

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan aspek yang menjadi titik perhatian utama dalam studi ini, yaitu unsur-unsur yang hendak diukur dan dianalisis. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek kajian adalah tiga variabel utama, yakni *e-recruitment*, kredibilitas informasi, dan minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi.

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sumber data dan di dalam dirinya melekat objek yang hendak diteliti. Pada penelitian ini, subjeknya adalah mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi.

3.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z yang sedang menempuh pendidikan pada perguruan tinggi Universitas Siliwangi, khususnya mahasiswa angkatan 2020 sampai dengan 2023. Kelompok mahasiswa pada rentang angkatan tersebut berada pada fase akhir masa studi hingga tahap awal transisi menuju dunia kerja, sehingga memiliki relevansi yang kuat dengan isu minat melamar kerja. Sebagai bagian dari Generasi Z, mahasiswa angkatan 2020–2023 tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, sehingga memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap penggunaan internet, media sosial, serta berbagai platform digital, termasuk sistem rekrutmen berbasis daring. Dalam proses persiapan karier, mahasiswa pada

kelompok ini cenderung memanfaatkan *e-recruitment* seperti portal lowongan kerja online, situs resmi perusahaan, dan media sosial profesional sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi peluang kerja.

Universitas Siliwangi merupakan salah satu pusat pendidikan di wilayah Priangan Timur yang menampung mahasiswa dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan. Kondisi ini menjadikan mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi memiliki karakteristik yang beragam dalam hal kesiapan kerja dan kemampuan adaptasi terhadap sistem rekrutmen digital. Meskipun akses terhadap platform *e-recruitment* semakin luas, mahasiswa juga dihadapkan pada tantangan berupa perbedaan kualitas dan kredibilitas informasi lowongan kerja yang tersedia secara daring. Informasi yang tidak jelas atau tidak dapat diverifikasi berpotensi menimbulkan keraguan dalam pengambilan keputusan karier. Oleh karena itu, kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan *e-recruitment* secara efektif serta menilai kredibilitas informasi menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat minat melamar kerja mereka. Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa Generasi Z angkatan 2020 – 2023 di Universitas Siliwangi dipandang sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji pengaruh *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja di era digital.

3.1.2 Kesesuaian Pendekatan Kuantitatif dengan Objek Penelitian

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena seluruh variabel dapat diukur melalui instrumen yang bersifat terstruktur. Beberapa alasan penggunaan pendekatan ini antara lain:

1. Ketiga variabel penelitian dapat dinilai menggunakan skala pengukuran yang menghasilkan data angka, sehingga mudah dianalisis secara statistik.
2. Penelitian bermaksud menguji besarnya pengaruh yang ditimbulkan antarvariabel, sehingga membutuhkan teknik analisis yang objektif dan terukur.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan kondisi mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi secara lebih umum, sehingga data numerik sangat mendukung proses generalisasi.
4. Pendekatan kuantitatif memungkinkan penyusunan kesimpulan berbasis bukti empiris yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dinilai paling tepat untuk menelaah hubungan antara *e-recruitment*, kredibilitas informasi, dan minat melamar kerja mahasiswa.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang berorientasi pada pengukuran variabel secara objektif melalui data numerik. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menguji pengaruh *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian yang terstandar, serta menganalisis data melalui teknik statistik. Dengan

karakteristik tersebut, penelitian dapat menghasilkan temuan yang sistematis, terukur, dan dapat digeneralisasikan Sugiyono (2020).

Dari sisi desain, penelitian ini menerapkan pendekatan asosiatif atau korelasional, yaitu pendekatan yang bertujuan mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua atau lebih variabel (Sugiyono 2020). Desain ini relevan dengan tujuan penelitian karena memungkinkan pengujian seberapa besar kontribusi *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja mahasiswa secara empiris. Melalui analisis statistik, khususnya regresi, pendekatan ini mendukung peneliti dalam menguji arah hubungan, kekuatan korelasi, serta pengaruh kausal antarvariabel secara terstruktur.

