

## **BAB III**

### **OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan**

PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. Adalah sebuah perusahaan sekuritas yang bergerak dalam bidang perantara pedagang efek dan jasa penjaminan emisi efek baik saham maupun obligasi. Reliance yang awalnya didirikan di Jakarta pada tanggal 22 Februari 1993 dengan nama PT. Istethmar Finas Asia. Pada tanggal 13 September 1999 berubah menjadi PT. Ludlow Securitie dan selanjutnya berganti nama menjadi PT. Reliance Sekuritas dan bergabung ke dalam Reliance Group pada tanggal 7 Maret 2003.

Dalam meneruskan kegiatan PT. saat itu, Reliance Management, sebagai pialang saham dengan kode keanggotaan bursa “L/S” *Ludlow Securities*, memimpin dalam meningkatkan level dan kehadiran perusahaan. Laporan Keuangan yang baik selama beberapa tahun terakhir memberikan kami kepercayaan diri untuk menawarkan kepemilikan saham Reliance kepada *public*. Pada tanggal 19 Mei 2005. Pada tanggal 13 Juli 2005 perseroan mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia dengan kode saham RELI. Pada tanggal sejak Oktober 2007 Reliance menambah kegiatan usahanya dengan mendirikan anak perusahaan PT. Reliance Asset Management (RAM) yang bergerak di bidang Manajer Investasi tercatat di papan utama BEI.

PT. Reliance Sekuritas Indonesia Tbk. Didirikan pada moment yang tepat, saat industri pasar modal sedang bertumbuh. Sejak bergabung dengan Reliance

Group pada tahun 2003. Reliance terus berkembang menjadi salah satu perusahaan dengan kegiatan perantara perdagangan efek dan kegiatan penjamin emisi efek yang semakin diperhitungkan di industri pasar modal Indonesia. Dan PT. Reliance Securitias Tbk. Telah membuka kantor perwakilan di kota-kota besar di Indonesia, dan dalam beberapa tahun terakhir telah memperluas pasar ritel dalam negeri dengan memelopori penerapan layanan perdagangan online yang diluncurkan pada tahun 2010 dan mengembangkan bisnis investor.

Perusahaan ini diubah menjadi PT. Reliance Securitias Indonesia, Tbk. Pada tanggal 17 April 2017. Dan merupakan perusahaan sekuritas pertama yang menjadi perusahaan public di Indonesia. Sebagai Perusahaan Terbuka, Perseroan memiliki komitmen untuk membawa perusahaan ke level exposure yang lebih tinggi untuk memberikan kontribusi nyata pada perkembangan perekonomian Indonesia pada umumnya dan pasar modal Indonesia khususnya.

Reliance memfokuskan pengembangan kemampuan sumber daya manusia, dan member penghargaan yang tinggi pada kekuatan proses, kemampuan untuk belajar, keinginan untuk maju, dan kerja keras. Berbekal kualitas tersebut, Reliance siap untuk menghadapi tantangan secara menyeluruh atas kegiatan bank investasi dan pasar modal, sekaligus membangun pondasi pengembangan yang kokoh demi menjamin pertumbuhan yang berkesinambungan.

### 3.1.2 Visi dan Misi PT. Reliance Sekuritas Indonesia Tbk. Kantor

#### Perwakilan Tasikmalaya

#### 1. Visi

Menjadi salah satu Perusahaan Jasa Keuangan kelas dunia. Dengan standar kinerja pelayanan yang berkualitas dengan nilai integritas tinggi (*Reliable*)

#### 2. Misi

- a. Memperluas kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi keuangan secara komprehensif.
- b. Memfokuskan pengembangan kemampuan sumberdaya manusia.
- c. Mengembangkan infrastruktur layanan yang terintegrasi.

### 3.1.3 *Statement* Budaya Perusahaan

*Your Reliable Partner* bukan hanya tagline belaka, namun merupakan filosofi RELI dalam rangka memberikan komitmen yang tinggi kepada nasabah, dimana RELI memposisikan diri sebagai rekan yang handal dalam memberikan solusi keuangan yang memperkaya pengalaman investor dalam berinvestasi yang didukung oleh Sumber Daya Manusia yang kompeten serta infrastruktur yang terintegrasi.

#### 1. *Visioner*

Insan RELI harus memiliki pandangan jauh ke depan dan secara berkesinambungan terus berinovasi untuk menciptakan peluang usaha dan menjadi *market leader* yang selalu berorientasi pada *Customer Satisfaction*.

