diberikan dan juga hal ini dimanfaatkan penjamin emisi untuk menaikkan tingkat *underpricing*

Pengaruh Nilai Perusahaan terhadap *initial return*

Pada pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa nilai perusahaan memiliki pengaruh terhadap *initial return* dan karenanya menerima hipotesis. Saat akan membeli saham perdana kita akan mengetahui harga saham

tersebut dari harga saham yang ditawarkan, disini nilai perusahaan menjadi salah satu alat ukur untuk menentukan kewajaran harga saham tersebut

5. Penutup

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan. Pengujian hipotesis pertama Reputasi *underwriter* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *initial return*. Hal ini menjadikan Semua perusahaan merasa relatif mudah untuk menggunakan *underwriter* yang untuk melakukan IPO, oleh karena itu bagi investor dapat membedakan antara bisnis yang baik dan buruk dengan hanya berfokus pada penjamin emisi yang melakukan IPO. Hasil pengujian hipotesis kedua Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *initial return*. Dikarenakan Investor lebih menekankan pada kinerja operasional perusahaan daripada pada besarnya aset. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak menjamin kinerja yang baik. Hasil pengujian hipotesis ketiga Nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *initial return*. Diakarenakan nilai perusahaan digunakan sebagai salah satu alat ukur perusahaan untuk mengetahui nilai wajar sebuah saham

Daftar Pustaka

- Allen, Franklin & Gerald R. Faulhaber. 1989. Signaling by Underpricing in the IPO Market. *Journal of Financial Economics* 23 Pp. 303-323.
- Arman, A. (2019). Pengaruh Umur dan Ukuran Perusahaan, Reputasi Underwriter, dan Return on Equity Terhadap Tingkat Underpricing Saham di Bursa Efek Indonesia. *Pekan Ilmiah Dosen FEB- UKSW*, 107-120.
- Chrisnanda, W. A., & Raharja, S. (2023). *Pengaruh Reputasi Underwriter, Return on Equity, dan Umur Perusahaan Terhadap Underpricing (Studi Pada Perusahaan Yang Teregistrasi di BEI Tahun 208-2021)*. 9(03), 4329-4339.
- Emilia, E., Sulaiman, L., & Sembel, R. (2008). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Initial Return 1 Hari, Return 1 bulan, dan Pengaruh Terhadap Return 1 Tahun Setelah IPO. *Journal of Applied Finance & Accounting*, 1(1), 116-140. <https://doi.org/10.21512/jafa.v1i1.119>
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (7th ed.). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Morina, T., & Rahim, R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Initial Return Pada Initial Public Offering (IPO). *Menara Ilmu*, 14(02), 146-157. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/1891>
- Putra, K. M. S. (2020). Pengaruh Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor dan Ukuran Perusahaan Terhadap Underpricing Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(2), 1-14.
- Rahmadani, K., Darlis, E., & Kurnia, P. (2021). Pengungkapan Lingkungan Perusahaan: Ditinjau Dari Manajemen Laba Dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan Yang Baik. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(1), 94-107. <https://doi.org/10.31258/jc.2.1.94-107>
- Santoso, E., & Wuryani, E. N. I. (2013). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Reputasi Underwriter dan Reputasi Auditor Terhadap Initial Return. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(4), 1130-1141.
- Syofian, A., & Sebrina, N. (2021). Pengaruh Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Underpricing Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (IPO) di BEI. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(1), 137-152. <https://doi.org/10.24036/jea.v3i1.331>
- Wiguna, I. G. N. H., & Yadnyana, K. (2015). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Initial Return Pada Penawaran Saham Perdana. *Ekonomi Dan Bisnis*, 4, 26.