Dalam implementasinya, penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang mewakili populasi. Survei dipilih karena efektif untuk memperoleh data primer dalam jumlah besar secara efisien, seragam, serta memungkinkan analisis kuantitatif. Metode ini sejalan dengan pendapat Indriantoro dan Supomo (2018) yang menjelaskan bahwa survei merupakan pendekatan yang tepat untuk menggali persepsi, sikap, dan pengalaman responden terhadap fenomena tertentu. Dalam konteks penelitian ini, survei sangat sesuai digunakan untuk memperoleh data mengenai pengalaman mahasiswa dalam menggunakan *e-recruitment*, menilai kredibilitas informasi, serta menggambarkan tingkat minat melamar kerja mereka.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, desain korelasional, dan metode survei, penelitian ini memiliki dasar metodologis yang kuat. Kombinasi

tersebut memungkinkan analisis dilakukan secara sistematis, sehingga hasil penelitian mampu memberikan gambaran empiris yang valid mengenai hubungan antarvariabel dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan proses penerjemahan konsep teoritis ke dalam bentuk indikator-indikator yang dapat diukur secara empiris. Pada penelitian kuantitatif, operasionalisasi diperlukan untuk memastikan bahwa setiap variabel dapat dinilai melalui instrumen penelitian yang terstruktur, sehingga menghasilkan data yang valid dan reliabel. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel utama, yaitu *E-Recruitment* (X_1) dan Kredibilitas Informasi (X_2) sebagai variabel independen, serta minat melamar kerja (Y) sebagai variabel dependen. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima tingkat (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju), sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>E-Recruitment</i> (X_1)	Sistem rekrutmen yang memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan	<i>1. Ease to use</i>	- Kemudahan mengakses lowongan kerja	O
			- Kecepatan sistem menampilkan informasi	R
				D
				I
				N
				A
				L

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	proses pencarian dan seleksi calon tenaga kerja			
		<i>2. Process Efficiency</i>	- Proses Pendaftaran berlangsung cepat - Sistem membantu efisiensi tahap seleksi	
		<i>3.Information Transparency</i>	- Information Transparency - Tahapan Proses rekrutmen transparan	
		<i>4. System Reliability</i>	- Sistem stabil saat digunakan - Keamanan data pelamar terjamin	
		<i>5. Platform Credibility</i>	- Platfrom dianggap profesional & terpercaya - Reputasi platfrom meningkat keyakinan	
Kredib ilitas Inform asi (X2)	Tingkat kepercayaan terhadap keakuratan, kejelasan, dan keandalan	<i>1.Trustworthi ness</i>	- Informasi berasal dari sumber terpercaya - Isi Informasi Konsisten dan tidak menyesatkan	O R D I N A

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	informasi terkait lowongan kerja yang disampaikan melalui platform digital.			L
		<i>2. Expertise</i>	- Penyedia informasi kompeten - Informasi disampaikan oleh pihak ahli	
		<i>3. Information Clarity</i>	- Informasi disajikan jelas dan lengkap. - Tidak terdapat ambiguitas dalam isi lowongan	
		<i>4. Relevance & Specificity</i>	- Informasi sesuai bidang pelamar - Informasi detail dan relevan	
		<i>5. Verifiability</i>	- Informasi dapat di verifikasi - Terdapat bukti/tautan resmi pendukung	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Minat	Minat	1. Kebutuhan	- Tingkat kebutuhan	O
Melamar	Melamar Kerja	akan pekerjaan	terhadap pekerja.	R
ar	merupakan		- Tingkat dorongan	D
Kerja	kecenderungan		untuk memperoleh	I
(Y)	individu dalam		pekerjaan	N
	mencari,			A
	mempertimban			L
	gkan, dan			
	memutuskan			
	untuk			
	mengajukan			
	lamaran			
	pekerjaan pada			
	suatu			
	organisasi.			
		2. Pencarian	- Frekuensi pencarian	
		informasi	informasi lowongan	
		pekerjaan	kerja	
			- Intensitas mengakses	
			informasi pekerjaan	
		3. Penentuan	- Tingkat pertimbangan	
		pilihan	dalam memilih	
		pekerjaan	pekerjaan	
			- Tingkat kesesuaian	
			pekerjaan dengan	
			minat dan	
			kemampuan	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		4. Pembuatan keputusan melamar kerja	-	Tingkat kesiapan mengajukan lamaran kerja Tingkat keyakinan dalam mengambil keputusan melamar

3.2.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap penting dalam penelitian karena menentukan ketepatan informasi yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis. Pada penelitian ini digunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi sehingga hasil penelitian menjadi lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. Data primer menyediakan informasi langsung dari responden sesuai dengan kondisi lapangan, sedangkan data sekunder memberikan landasan teoritis dan rujukan empiris dari penelitian sebelumnya. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Creswell (2018) dan Sugiyono (2020), yang menyatakan bahwa pemanfaatan kedua sumber data dapat meningkatkan validitas dan memperluas pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

3.2.3.1.1 Data Primer dan Sekunder

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner berbasis digital yang disebarakan kepada mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan efisiensi, kemudahan distribusi, dan kesesuaiannya dengan karakteristik responden yang terbiasa dengan

teknologi digital. Kuesioner juga memungkinkan peneliti menghimpun data dalam jumlah besar secara terstandar, sehingga mendukung proses analisis statistik pada penelitian kuantitatif.

