

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti pada penelitian ini yakni *E-Recruitment*, Reputasi Perusahaan dan *Employee Engagement*. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah pada Mahasiswa Universitas Siliwangi yang Bekerja *Part-time* di sektor *Food and Beverage*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau disebut juga Metode ilmiah untuk mengumpulkan informasi mengenai pokok kajian. dengan tujuan akhir untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. (Manotar, 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif sering disebut metode tradisional karena sering dikaitkan dengan konsep kebenaran. Pada dasarnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dengan teknik pengukuran cermat terhadap variabel tertentu, sehingga diakhir akan menghasilkan kesimpulan yang dapat dipahami. (Manotar, 2023).

Penelitian ini disusun menggunakan metode survei elektronik. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui distribusi kuesioner secara daring kepada Mahasiswa Universitas Siliwangi yang bekerja *part-time*. Sehingga data sampel yang dikumpulkan dapat mewakili populasi penelitian yang dilakukan.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian. (Sahir, 2021). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain serta menjadi penyebab perubahan variabel lain. (Sahir, 2021). Variabel ini berperan sebagai faktor penyebab yang dapat menghasilkan perubahan pada suatu variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel independen yang diidentifikasi di antaranya: *E-Recruitment* (X1), Reputasi Perusahaan (X2), dan *Employee Engagement* (X3).

Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat/dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, variabel dependen merupakan akibat dari variabel independen. (Sahir, 2021). Pada penelitian ini, variabel dependen yang diidentifikasi yaitu *Turnover Intention* (Y).

