

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Efficient Market Hypotesis</i> (EMH).....	11

2.1.2 Underpricing .....	12
2.1.3 <i>Twitter Sentiment</i> .....	13
2.1.4 Reputasi <i>Underwriter</i> .....	14
2.1.5 Usia Perusahaan .....	14
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	15
2.1.7 Profitabilitas .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4.1 Pengaruh Sentimen Twitter terhadap <i>Underpricing</i> .....	29
2.4.2 Pengaruh Reputasi <i>Underwriter</i> terhadap <i>Underpricing</i> .....	30
2.4.3 Pengaruh Usia Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i> .....	30
2.4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i> .....	31
2.4.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Underpricing</i> .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.1.1 Variabel Dependen .....	33
3.1.2 Variabel Independen.....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.5 Metode Analisis Data .....	38
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	38

3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.5.3 Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.2 Analisis Data .....	47
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	52
4.3.1 Uji Normalitas.....	52
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	53
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.3.4 Uji Autokorelasi .....	56
4.4 Uji Hipotesis .....	57
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	57
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
4.4.3 Uji F .....	61
4.4.4 Uji t .....	61
4.5 Interpretasi Hasil .....	64
4.5.1 Pengaruh <i>Twitter Sentiment</i> terhadap <i>Underpricing</i> .....	64
4.5.2 Pengaruh <i>Reputation Underwriter</i> terhadap <i>Underpricing</i> .....	66
4.5.3 Pengaruh <i>Firm Age</i> terhadap <i>Underpricing</i> .....	68
4.5.4 Pengaruh <i>Firm Size</i> terhadap <i>Underpricing</i> .....	69
4.5.5 Pengaruh <i>Profitability</i> terhadap <i>Underpricing</i> .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>

5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Keterbatasan .....	74
5.3 Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>