Instrumen kuesioner dirancang menggunakan skala Likert yang memudahkan responden dalam menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap indikator pada variabel *e-recruitment*, kredibilitas informasi, dan minat melamar kerja. Creswell dan Creswell (2018) menegaskan bahwa penggunaan kuesioner dalam penelitian kuantitatif efektif untuk mengukur persepsi dan variabel psikologis karena mampu menghasilkan data yang konsisten dan mudah dianalisis.

Data sekunder menjadi pelengkap yang penting dalam penelitian ini, terutama dalam merumuskan teori, menyusun indikator variabel, serta menafsirkan temuan data primer. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku ajar, laporan penelitian, serta berbagai dokumen akademik yang relevan dengan topik *e-recruitment*, kredibilitas informasi, dan minat melamar kerja mahasiswa. Literatur tersebut digunakan tidak hanya sebagai dasar teori, tetapi juga sebagai pembanding yang memperkaya analisis hasil penelitian.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh subjek yang memiliki karakteristik sesuai dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah

mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997–2012 dan saat ini sedang menempuh pendidikan di berbagai perguruan tinggi di wilayah Tasikmalaya. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada relevansinya dengan penelitian mengenai *e-recruitment*, kredibilitas informasi, dan minat melamar kerja, mengingat Generasi Z merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan teknologi digital dalam aktivitas pendidikan maupun pencarian kerja.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan agar penelitian memperoleh responden yang dapat mewakili populasi secara memadai. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z di Universitas Siliwangi. Jumlah populasi tersebut tidak dapat ditentukan secara pasti dan tergolong sangat besar, sehingga dikategorikan sebagai populasi tak terhingga (*infinite population*). Dalam kondisi tersebut, penggunaan rumus penentuan sampel yang mensyaratkan jumlah populasi tertentu seperti Slovin, Krejcie & Morgan, atau Cochran menjadi kurang tepat untuk diterapkan. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman ukuran sampel untuk analisis regresi berganda menurut Tabachnick dan Fidell.

Menurut Tabachnick dan Fidell, ukuran sampel minimal untuk analisis regresi berganda dapat ditentukan dengan rumus:

$$N \geq 104 + m,$$

Di mana m adalah jumlah variabel independen dalam model penelitian. Rumus ini digunakan untuk memastikan kecukupan jumlah responden dalam menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu e-recruitment dan kredibilitas informasi, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 2$$

$$N \geq 106 \text{ responden}$$

Dengan demikian, penelitian ini menetapkan jumlah responden sekurang-kurangnya sebanyak 106 orang.

Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria tertentu agar responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian. Sampel penelitian ditetapkan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan pertimbangan dan karakteristik khusus yang relevan dengan variabel yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan dua kriteria utama dalam pemilihan sampel.

1. Pertama, responden merupakan mahasiswa aktif angkatan 2020-2023.

Pemilihan angkatan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa dalam rentang tahun tersebut berada pada fase akhir perkuliahan atau masa persiapan memasuki dunia kerja. Mahasiswa pada angkatan ini

umumnya telah mulai memikirkan rencana karier, mencari informasi lowongan pekerjaan, serta mempersiapkan diri untuk mengikuti proses rekrutmen. Dengan demikian, mereka dianggap memiliki tingkat relevansi yang tinggi dengan variabel penelitian, khususnya terkait minat melamar kerja dan pemanfaatan *e-recruitment*.

2. Kedua, responden merupakan mahasiswa yang pernah menggunakan atau mengakses website/platform lowongan kerja atau magang dalam proses pencarian kerja. Kriteria ini ditetapkan karena penelitian berfokus pada pengaruh *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja. Mahasiswa yang belum pernah menggunakan platform rekrutmen digital dianggap belum memiliki pengalaman yang memadai untuk memberikan penilaian yang objektif terhadap indikator-indikator dalam variabel penelitian. Oleh sebab itu, hanya mahasiswa yang telah memiliki pengalaman mengakses atau melamar melalui website lowongan kerja, aplikasi rekrutmen, maupun platform magang yang dipilih sebagai responden.

