

REPUTASI *UNDERWRITER*, PRESENTASE SAHAM YANG DI TAWARKAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP *UNDERPRICING* PADA SAAT *INITIAL PUBLIC OFFERING*

Elan Kurniawan¹, Putri Novianti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah
elan.feb@uia.ac.id; Putrinoviantii1999@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of underwriter reputation, percentage of shares offered, profitability on underpricing. The population in this study are companies that conduct initial public offerings and experience underpricing on the Indonesian stock exchange for the 2018-2020 period. The samples in this study were taken using a purposive sampling method with certain criteria. Based on the criteria that have been set, the sample used is a sample of 140 companies. The analytical method used is Descriptive Statistics, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination Test, and Hypothesis Testing using an analytical tool in the form of SPSS. The results of this study indicate that: underwriter reputation has a negative effect on underpricing, the percentage of shares offered has a positive effect on underpricing, profitability has a positive effect on underpricing.

Keywords: Underwriter's Reputation, Percentage of Shares Offered, Profitability, Underpricing.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter*, presentase saham yang ditawarkan, profitabilitas terhadap *underpricing*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan penawaran saham perdana dan mengalami *underpricing* di bursa efek indonesiaa periode 2018-2020. Sampel pada penelitian ini di ambil menggunakan metode *purposive sampling* sengan kriteria tertentu. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan maka sampel yang digunakan sejumlah 140 sampel perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah Statistika Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan alat analisis berupa SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, presentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing*, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *underpricing*.

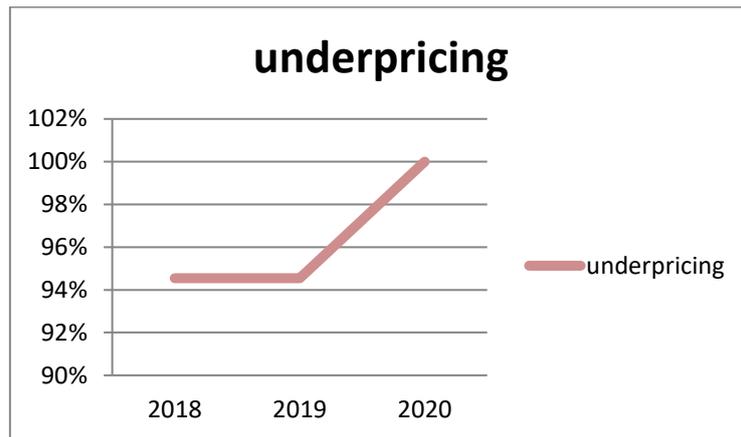
Kata Kunci: Reputasi Underwriter, Presentase Saham yang Ditawarkan, Profitabilitas, Underpricing.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis modern saat ini membuat perusahaan untuk selalu berkembang dan berdaya saing agar tetap bertahan. Salah satu usaha untuk melakukan itu adalah dengan melakukan ekspansi atau memperoleh modal tambahan Salah satunya dengan pendanaan dari luar perusahaan melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau sering dikenal dengan *go public*. Penentuan harga saham pada IPO sangat sulit dilakukan karena tidak ada harga pasar sebelumnya yang dapat

dijadikan sebagai acuan untuk menetapkan besarnya penawaran. Harga saham dari perusahaan yang melakukan IPO sebelumnya belum pernah tercatat di lantai bursa oleh karena itu *underwriter* akan menanggung segala resiko untuk menjual saham ini. Kondisi ini mendorong *underwriter* cenderung akan menjual saham tersebut dengan harga yang lebih murah untuk mengurangi resiko yang ditanggungnya. Apabila harga saham pada saat IPO lebih rendah dibandingkan dengan harga yang terjadi di pasar sekunder dihari pertama, maka terjadi *underpricing*

Presentase tingkat *underpricing* pada saat IPO (*Initial Public Offering*)



Sumber: data yang diolah (2021)

Dari gambar tersebut menunjukkan terdapat indikasi yang kuat bahwa sebagian perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia masih mengalami fenomena *underpricing*.