## 2. Integritas

Insan RELI secara professional memiliki kompetensi yang mumpuni dalam melakukan pelayanan kepada naabah dan pemangku kepentingan dengan berpegang kepada kode etik serta memiliki integritas yang tinggi.

## 3. *Teamwork*

Insan RELI selalu bekerja berdasarkan pada talenta yang kompetitif untuk meraih keberhasilan dan produktivitas melalui kerjasama tim yang kuat dengan sumber daya manusia yang professional dan berorientasi baik.

## 4. Dedikasi

Insan RELI harus memiliki loyalitas yang tinggi dan selalu siap sedia untuk memberikan perhatian serta mengambil tindakan yang dianggap perlu, sesuai fungsi dan tugasnya demi kepentingan bersama.

### 3.1.4 Logo dan Makna PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk



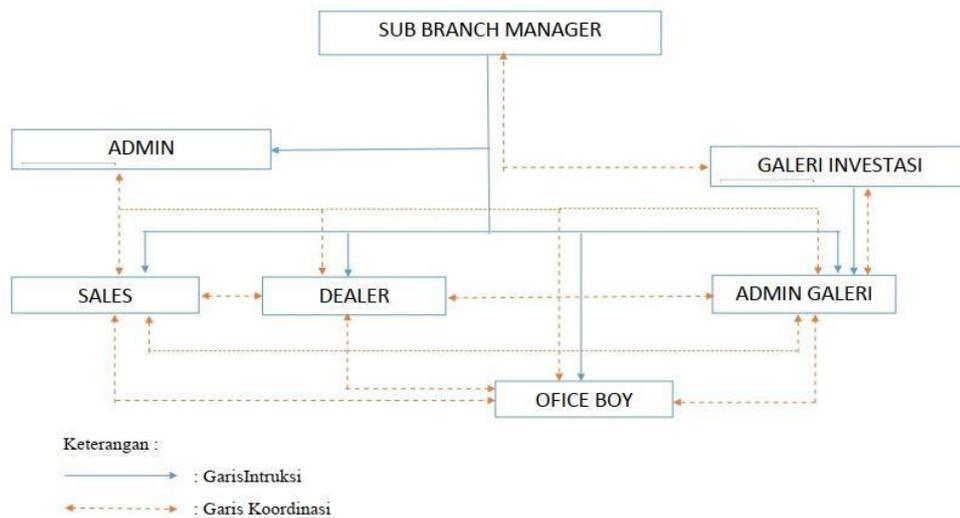
**Gambar 3.1 Logo Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk.**

**Sumber: [reliancesekuritas.com](http://reliancesekuritas.com), 2024**

tangan *Reliable* yang berarti bisa diandalkan, lambang "Li" yang berbentuk seperti tangan saling bertemu itu diartikan dapat dipercaya. Asal muasal Li tersebut berasal dari marga keluarga Li.

### 3.1.5 Struktur Organisasi PT. Reliance Sekuritas Indonesia Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya

#### STRUKTUR ORGANISASI RELIANCE SEKURITAS INDONESIA KANTOR PERWAKILAN TASIKMALAYA



**Gambar 3.2 Struktur Organisasi Reliance Sekuritas Indonesia Kantor Perwakilan Tasikmalaya. Sumber: reliancesekuritas.com, 2024**

### 3.1.6 Jaringan dan Kinerja Usaha Terkini

#### 3.1.6.1 Jaringan Usaha Kegiatan

##### 1. Kantor Pusat

Menara Batavia 27th Floor JL. KH. Mas Mansyur Kav. 126 Jakarta 10220,  
Indonesia

##### 2. Kantor Operasional

Jl. Pluit Sakti Raya No. 27 AB Jakarta Utara 14450

Telp: 021 661 7768/021 666 75075

Email: cust.gen@reliance-insurance.com

##### 3. Kantor Cabang & Perwakilan

###### a. Batam

Ruko Tanjung Trisakti Blok A.No.1Jl. Laks. Bintan, Sei Panas Batam --  
29433

Telp: 0778 429 890

b. Pekanbaru

Jl. Rajawali No. 14 RT.03 RW.04 Kel. Kedungsari, Kec. Sukajadi  
Pekanbaru -28123