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>E-Recruitment</i>	Proses strategis dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang mengubah seluruh siklus perekrutan menjadi format digital (<i>online</i>), dengan tujuan	1. Kebermanfaatan yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>)	- Penggunaan situs <i>E-Recruitment</i> memperlancar proses pencarian pekerjaan. - Penggunaan situs <i>E-Recruitment</i> mempermudah pencarian pekerjaan.	Ordinal
		2. Kemudahan yang Dirasakan (<i>Perceived of Ease</i>)	- Menganalisis situs <i>E-Recruitment</i> adalah hal yang mudah. - Pengguna lebih mudah melakukan apa yang	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	meningkatkan keefektifan dan efisiensi dalam mendapatkan tenaga kerja yang sesuai kriteria. Keberhasilannya diukur dari kualitas penerapannya yang meningkatkan minat pelamar		dikehendaki dalam situs <i>E-Recruitment</i> .	
Reputasi Perusahaan (X2)	Aset non-fisik yang sangat berharga, terbentuk dari akumulasi persepsi dan evaluasi seluruh <i>stakeholder</i> terhadap tindakan dan citra perusahaan di masa lalu, yang memiliki pengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan.	1. Daya Tarik Emosional (<i>Emotional Appeal</i>)	- Memiliki pandangan atau emosional yang baik, senang, dan cinta pada perusahaan. - Memiliki rasa kagum, menghormati, dan menghargai perusahaan.	Ordinal
		2. Produk dan Layanan (<i>Product and Service</i>)	- Berpikir bahwa produk dan jasa yang dikelola sesuai dengan inti bisnis, serta identitas perusahaan. - Berpikir bahwa perusahaan menawarkan produk dan jasa yang memiliki kualitas tinggi.	Ordinal
		3. Visi dan Kepemimpinan (<i>Vision and Leadership</i>)	- Berpikir bahwa perusahaan mempunyai visi yang memiliki tujuan dengan jelas. - Berpikir bahwa perusahaan bergerak dibawah naungan kepemimpinan yang mahir.	Ordinal
		4. Lingkungan Tempat Kerja (<i>Workplace Environment</i>)	- Perusahaan terlihat menjadi tempat yang baik dalam bekerja. - Perusahaan yang memiliki pegawai atau karyawan yang bekerja secara profesional.	Ordinal
		5. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>CSR</i>)	- Bertanggung jawab dalam masalah lingkungan. - Berupaya memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik.	Ordinal
		6. Kinerja Keuangan (<i>Financial Performance</i>)	- Memiliki prospek yang kuat untuk pertumbuhan di masa depan. - Menghasilkan catatan mengenai kinerja keuangan perusahaan yang menunjukkan keuntungan finansial.	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>Employee Engagement</i> (X3)	Ikatan emosional yang sangat kuat yang terjalin antara karyawan dengan organisasi, di mana karyawan merasa terhubung dan memiliki dedikasi penuh terhadap tujuan perusahaan, yang secara efektif akan menurunkan tingkat niat keluar karyawan (<i>Turnover Intention</i>).	1. <i>Career Development</i> (Pengembangan Karir)	- Program pelatihan perusahaan meningkatkan kompetensi kerja saya - Tersedianya jalur karir yang jelas memotivasi saya dalam bekerja	Ordinal
		2. <i>Communication</i> (Komunikasi)	- Komunikasi yang terbuka antara atasan dan bawahan berjalan dengan baik - Perusahaan selalu memberikan informasi yang jelas mengenai kebijakan kantor.	Ordinal
		3. <i>Leadership</i> (Kepemimpinan)	- Gaya kepemimpinan atasan mendorong saya untuk bekerja lebih maksimal - Atasan memberikan arahan yang mudah dipahami dalam menjalankan tugas.	Ordinal
		4. <i>Compensation</i> (Kompensasi)	- Pemberian gaji dan bonus sudah sesuai dengan kontribusi kerja saya - Sistem penghargaan di perusahaan dirasakan adil bagi seluruh karyawan.	Ordinal
		5. <i>Work Environment</i> (Lingkungan Kerja)	- Fasilitas yang tersedia di tempat kerja mendukung kelancaran tugas saya - Kondisi lingkungan kerja menciptakan suasana yang nyaman saat bekerja.	Ordinal
<i>Turnover Intention</i> (Y)	Niat atau keinginan psikologis karyawan untuk berhenti atau keluar meninggalkan organisasi, meskipun niat tersebut masih berada pada tahap keinginan dan belum direalisasikan, diakibatkan oleh ketidakpuasan mendasar pada pekerjaannya.	1. <i>Monthly Income</i> (Pendapatan Bulanan)	- Tingkat pendapatan bulanan yang saya terima saat ini sudah mencukupi kebutuhan saya. - Besaran gaji yang diberikan perusahaan membuat saya tetap bertahan di organisasi ini.	Ordinal
		2. <i>Overtime</i> (Kerja Lembur)	- Beban kerja lembur yang sering terjadi membuat saya terpikir untuk mencari pekerjaan lain. - Waktu kerja lembur yang tinggi mempengaruhi keinginan saya untuk berhenti dari perusahaan.	Ordinal
		3. <i>Age</i> (Usia)	- Sebagai karyawan muda, saya merasa perlu mencari tantangan baru di perusahaan lain. - Saya merasa di usia saat ini,	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			berpindah-pindah perusahaan adalah hal yang wajar dilakukan.	
	4.	<i>Total Working Years</i> (Total Masa Kerja)	- Masa kerja saya yang masih sangat membuat saya lebih terbuka terhadap peluang kerja diluar. - Pengalaman kerja yang saya miliki saat ini mendorong saya untuk mencari posisi yang lebih baik di tempat lain.	

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dalam suatu penelitian.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dalam bentuk angka untuk dianalisis secara statistik guna menguji pengaruh *E-Recruitment*, reputasi perusahaan, dan *Employee Engagement* terhadap *Turnover Intention*. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari mahasiswa Universitas Siliwangi yang bekerja *part-time* di sektor *Food and Beverage* melalui penyebaran kuesioner. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari publikasi resmi Badan Pusat Statistik, laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian.