Fenomena *underpricing* tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh perusahaan atau emiten tidak maksimal padahal tujuan dari penghimpunan dana IPO tersebut adalah untuk mendapatkan modal jangka panjang yang akan berguna untuk mengembangkan perusahaan, membayar hutang dan tujuan lainnya. Salah satu faktor terjadinya *Underpricing* karena muncul adanya asimetri informasi dimana penjamin emisi berada pada posisi yang memiliki informasi lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan emiten dan investor. Masalah asimetri informasi dapat dikurangi dengan mendistribusikan informasi yang sama kepada pihak-pihak pembentuk harga penawaran saham perdana tersebut berupa prospektus dan laporan keuangan yang dibutuhkan.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* yaitu reputasi *underwriter*, presentase saham yang ditawarkan dan profitabilitas. Faktor pertama mengenai *underpricing* yaitu reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. *underwriter* yang memiliki reputasi baik dan pengalaman sebelumnya akan memberikan estimasi yang baik pula dalam menaksir harga saham perdana sehingga kemampuan tersebut akan mendekati kondisi yang diharapkan oleh pasar (Dimas wicaksono, 2020). Faktor yang ke dua adalah presentase berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham yang ditawarkan, semakin besar presentase saham yang ditawarkan kepada masyarakat maka tingkat ketidakpastiannya akan menjadi semakin besar serta harga penawaran perdana yang disepakati oleh emiten dan penjamin emisi juga akan menjadi lebih rendah (Rianttara dan gusti, 2020). Faktor yang ke tiga adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *underpricing*. besar kecilnya saham

yang ditawarkan kepada publik belum bisa menjelaskan prospek dan kondisi perusahaan di masa mendatang dapat menilai bahwa *return* saham yang akan diperoleh di masa depan akan baik (Dimas Wicaksono, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Presentase Saham yang Ditawarkan dan Profitabilitas terhadap *Underpricing* (Studi Empiris pada Perusahaan yang Melakukan Penawaran Saham Perdana dan Mengalami *Underpricing* Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, maka perumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah Reputasi *Underwriter* berpengaruh terhadap *Underpricing*?
2. Apakah Presentase Penawaran Saham berpengaruh terhadap *Underpricing*?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Underpricing*?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara presentase penawaran saham terhadap *underpricing*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara profitabilitas terhadap *underpricing*.

TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

Teori Asimetri Informasi (*Asymmetric Information Theory*)

Menurut Arniwita (2021:23) Manajer, sebagai pengelola perusahaan, lebih memahami internal perusahaan dan prospek masa depan lebih baik dari pada pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu, sebagai manajer, manajer berkewajiban memberi isyarat kepada pemilik tentang keadaan perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilengkapi dengan pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan maupun non keuangan.

Pasar Modal

Pasar modal menurut Edwin (2016:2) adalah pasar dari berbagai instrumen keuangan dalam jangka panjang (>1 tahun) yang bisa dijualbelikan. Pasar modal memperdagangkan berbagai jenis efek bersifat utang seperti obligasi dan sukuk, serta yang bersifat ekuitas yaitu saham dari suatu perusahaan terbuka (Tbk).

Penawaran Umum Perdana/*Initial Public Offering* (IPO)

Menurut Fahmi (2015:43) *go public* diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjual sahamnya ke publik dan siap untuk dinilai oleh publik secara terbuka. Untuk perusahaan yang baru pertama kali melakukan *go public* disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*).

Underpricing

Menurut Manurung (2013:18), *underpricing* ialah kondisi pada saat harga di pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga penutupan pada hari pertama perusahaan melakukan IPO atau pada saat dijual di pasar sekunder. Fenomena *underpricing* sangat dihindari perusahaan, khususnya ketika akan melakukan penawaran saham perdana karena akan merugikan perusahaan. Sedangkan menurut Edwin (2016:22) terdapat istilah *underpricing* adalah suatu kondisi di mana terdapat selisih positif *return* antara harga saham di pasar sekunder ketika saham IPO tersebut diperdagangkan dengan harga saham yang ditawarkan pada pasar perdana.