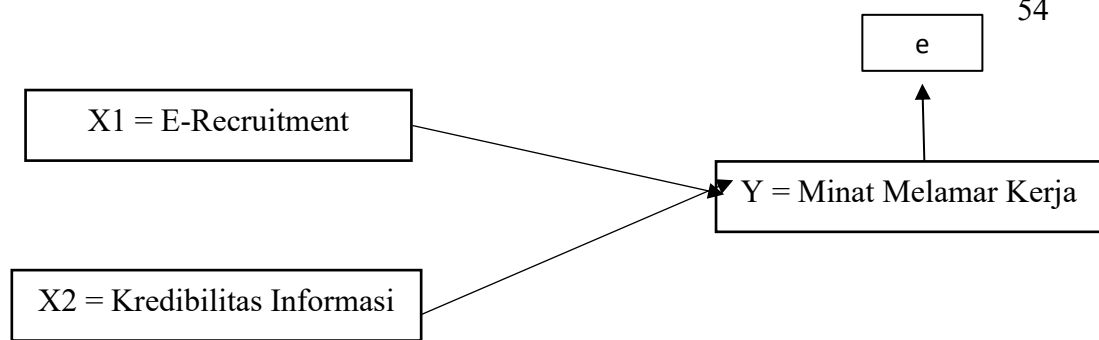
Dengan adanya dua kriteria tersebut, sampel yang diperoleh diharapkan benar-benar mewakili karakteristik populasi yang relevan dengan penelitian. Pemilihan responden yang tepat akan meningkatkan ketepatan data, kualitas jawaban kuesioner, serta validitas hasil penelitian, sehingga temuan yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi sebenarnya mengenai pengaruh *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z.

Berdasarkan rekomendasi tersebut, penelitian ini menetapkan 150 responden sebagai jumlah sampel yang digunakan. Jumlah ini dipilih untuk memperoleh hasil analisis yang stabil, representatif, serta memenuhi syarat minimum analisis multivariat dalam penelitian kuantitatif.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari *E-Recruitment* (X_1) dan Kredibilitas Informasi (X_2) terhadap variabel terikat minat melamar kerja Mahasiswa Generasi Z (Y). Penyusunan model ini didasarkan pada teori-teori yang relevan serta temuan empiris dari penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa proses rekrutmen berbasis digital dan kualitas informasi memiliki kontribusi penting terhadap kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja modern.

Secara konseptual, *E-Recruitment* dipandang sebagai mekanisme rekrutmen yang memungkinkan mahasiswa mengakses peluang kerja secara mudah, cepat, dan sistematis melalui platform digital. Sementara itu, Kredibilitas Informasi menjadi faktor penting dalam menumbuhkan keyakinan mahasiswa terhadap validitas informasi peluang kerja yang mereka peroleh secara daring. Kedua variabel ini saling melengkapi dalam membentuk tingkat minat melamar kerja, yang mencerminkan kemampuan mahasiswa untuk mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan karier.



Gambar 3. 1 Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan statistik kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh E-Recruitment (X_1) dan Kredibilitas Informasi (X_2) terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Generasi Z (Y). Data yang diperoleh melalui teknik non-probability sampling, khususnya purposive sampling, kemudian diolah dan dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Serangkaian uji statistik dilakukan mulai dari uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, hingga analisis regresi linear berganda guna menguji hipotesis yang diajukan.

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden terkait persepsi mereka terhadap *E-Recruitment* (X_1), Kredibilitas Informasi (X_2), dan Minat Melamar Kerja (Y). Pengukuran menggunakan skala Likert 1–5 sehingga nilai mean, minimum, maksimum, serta standar deviasi mampu menunjukkan bagaimana mahasiswa Generasi Z menilai masing-masing indikator variabel. Analisis ini tidak hanya bertujuan menampilkan data numerik, tetapi juga menafsirkan bagaimana karakteristik jawaban responden

mencerminkan kondisi nyata proses rekrutmen digital dan kesiapan karier mahasiswa.

Tabel 3. 2 Analisis Deskriptif

No	Keterangan	Bobot Nilai	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Tidak Ada Pendapat (TAP)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono, 2020

Selanjutnya pengukuran dengan persentase dan skoring dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

X = jumlah persentase jawaban

F = jumlah jawaban frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui maka ditentukan interval dengan rumus sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Sumber : Sugiyono 2020

3.2.5.2 *Method Successive Interval (MSI)*

Analisis MSI dilakukan dengan mengakumulasi nilai NJI untuk setiap kategori jawaban guna memperoleh skor interval yang menggantikan skor ordinal pada skala *Likert*.