3.2.2.2 Populasi Penelitian

Populasi merupakan skor keseluruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa

orang-orang, institusi-institusi, benda-benda. (Sahir, 2022). Penelitian ini, populasi yang diteliti yaitu dari Mahasiswa Universitas Siliwangi yang Bekerja *Part-time* di Sektor *Food and Beverage*.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena mempunyai keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili (Abdullah et al., n.d.). Dalam penelitian ini, *non probability sampling* digunakan untuk memilih sampel. Dengan kata lain, metode pengambilan sampel ini tidak memberi setiap anggota populasi peluang atau kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2019: 139). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel *purposive sampling* digunakan, yaitu metode ini didasarkan pada pertimbangan tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini belum diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat memakai rumus Cochran (Sugiyono, 2019). Sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 PQ}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan adalah 95% dan untuk simpanan 5% = 1.96

P = Peluang Benar 50% = 0.5

$Q = \text{Peluang Salah } 50\% = 0.5$

$e^2 = \text{Alpha atau sampling eror sebesar } 10\% = 0.1$

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{0.1^2}$$

$n = 100$ responden

Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang bekerja *Part-time*
2. Tergolong dalam Generasi Z (Kelahiran 1997-2012)
3. Berstatus Mahasiswa Universitas Siliwangi
4. Bekerja pada sektor *Food and Baverage* (Kafe, Restoran, atau usaha kuliner lainnya)

3.2.2.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah skala yang dirancang untuk menyusun instrumen yang dapat mengukur sikap, persepsi, dan pandangan individu atau kelompok mengenai potensi serta permasalahan terkait suatu objek (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan pernyataan dua jenis, yaitu pernyataan positif dan negatif.

Tabel 3. 2 Skala Nilai, Notasi, dan Predikat Masing-Masing Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono:2019)

Skala pada pernyataan positif bertujuan untuk mengukur seberapa setuju responden dengan pernyataan dalam variabel yang diteliti. Pada skala ini, nilai 5

diberikan untuk responden yang “Sangat Setuju” menunjukkan bahwa responden sangat mendukung pernyataan tersebut. Sebaliknya, nilai 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju” yang mencerminkan ketidaksetujuan terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 3. 3 Skala Nilai, Notasi, dan Predikat Masing-Masing Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Setuju	S	Rendah
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

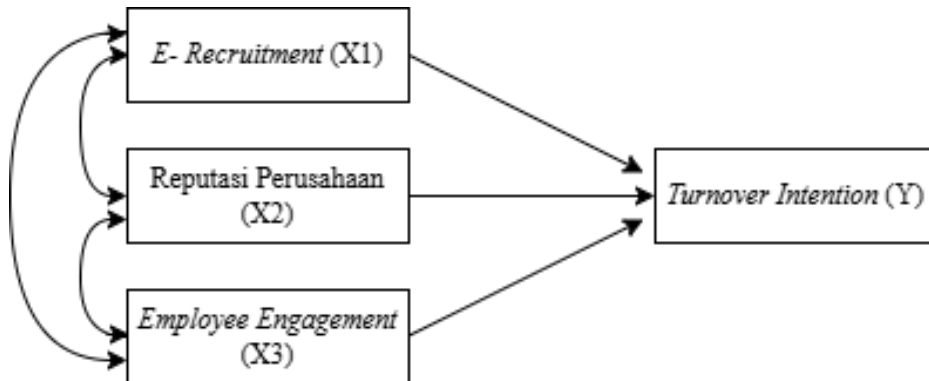
Sumber: (Sugiyono:2019)

Skala pernyataan negatif bertujuan untuk mengukur seberapa tidak setuju responden dengan pernyataan dalam variabel yang diteliti. Pada skala ini, nilai 5 diberikan untuk responden yang “Sangat Tidak Setuju” menunjukkan bahwa responden sangat menentang pernyataan negatif. Sebaliknya, nilai 1 menunjukkan “Sangat Setuju” yang mencerminkan responden sangat mendukung pernyataan negatif tersebut.

Kedua tabel diatas, menyajikan pengaturan nilai untuk pernyataan positif dan negatif guna memudahkan interpretasi hasil dari responden terhadap instrumen penelitian.