Reputasi *Underwriter*

Underwriter menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 adalah pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan Penawaran Umum bagi kepentingan emiten dengan atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual. Menurut Hendy (2013:24) *Underwriter* merupakan salah satu unit usaha dari sebuah perusahaan efek yang membantu dan melakukan penjaminan atas emisi baik saham maupun obligasi.

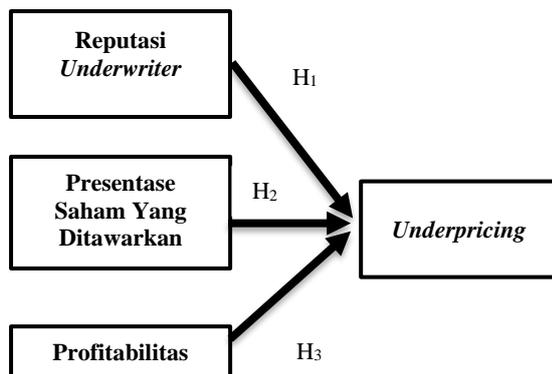
Presentase Saham Yang Ditawarkan

Menurut Pahlevi (2014) dalam Rianttara dan I Gusti Agung (2020), mengatakan bahwa besarnya persentase saham yang ditawarkan, menunjukkan rasio saham yang ditawarkan kepada publik dan keseluruhan saham yang diterbitkan oleh emiten. Dana yang diperoleh perusahaan saat IPO sangat berhubungan dengan persentase penawaran kepada publik, yang mana biasanya investor akan melihat perusahaan dengan tingkat persentase penawarannya memiliki potensi besar dan prospek yang baik pada masa yang akan datang.

Profitabilitas

Return On Asset (ROA) menurut (Fahmi, 2015:137) adalah rasio untuk melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1 : Reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.
- H2 : Presentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing*.
- H3 : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sempel dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018–2020 yang berjumlah 140 perusahaan. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dipakai pada penelitian ini ialah data sekunder dengan metode dokumentasi dilakukan dengan cara menyalin dan mengarsip data-data dari sumber yang tersedia yaitu menggunakan data sekunder yang berasal dari situs BEI di *www.idx.co.id* dan laman resmi masing-masing perusahaan. Data sekunder lain juga diperoleh dari artikel, jurnal, dan literature yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisis data yang akan dipakai ialah kuantitatif. Berupa angka-angka yang di analisa dan kemudian diolah berdasarkan metode statistik yang dibantu menggunakan program SPSS. Analisa data yang digunakan pada penelitian ini ialah statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Hasil SPSS
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	39,129	4,914		7,963	,000	
olah data Reputasi Underwriter	-9,676	3,855	-,206	-2,510	,013	
Presentase Saham yang Ditawarkan	,464	,173	,223	2,684	,008	
Profitabilitas	,028	,134	,017	,206	,837	

Pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*.

Berdasarkan hasil pada uji yang telah diteliti reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel reputasi *underwriter* dengan koefisien regresi β_1 (-9,676) dan nilai sig. 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa apabila reputasi *underwriter* mengalami kenaikan maka akan menurunkan *underpricing*. Karena *underwriter* yang memiliki reputasi baik akan lebih berani menghadapi risiko dengan menetapkan harga saham IPO yang relatif tinggi karena konsekuensi kualitas penjaminan yang dimilikinya, Calon emiten juga akan cenderung memilih *underwriter* yang memiliki reputasi yang baik dalam mengatasi masalah asimetri informasi yang akan terjadi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eliezer Kurnia (2017) dan Novitasari dan Ari (2018) yang menyatakan bahwa Reputasi *Underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

Pengaruh presentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing*.

