

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN SIMILARITY.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRACT/ ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Perumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Teori Informasi yang Asimetris (<i>Asymmetric Information Theory</i>)	16
2.1.2 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>).....	18
2.1.3 Penawaran Umum Perdana (<i>Initial Public Offering</i>).....	21
2.1.4 Proses Penawaran Saham Perdana (<i>Initial Public Offering, IPO</i>)	22
2.1.5 <i>Underpricing</i>	24
2.1.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Underpricing</i>	25
2.2 Penelitian terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	32

2.4	Hipotesis	33
2.4.1	Reputasi <i>Underwriter</i>	33
2.4.2	Reputasi Auditor	34
2.4.3	Umur Perusahaan	35
2.4.4	Persentase Saham yang Ditawarkan	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Variabel dan Pengukuran Variabel.....	37
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4	Populasi dan Metode Sampling.....	42
3.5	Metode Analisis	43
3.5.1	Statistik Deskriptif	43
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1	Uji Normalitas	44
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	44
3.5.3.3	Uji Heteroskedasitas	45
3.5.3.4	Uji Autokorelasi	46
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.5.2.1	Uji Model	47
3.5.2.2	Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Obyek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Sampel Penelitian	51
4.1.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	55
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.2.1. 1	Uji Asumsi Klasik	59
4.2.2.1	Uji Normalitas	60
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	61
4.2.2.3	Uji Heteroskedasitas	62
4.2.2.4	Uji Autokorelasi	63

4.2.1.2 Uji Model	65
4.2.1.3 Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	67
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Pengaruh Reputasi Underwriter terhadap <i>Underpricing</i> ...	71
4.3.2 Pengaruh Reputasi Auditor terhadap <i>Underpricing</i>	74
4.3.3 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i>	75
4.3.4 Pengaruh Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap <i>Underpricing</i>	77
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Implikasi Kebijakan	81
5.2.1 Implikasi Teoritis	81
5.2.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	83
5.4 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	92