Telp : 0761 24614

c. Serpong

Ruko South Solvang Square No. 39 Gading Serpong Tangerang –15811

Telp : 021 5568 6688

d. Medan

JL. Tengku Amir Hamzah No.48-0 Medan – 20117

Telp : 061 663 3065 / 061 661 7597

e. Semarang

Jl. Veteran No. 46 Semarang – 50243

Telp : 024 7644 0762

f. Surabaya

JL. Mayjend Sungkono No.54-A Kel. Pakis, Kec.Sawahan Surabaya -  
60256

Telp : 031 9953 3065 / 031 9953 5730

g. Makassar

Jl. Rusa No. 31 D Maricaya Makassar – 90142

Telp : 0411 891 6005

h. Bekasi

Ruko Plaza Menteng B No.16 Lippo Cikarang Jl. M.H. Thamrin Jawa Barat – 17550

Telp : 021 8992 9352

i. Bandung

JL. Veteran No. 46 A Kel. Kebon Pisang, Kec. Sumur Bandung Bandung – 40112

Telp : 022 426 4533

j. Tasikmalaya

Jl. KHZ Mustofa No. 345, Ruko Tasik Indah Plaza No. 21 Tasikmalaya Jawa Barat 46126.

Telp : +62 21 29520558 / 0800-1401-315

### **3.1.6.2 Kinerja Usaha Terkini**

1. Perantara Perdagangan Efek

Sebagai perantara perdagangan efek saham, kami focus pada pasar ritel domestik dan terus berupaya memperluas basis investor melalui penambahan kantor-kantor perwakilan di berbagai kota besar di Indonesia dan pada saat ini layanan kami telah menggunakan online trading dan mobile trading.

Salah satu bukti kredibilitas dan komitmen PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk adalah dengan tercatatnya perusahaan sebagai salah satu perusahaan efek sekaligus Anggota Bursa Efek Indonesia. Memiliki nilai modal kerja bersih disesuaikan (MKBD) yang berada pada kelompok atas

dibandingkan perusahaan efek/sekuritas anggota Bursa Efek Indonesia lainnya, maka dengan komitmen yang besar manajemen berkeyakinan bahwa perusahaan akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya.

Divisi *equity* menjadi andalan utama PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. Dengan didukung oleh tim pemasaran yang berpengalaman dan dealer yang terpercaya, kami menyediakan layanan kepada nasabah individual dan institusional baik lokal maupun global.

## 2. Penjaminan Emisi Efek

Perusahaan menyediakan layanan emisi penjaminan kepada calon emiten dan membantu dalam mempersiapkan dan menyelenggarakan penawaran umum perdana baik Saham, Obligasi atau Penerbitan Efek utang lainnya dengan mengikuti kewajiban dan peraturan dari regulator dalam hal *go public*.

## 3. Pendapatan Tetap

PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. menyediakan layanan pendapatan tetap kepada nasabah korporasi seperti bank, dana pensiun, perusahaan asuransi, manajer investasi, perusahaan sekuritas, koperasi karyawan maupun institusi keuangan lainnya yang akan melakukan perdagangan surat utang seperti, obligasi korporasi, sukuk dan repo. Produk dan aktivitas kegiatan ini lebih banyak dilakukan pada pasar surat utang, sekuritisasi asset (Efek Beragun ASET/EBA). Serta pemasaran dan distribusi penjualan perdana obligasi pemerintah.

Saat ini PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk adalah perusahaan pertama yang memiliki program Obligasi Ritel. Apa itu Obligasi Ritel? Surat utang (Bonds) yang hanya ditawarkan kepada nasabah perseroan dan berkesempatan untuk memiliki dengan nilai investasi yang terjangkau minimal 10 Juta Rupiah.

#### 4. Agen Penjual Efek Reksadana (APERD)

##### Agen Penjual Reksadana

Saat ini PT. Reliance Sekuritas Indonesia Tbk bertindak sebagai agen penjual Reksadana dalam rangka melakukan pemasaran dan penjualan Reksadana dari berbagai perusahaan asset management. Perusahaan telah mendapatkan izin dari OJK sebagai agen pemasaran produk Reksadana dengan No. Ijin S-2212/PM.211/2017.

##### a. Reksadana Saham

Reksadana yang menempatkan minimal 80% pada efek saham. Reksadana ini cocok untuk investasi jangka panjang dengan waktu 5 tahun atau lebih.