Skor interval MSI dihitung dengan rumus:

$$\text{Skor Interval}_i = \sum_{j=1}^i NJI_j$$

Keterangan:

Skor interval_i = Skor interval kategori ke-i

NJI_j = Nilai jenjang interval kategori ke-j

Skor interval yang dihasilkan dari analisis MSI selanjutnya digunakan sebagai data input dalam analisis statistik inferensial, khususnya *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS). Penggunaan MSI memungkinkan data hasil pengukuran sikap dan persepsi responden dianalisis secara lebih akurat karena telah memenuhi asumsi skala interval (Sugiyono, 2019)

Dengan demikian, analisis MSI merupakan kelanjutan langsung dari analisis NJI dan menjadi dasar dalam proses transformasi data sebelum dilakukan pengujian model pengukuran dan struktural.

3.2.5.3 Uji Validitas

Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten, diperlukan serangkaian pengujian kualitas instrumen. Pengujian ini mencakup pemeriksaan tingkat ketepatan setiap butir pertanyaan serta konsistensinya ketika digunakan pada responden. Oleh karena itu, dua uji utama yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan pada kuesioner benar-benar mampu mengukur konstruk variabel yang dimaksud. Pengujian dilakukan menggunakan teknik Corrected Item–Total Correlation, di mana suatu item dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ (Sugiyono, 2020). Meskipun sampel diperoleh melalui teknik non-probability sampling, uji validitas tetap memberikan gambaran apakah instrumen mampu mengukur persepsi responden secara tepat.

3.2.5.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran. Uji dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, dan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai $\alpha \geq 0,70$ (Hair et al., 2010). Reliabilitas tetap dapat diuji meskipun data berasal dari sampel non-probabilitas, karena yang diuji adalah stabilitas internal antaritem.

3.2.5.5 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan data memenuhi persyaratan regresi linear Berganda.

- Uji Multikolinearitas : Uji ini bertujuan mengetahui apakah antarvariabel bebas memiliki korelasi tinggi. Pengujian menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, model dinyatakan bebas multikolinearitas. Uji ini penting untuk memastikan masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh unik terhadap variabel terikat.
- Uji Heteroskedastisitas : Uji dilakukan menggunakan Glejser test, dengan ketentuan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Grafik scatterplot antara ZPRED dan ZRESID juga digunakan untuk melihat pola penyebaran residual. Adanya heteroskedastisitas dapat mengganggu ketepatan model regresi sehingga penting untuk diuji.
- Uji Autokorelasi : Autokorelasi diuji menggunakan Durbin Watson Test (DW). Model regresi dikatakan bebas autokorelasi apabila nilai DW berada pada interval $du < DW < (4 - du)$. Meskipun data penelitian berbasis cross-sectional, uji ini tetap dilakukan untuk memastikan tidak terjadi pola residual berurutan.
- Uji Normalitas : Uji normalitas dilakukan untuk memastikan distribusi residual pada model regresi bersifat normal. Pengujian menggunakan Kolmogorov–Smirnov Test, di mana data memenuhi asumsi normal apabila

nilai signifikansi $> 0,05$. Evaluasi tambahan dilakukan melalui grafik P-P Plot dan histogram residual (Ghozali, 2021). Normalitas tetap perlu diuji meskipun sampel tidak acak, agar model regresi memenuhi standar analisis parametrik

3.2.5.6 Analisis Linear Berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh *E-Recruitment* (X1) dan Kredibilitas Informasi (X2) Minat Melamar Kerja Mahasiswa generasi Z (Y).

Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Minat Melamar Kerja Mahasiswa

Generasi Z

a = Konstanta b_1 ,

b_2 = Koefisien regresi

X_1 = *E-Recruitment*

X_2 = Kredibilitas informasi

e = Error

3.2.5.7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan

variasi pada variabel dependen. Dalam analisis regresi, koefisien determinasi dilambangkan dengan nilai R Square (R^2). Menurut Sugiyono (2020), koefisien determinasi menunjukkan persentase kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model penelitian. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 sampai dengan 1. Apabila nilai R^2 mendekati 1, berarti model regresi memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tergolong lemah. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja mahasiswa.

Secara matematis, koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Rumus tersebut menunjukkan bahwa nilai R^2 dikalikan 100% untuk memperoleh persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, koefisien determinasi menjadi dasar dalam menilai seberapa baik model regresi yang digunakan dalam penelitian.

3.2.5.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan) pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

1. Uji T (Parsial)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $Sig. \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji F (Simultan)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh *E-Recruitment* (X1) dan Kredibilitas Informasi (X2) secara simultan minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z (Y). Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen).
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai $Sig. \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.