

## ABSTRAK

Perusahaan dapat memanfaatkan pasar modal untuk memenuhi kebutuhan dana dengan menjual sekuritas-sekuritas yang dimilikinya kepada masyarakat yang kemudian disebut *go public*. Pada proses *go public*, penjualan saham pertama kali dilakukan di pasar perdana (*Initial Public Offering*) sebelum akhirnya berada di pasar sekunder. Apabila harga saham pada IPO lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama, maka akan terjadi fenomena harga rendah di penawaran perdana, yang disebut *underpricing*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh reputasi *underwriter*, ROA, DER, EPS, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap besarnya tingkat *underpricing*. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif verifikatif yang bersifat kausalitas. Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* pada periode 2012-2016. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 57 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari prospektus dan laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa reputasi *underwriter*, ROA, DER, EPS, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap besarnya tingkat *underpricing*.

Kata Kunci: *Underpricing*, Saham, *Initial Public Offering*.