##### b. Reksadana Pendapatan Tetap

Reksadana yang menempatkan minimal 80% pada efek bersifat utang seperti obligasi atau surat utang. Reksadana ini cocok untuk investasi jangka pendek dengan waktu antara 1-3 tahun.

c. Reksadana Campuran

Reksadana yang menempatkan maksimal 79% pada efek saham, obligasi dan instrumen pasar uang seperti deposito. Reksadana ini cocok untuk investasi jangka menengah antara 3-5 tahun.

d. Reksadana Pasar Uang

Reksadana yang menempatkan 100% pada instrumen pasar uang dan/atau efek bersifat utang dengan jangka waktu kurang dari 1 tahun.

e. Reksadana Obligasi Pemerintah

Reksadana Reliance Obligasi Pemerintah, dapat memberikan imbal hasil yang kompetitif dengan minimum investasi yang sangat terjangkau dan jangka waktu *investasi yang flexible*.

f. Reksadana Investasi Real Estat (DIRE)

Merupakan instrumen investasi terbaru di Pasar Modal dalam bentuk Kontrak Investasi Kolektif (KIK) yang berinvestasi dalam properti baik langsung maupun tidak langsung dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

5. Aplikasi Trading

a. ReliTrade

Reli Trade merupakan aplikasi online trading dari Reliance Sekuritas, untuk membantu memenuhi kebutuhan nasabah yang melakukan transaksi di bursa saham. *Order Book, Stock Ranking, Order Tracking*, dan lain sebagainya.

b. Reli Mobile

ReliMobile adalah aplikasi investasi yang menawarkan kemudahan dalam transaksi pembelian maupun penjualan saham secara online, aplikasi ini mempunyai tampilan yang cukup simple dan bisa diakses melalui smartphone ataupun tablet.

Aplikasi ini juga menyajikan beberapa fitur yang sangat mendukung kebutuhan investasi yakni, informasi pasar secara real-time, analisa riset yang reliable serta memberikan berita-berita seputar pasar dalam negeri dan luar negeri yang *up-to-date*.

ReliMobile juga memiliki *Real Time Market Information*, data pergerakan saham disajikan dan diperkuat oleh tim riset yang berpengalaman, sehingga mampu merekomendasikan dan arahan dalam berinvestasi yang professional dan berkualitas.

Lalu terdapat fitur *Offline Market Order Transaction*, *Auto Send/Scheduled Sending Order*, dan *Add-When*. Aplikasi ini juga terdapat fitur berita terkini seputar investasi dan keuangan, tampilan aplikasi dengan mode *light/dark*, hingga kalkulator multiguna. Fitur tersebut akan membantu untuk menentukan investasi terbaik, mudah dan aman. ReliMobile telah memperoleh izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan. Serta setiap produk yang dijual di Reliance Sekuritas Indonesia telah terdaftar dan diawasi oleh OJK.

## **3.2 Metode Penelitian**

### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif disebut sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis serta data penelitian yang dikumpulkan berbentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2016). Jenis penelitian ini termasuk ke dalam kategori *explanatory research* (penelitian dijelaskan) yaitu dengan mengumpulkan data yang diperlukan guna memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti serta keadaan dan situasi yang ada di tempat penelitian.

Penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan metode survei dalam pengumpulan datanya. metode survei ini melibatkan pengumpulan data dari tempat tertentu yang bersifat alamiah, dengan peneliti mengirimkan seperti kuesioner, wawancara mendalam, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, survei dilakukan melalui pengiriman kuesioner secara online kepada para investor.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Operasional memiliki definisi sebagai batasan dan penjelasan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel-variabel pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel bebas

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen, atau berubahnya variabel terikat. Dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Social Media Campaign* (X) sebagai penyebaran informasi dan media sosial sebagai platform pemasaran perusahaan.

b. Variabel terikat

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian Saham (Y). Berikut ini adalah tabel operasional variabel pada penelitian ini:

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Social Media Campaign</i>	Kampanye media sosial adalah serangkaian upaya yang direncanakan dan dilaksanakannya promosi untuk mencapai tujuan tertentu di media sosial. Tujuan kampanye media sosial dapat berupa meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek, atau meningkatkan penjualan.	1. <i>Content Creation</i> 2. <i>Content Sharing</i> 3. <i>Connecting</i> 4. <i>Community Building</i> (Gunelius, 2011)	Ordinal
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan suatu proses di mana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai pilihan produk, kemudian memilih salah satu produk yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan tertentu.	1. Pembelian produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan saluran pembelian 4. Penentuan waktu pembelian 5. Metode Pembayaran (Kotler, 2016)	Ordinal

Sumber: diolah dari berbagai pihak, 2024

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan hasil pengumpulan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli. Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui jawaban wawancara dengan *Sub Branch Manager* PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya, dan kuisisioner responden, yang dijadikan sampel penelitian khususnya.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau dari sumber yang sudah ada yaitu jurnal. Sumber data sekunder, yang merupakan sumber kedua setelah data primer, diharapkan dapat mendukung pengungkapan informasi yang diinginkan.

