

ABSTRAK

PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP *OVERPRICING* SAHAM PERDANA DI BURSA EFEK INDONESIA (Studi pada Perusahaan yang Melakukan IPO di BEI Tahun 2013-2023)

Oleh

PADMA DEWI PIRANTI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan promosi di media sosial terhadap *overpricing* saham perdana. Pengujian ini menggunakan SPSS versi 27 yang dilakukan secara simultan dan parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan Initial Public Offering (IPO) pada tahun 2013-2023 sebanyak 460 perusahaan dan sampel sebanyak 70 perusahaan yang *overpricing*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan promosi di media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *overpricing* saham perdana. Secara parsial, profitabilitas dan promosi di media sosial berpengaruh positif terhadap *overpricing* saham perdana, sedangkan ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan promosi di media sosial tidak berpengaruh terhadap *overpricing* saham perdana. Koefisien determinasi sebesar 0,314 menunjukkan kemampuan variabel independen mempengaruhi variabel *overpricing* sebesar 31,4 persen, sedangkan sisanya sebesar 68,6 persen dijelaskan oleh faktor lain.

Kata kunci: *overpricing, IPO, profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, umur perusahaan, promosi di media sosial*

ABSTRACT

**PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN
TERHADAP OVERPRICING SAHAM PERDANA DI
BURSA EFEK INDONESIA
(Studi pada Perusahaan yang Melakukan IPO di BEI Tahun 2013-2023)**

By

PADMA DEWI PIRANTI

This research aims to examine the influence of profitability, leverage, company size, company age, and promotion on social media on overpricing of initial shares. This test uses SPSS version 27 which is carried out simultaneously and partially. The population in this research is 460 companies that conducted an Initial Public Offering (IPO) in 2013-2023 and a sample of 70 companies that were overpricing. The analytical methods used are descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, F test and t test. The research results show that simultaneously the variables profitability, leverage, company size, company age, and promotion on social media have a significant influence on overpricing of initial shares. Partially, profitability and promotion on social media have a positive effect on overpricing of initial shares, while company size, company age, and promotion on social media have no effect on overpricing of initial shares. The coefficient of determination of 0.314 shows the ability of the independent variable to influence the overpricing variable by 31.4 percent, while the remaining 68.6 percent is explained by other factors.

Keywords: *overpricing, IPO, profitability, leverage, company size, company age, promotion on social media*