Berdasarkan hasil uji yang telah diteliti bahwa presentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel presentase saham yang ditawarkan dengan koefisien regresi β_1 0,464 dan nilai sig. 0,008 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa apabila presentase saham yang ditawarkan mengalami kenaikan maka akan meningkatkan *underpricing*. Dengan melihat presentase saham yang ditawarkan kepada

publik, investor akan mengetahui seberapa banyak atau setidaknya keterbukaan informasi perusahaan. Besarnya presentase saham yang ditawarkan ke masyarakat akan meningkatkan ketidakpastian semakin besar serta harga penawaran peranan yang disepakati oleh emiten dan penjamin emisi juga akan menjadi lebih rendah sehingga hal tersebut membuat fenomena *underpricing* akan terus meningkat. Sesuai dengan hasil analisis data, maka presentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung dan Nila (2019) dan Riantara dan I Gusti Agung (2020), yang menyatakan bahwa presentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing*.

Pengaruh profitabilitas terhadap *underpricing*.

Berdasarkan hasil uji yang telah diteliti bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel presentase saham yang ditawarkan dengan koefisien regresi β_1 0,28 dan nilai sig. 0,837 yang lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis penelitian yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa apabila profitabilitas mengalami kenaikan maka akan meningkatkan *underpricing*. karena keuntungan yang dihasilkan perusahaan tinggi maka permintaan saham meningkat, permintaan yang tinggi mengakibatkan penawaran harga saham di pasar sekunder menjadi naik. hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartono dan Nurfauziah (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dimas Wicaksono (2020) dan Anggraini Dan Sri (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

PENUTUP

Simpulan

1. Variable reputasi *underwriter* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*, yang menyatakan semakin baik reputasi *underwriter* yang dimiliki perusahaan maka akan menurunkan *underpricing*.
2. Variable presentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing* mengindikasikan bahwa apabila presentase saham yang ditawarkan mengalami kenaikan maka akan meningkatkan *underpricing*.
3. Variable profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*. keuntungan yang dihasilkan perusahaan tinggi maka permintaan saham meningkat, permintaan yang tinggi mengakibatkan penawaran harga saham di pasar sekunder menjadi naik.

Saran

1. Untuk reputasi *underwriter* yang dimiliki perusahaan dalam objek penelitian ini baik, banyak perusahaan yang menggunakan *underwriter* terbaik dalam mengelola perusahaan, Hal ini disarankan untuk dipertahankan.
2. Untuk presentase saham yang ditawarkan perusahaan dalam objek penelitian ini, semakin besar perusahaan menawarkan sahamnya ke publik maka tingkat ketidakpastian akan semakin besar yang akan meningkatkan fenomena *underpricing*, hal ini disarankan apabila perusahaan dapat memperhitungkan dengan matang saham yang akan di jual ke publik agar tidak merugikan perusahaan di masa yang akan datang.
3. Untuk profitabilitas dalam penelitian ini tidak berpengaruh dalam fenomena *underpricing*. Tingginya atau rendah keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan mengakibatkan