##### a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dibuat secara online menggunakan Google Formulir dan dikirim secara manual untuk mempermudah penyebaran kepada responden. Untuk mengukur bagaimana responden melihat informasi di *social media* dan keinginan mereka untuk menggunakan informasi tersebut saat membuat keputusan pembelian saham, kuesioner termasuk identitas responden

dan detail pertanyaan yang terkait dengan variabel yang diteliti.

Kuesioner terdiri dari dua bagian:

1. Bagian pertama menanyakan data pribadi responden yang akan dirahasiakan.
2. Bagian kedua mencakup sejumlah indikator yang digunakan untuk menguji variabel penelitian dengan skala ordinal.

Model skala Likert adalah skala penilaian yang digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sikap individu atau sekelompok individu dengan memberikan rentang nilai. Skala ini sering digunakan dalam jenis penelitian yang disebut survei, yang di setiap indikator memiliki tanggapan.

Penelitian ini menggunakan Skala Ordinal lima titik seperti pada yang tertera di Tabel 3.2

**Tabel 3.2 Skala Pengukuran Jawaban Responden**

<b>Ket</b>	<b>Pernyataan Jawaban</b>	<b>Penialian Jawaban</b>
ST	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
SS	Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber: Sugiyono, 2016**

a. Wawancara Mendalam

Wawancara Mendalam merupakan salah percakapan yang dilakukan secara tatap muka antara pewawancara dengan yang

diwawancarai (narasumber), di mana pewawancara bertanya langsung mengenai objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara bebas, baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian. Wawancara mendalam dalam penelitian ini dilakukan di kantor PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Kantor Perwakilan Tasikmalaya. Dengan narasumber *Sub Branch Manager* di Perusahaan terkait. Alat bantuan yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan wawancara adalah handphone sebagai alat rekam suara selama wawancara berlangsung.

### **3.2.3.2 Populasi Sasaran**

Sugiyono (2022) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

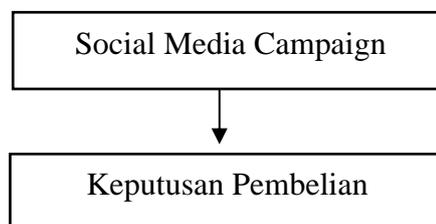
Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah investor PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya yang tercatat sebagai investor dengan portofolio aktif sebanyak 656 investor.

### **3.2.3.3 Penentuan Sampel**

Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria khusus dalam penelitian ini akan difokuskan pada investor yang tercatat sebagai investor berfortofolio aktif yaitu mereka yang secara rutin

melakukan transaksi jual beli saham dan terlibat secara intensif dalam aktivitas pasar saham melalui komunitas yang dibuat oleh PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya. Selain itu, memilih investor yang telah bergabung dengan perusahaan terkait cukup lama karena biasanya memiliki pemahaman mendalam mengenai promosi yang telah perusahaan jalankan. Kuesioner online akan diberikan kepada 40 investor sebagai responden untuk mengukur persepsi mereka terhadap informasi yang disajikan.

### 3.2.4 Model Penelitian



**Gambar 3.3 Model Penelitian**

Sumber: Data diolah penulis, 2024

### 3.2.5 Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dibantu dengan software IBM SPSS *ver.29*, dengan menggunakan beberapa teknik analisis data sebagai berikut:

#### 3.2.5.1 Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Validitas sering dikaitkan dengan instrumen atau alat ukur. Suatu alat ukur dapat dikatakan valid atau mempunyai nilai validitas tinggi apabila alat ukur tersebut memang dapat mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Ghazali (2016) terdapat kriteria untuk menentukan validitas suatu kuesioner yaitu sebagai berikut:

- $\alpha = 0.05$  (signifikansi alpha 5%).
- Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  dan nilai positif, maka pernyataan dinyatakan valid.
- Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  dan nilai negatif, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Valid atau tidak valid nya suatu item dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Bila korelasi  $r$  di atas 0,3612 maka dapat ditarik kesimpulan instrumen tersebut adalah valid dan juga sebaliknya bila korelasi  $r$  di bawah 0,3612 maka instrumen tersebut tidak valid sehingga harus dibuang atau diperbaiki.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Husna dan Suryana (2017) uji reliabilitas yakni alat ukur yang digunakan untuk melakukan pengukuran secara berulang kali, uji reliabilitas diperlukan dalam penelitian karena mempunyai makna penting untuk menunjukkan ketepatan serta kemantapan akan suatu penelitian.

Menurut Ghazali (2018) menjelaskan bahwa suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan memberikan konsistensi yang tinggi saat diulang. Pengukuran reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), di mana suatu variabel dianggap reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Adapun kriteria angka Cronbach Alpha yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Kriteria Angka Cronbach Alpha**

<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabel</b>
$\alpha \geq 0.9$	Sangat reliabel
$0.7 \leq \alpha < 0.9$	Reliabel
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	Cukup reliabel
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	Rendah
$\alpha < 0.5$	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono, 2014

### 3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Analisa uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah data-data kuantitatif berupa hasil jawaban responden memiliki nilai kualitas data yang baik atau justru sebaliknya. Analisa uji asumsi klasik yang digunakan meliputi 3 tahapan uji sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Analisa uji normalitas dipergunakan untuk mengidentifikasi apakah data-data kuantitatif penelitian terbukti tersebar atau terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi untuk mengetahui ada atau tidaknya distribusi normal antara variabel bebas dan variabel terikat.

Uji normalitas juga dapat diperkuat dengan menggunakan Grafik Normal Probability Plot dengan melihat penyebaran data yang berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, jika nilai  $>0,05$  maka data berdistribusi normal model regresi memenuhi asumsi normalitas. (Ghozali, 2018)

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas, apabila sebaliknya jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi  $>0,05$  maka data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual tetap, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018)

### 3.2.5.3 Uji Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengevaluasi dan menguji data dengan menggunakan teknik statistik guna menjawab rumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh *social media campaign* terhadap keputusan pembelian saham. (Sugiyono, 2016)

#### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk melihat hubungan antara variabel X (*Social Media Campaign*) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) saham pada PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya. Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan fungsional atau kausal. Adapun rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek variabel dependent yang diprediksikan

X = Variabel independent (variabel bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien variabel x

Uji regresi linear sederhana ini untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Adapun analisis dalam uji regresi linear sederhana ini meliputi:

a. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk menilai Tingkat hubungan antar dua variabel yang berskala interval atau rasio. Melalui uji ini, diperoleh koefisien korelasi yang berkisar antara -1, 0, dan 1. Nilai -1 menunjukkan korelasi negatif sempurna, nilai 0 nilai koefisien korelasi tersebut menunjukkan tidak adanya korelasi, dan nilai 1 menunjukkan adanya korelasi yang sempurna. Semakin mendekati nilai 1 atau -1 menunjukkan hubungan yang lebih erat, sementara semakin mendekati 0 menunjukkan hubungan yang semakin lemah.

b. Uji Determinasi

Dalam analisis korelasi, terdapat suatu nilai yang dikenal sebagai koefisien determinasi (R Square), atau sering disebut sebagai koefisien penentu. Koefisien determinasi  $r^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel X (*social media campaign*) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) saham pada PT. Reliance Sekuitas Indonesia, Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya. Rumus koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

c. Uji T (Uji Hipotesis)

Pada penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis mana yang dapat diterima. Uji hipotesis dalam penelitian ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel X (*social media campaign*) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) saham pada PT. Reliance Sekuitas Indonesia, Tbk. Kantor Perwakilan Tasikmalaya. Adapun rumus uji t dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{1 - r^2}$$

Keterangan:

T = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kaidah dalam pengujian hipotesis pada pengaruh *social media campaign* terhadap keputusan pembelian saham adalah sebagai berikut:

Jika T hitung > t tabel, maka variabel bebas dapat menerangkan bahwa benar terdapat pengaruh antara variabel yang diteliti.

Jika T hitung < t tabel, maka variabel bebas dapat menerangkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel yang diteliti.