



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh reputasi *underwriter*, umur perusahaan, dan persentase penawaran saham kepada publik terhadap *underpricing*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka simpulan yang diperoleh adalah:

1. H_{α_1} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi *underwriter* (REP) berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t dari hasil uji statistik sebesar -2,195 dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Risqi dan Harto (2013) serta Ratnasari dan Hudiwinarsih (2013) yang menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*.
2. H_{α_2} ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan (UMP) tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t dari hasil uji statistik sebesar -0,940 dengan nilai signifikansi sebesar 0,351 atau lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian W. Septi dan Wardoyo (2010) dan Kristiantari (2013) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

3. $H\alpha_3$ ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa persentase penawaran saham kepada publik (PUB) tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t dari hasil uji statistik sebesar 0,385 dengan nilai signifikansi sebesar 0,701 atau lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Lestari, dkk (2015) dan W, Septi dan Wardoyo (2010) yang menyatakan bahwa persentase penawaran saham kepada publik tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Sebagai variabel kontrol, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t dari hasil uji statistik sebesar -1,687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,096 atau lebih besar dari 0,05. Hasil ini konsisten dengan penelitian Purbarangga dan Yuyetta (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Selain itu, berdasarkan hasil uji signifikan simultan (uji statistik F), reputasi *underwriter*, umur perusahaan, persentase penawaran saham kepada publik, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,018 atau lebih kecil dari 0,05.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berikut ini merupakan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Pada penelitian ini nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0,115 yang berarti bahwa variabel reputasi *underwriter*, umur perusahaan, persentase penawaran saham kepada publik, dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan variabel *underpricing* sebesar 11,5% sedangkan 88,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Periode penelitian yang digunakan hanya 5 tahun, yaitu 2010-2014 sehingga belum dapat meneliti fenomena *underpricing* pada saat penawaran umum saham perdana secara mendalam.
3. Dalam penelitian ini, variabel ukuran perusahaan diukur dengan *logaritma natural* total aset dan variabel reputasi *underwriter* menggunakan variabel *dummy*, yaitu memberikan nilai 1 untuk penjamin emisi yang masuk top 10 dalam *20 most active brokerage house monthly* berdasarkan total frekuensi perdagangan dan nilai 0 untuk penjamin emisi yang tidak masuk top 10.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada, berikut ini merupakan saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*:

1. Menggunakan variabel lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap *underpricing* seperti tujuan penggunaan dana hasil IPO dan *Return on*

Asset (ROA). Dengan menambah variabel lain, diharapkan hasil penelitian dapat lebih menjelaskan variabel *underpricing*.

2. Menambah periode penelitian dengan memperpanjang periode waktu penelitian sehingga dapat lebih menunjukkan fenomena *underpricing* pada saat penawaran umum saham perdana.
3. Menggunakan cara lain dalam mengukur variabel ukuran perusahaan, seperti dengan logaritma total aset dan total aset serta variabel reputasi *underwriter* dengan berdasarkan peringkat *underwriter* teraktif oleh OJK dan *underwriter* dengan *prestigious* tinggi. Dengan menggunakan cara yang berbeda, diharapkan hasil penelitian dapat lebih baik dalam mengukur pengaruhnya terhadap *undepricing*.