fenomena *underpricing*. Hal ini disarankan sebaiknya untuk perusahaan dengan keuntungan rendah berhati-hati dalam menetapkan harga pada saat IPO.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, d. A., & africano, f. (2019). Pengaruh reputasi underwriter dan umur perusahaan, terhadap underpricing saham pada saat initial public offering. *Jurnal al-qardh*, 4(2), 129-141.
- Arniwita, dkk (2021). *Manajemen keuangan teori dan aplikasi*. Sumatera barat : insan cendekia mandiri.
- Aryapranata, E. K., & Adityawarman, A. (2017). *Pengaruh Reputasi Auditor, Reputasi Underwriter, dan Persentase Free Float terhadap Tingkat Underpricing pada Initial Public Offering (Studi Empiris pada Perusahaan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Edwin santoso. (2016). *Constant profit from ipo stocks*. (2016). Jakarta: elex media komputindo.
- Fahmi, i. (2015). *Pengantar manajemen keuangan*. Bandung: alfabeta.
- Ghozali, imam. (2011), *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 19*. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro
- Ghozali, imam. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 21 update pls regresi*. 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.
- Ghozali, imam. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25*. Badan penerbit universitas diponegoro: semarang.
- Gunawan, J. M., & Laturette, K. (2021). *Pengaruh Good Corporate Governance, Reputasi Underwriter Dan Roa Terhadap Underpricing Tahun 2016-2019*.
- Hanafi, mamduh m. (2015). *Manajemen keuangan*. Cetakan kedelapan. Yogyakarta: bpfeyogyakarta.
- Hendy (2013), *go public*. (2013), jakarta: elex media komputindo.
- Hery. (2015). *Analisis laporan keuangan: pendekatan rasio keuangan*. Yogyakarta: center for academic.
- Irfani, agus s. (2020). *Manajemen keuangan dan bisnis; teori dan aplikasi* jakarta: gramedia pustaka utama.
- Iswi Hariyani, SH, MH, Ir. R. Serfianto D.P (2010). *Buku Pintar Hukum Bisnis Pasar Modal*. (2010). (n.p.): VisiMedia.
- Jogiyanto Hartono M, Prof., Dr., MBA., Ak., CMA., CA. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. (n.d.). (n.p.): Penerbit Andi.
- Leland, hayne e., dan david h. Pyle. (1977). "Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation". *The journal of finance*. Vol. XXXII. May. Pp. 371—387.
- M rahmah (2019). *Hukum pasar modal*, jakarta: prenada media.
- Manurung, adler haymans. (2013). *Initial public offering (ipo): konsep, teori, dan proses*. Jakarta: pt adler manurung press.
- Marlina, M., widhianningrum, p., & astuti, e. (2017, october). Pengaruh debt to equity ratio dan return on asset terhadap underpricing saham perdana pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2015. In *fipa: forum ilmiah pendidikan akuntansi* (vol. 5, no. 1).

- Novitasari, D., & Cahyati, A. D. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi underpricing saham pada penawaran umum perdana di bursa efek Indonesia (studi pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2013-2016). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 3(1), 34-64.
- Nurazizah, N. D., & Majidah, M. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat underpricing pada saat initial public offering (IPO) di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 157-167.
- Pahlevi, Reza Widhar. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi underpricing saham pada penawaran saham perdana di bursa efek Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 18. No. 2. Hal 219-232.
- Puspitaningtyas, Zarah. (2015). *Prediksi Risiko Investasi Saham*. Yogyakarta: Griya Pandiva.
- Rianttara, IkgN, & Lestari, IgaK (2020). Pengaruh persentase saham ditawarkan, profitabilitas, dan earning per share terhadap underpricing pada perusahaan IPO di bursa efek Indonesia tahun 2017-2018. *Jurnal Penelitian Akuntansi (JARAC)*, 2 (1), 93-105.
- Salcedo, J., McCormick, K., Wheeler, A., Peck, J. (2017). *SPSS Statistics for Data Analysis and Visualization*. Jerman: Wiley.
- Setya, V. A., & Fianto, B. A. (2020). Pengaruh variabel keuangan dan non-keuangan terhadap underpricing saham pada perusahaan jasa saat initial public offering (IPO) di bursa efek Indonesia (BEI): studi kasus pada saham syariah dan non syariah periode 2012-2017. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(5), 886-900.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunariyah. (2019). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. UPP STIM YKPN.
- Undang-undang pasar modal no. 8 tahun 1995 tentang pasar modal.
- Wicaksono, D. (2020). Analisis pengaruh profitabilitas dan reputasi underwriter terhadap underpricing pada penawaran saham perdana. *Jurnal Studi Islam Lintas Negara (Journal of Cross Border Islamic Studies)*, 2(1), 62-76.
- Yunita, N. A., & Chairunnisa, M. (2017). Pengaruh reputasi underwriter, persentase saham yang ditawarkan ke publik, dan penggunaan dana IPO untuk investasi terhadap tingkat underpricing saham syariah pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 99-108.
- Zulfikar. (2016). *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*. Deepublish.