3.2.3 Model Penelitian

Agar dapat memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai “Pengaruh *E-Recruitment*, Reputasi Perusahaan dan *Employee Engagement* Terhadap *Turnover Intention* (Studi pada Mahasiswa Universitas Siliwangi Yang Bekerja *Part-Time*)”, sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka model penelitian disajikan pada gambar sebagai berikut.



Gambar 3. 1 Model Penelitian

Keterangan:

X1 : *E-Recruitment*

X2 : Reputasi Perusahaan

X3 : *Employee Engagement*

Y : *Turnover Intention*

→ : Pengaruh Langsung

3.2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan sebab-akibat serta mengukur pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel melalui serangkaian uji regresi yang sistematis. Selain itu,, analisis jalur dengan SPSS memungkinkan peneliti untuk melakukan pengujian hipotesis secara bertahap dengan tetap memperhatikan ketetapan estimasi melalui

terpenuhinya asumsi-asumsi klasik dalam model penelitian (Ghozali, 2024).

3.2.4.1 Analisis Deskriptif

Pada analisis kuantitatif deskriptif, seluruh data yang telah diperoleh dikonstruksi dan dibuatkan kesimpulan guna memberikan gambaran atau petunjuk yang jelas terkait fenomena yang diteliti. (Soesana et al., 2023). Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan, seperti tingkat kecenderungan dan sebaran variabel yang diteliti, sehingga dapat membantu dalam interpretasi hasil yang lebih akurat.

Instrumen penelitian ini disusun menggunakan skala likert sebagai teknik pengukuran untuk mengevaluasi sikap, pandangan, maupun persepsi responden terhadap fenomena sosial yang sedang dikaji. Dalam prosesnya, setiap variabel penelitian diturunkan menjadi indikator-indikator spesifik yang menjadi landasan penyusunan butir pernyataan dalam kuesioner. Responden diminta untuk memilih alternatif jawaban yang paling sesuai dengan kondisi mereka, di mana setiap pilihan jawaban memiliki bobot nilai yang terukur dalam rentang sangat positif hingga sangat negatif sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala Likert

Nomor	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, 2019)

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data

dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) dari setiap variabel, yaitu *E-Recruitment*, reputasi perusahaan, *Employee Engagement*, dan *Turnover Intention*, serta keseluruhan sampel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan respon mahasiswa Universitas Siliwangi yang bekerja *part-time* terhadap fenomena yang sedang dikaji.

Untuk menganalisis setiap butir pernyataan atau indikator dalam kuesioner, tahap awal yang dilakukan adalah menghitung frekuensi distribusi jawaban pada tiap kategori pilihan yang telah diisi oleh responden. Setelah data frekuensi untuk setiap kategori terkumpul, dilakukan penghitungan total skor untuk masing-masing indikator guna melihat kecenderungan jawaban. Adapun untuk menentukan batasan kategori penilaian, penghitungan Nilai Jenjang Interval (NJI) dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Nilai (NJI)} = \frac{(\text{Indeks Maksimum} - \text{Indeks Minimum})}{\text{Jumlah Kategori Pernyataan}}$$

Perhitungan NJI ini memungkinkan interpretasi yang lebih sistematis terhadap hasil rata-rata jawaban. Sebagai contoh, jika indeks minimum adalah 1 dan indeks maksimum adalah 5, maka perhitungannya sebagai berikut:

- Indeks Minimum : 1
- Indeks Maksimum: 5
- Interval : $5 - 1 = 4$
- Jarak Interval : $(5 - 1) : 5 = 0,8$

Setelah menghitung NJI, hasil rata-rata dari jawaban dapat diinterpretasikan

menggunakan kategori pada tabel kontinum untuk mempermudah peneliti dalam menilai setiap indikator. Berikut adalah kategori skala yang digunakan:

Tabel 3. 5 Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Cukup Baik
4,41	4,20	Baik
4,20	5,00	Sangat Baik

Sumber: (Sugiyono,2019)

3.2.4.2 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis Korelasi *Pearson Product Moment* dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengambilan keputusan validitas instrumen adalah dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r hitung) dengan nilai r tabel pada derajat kebebasan $df = n - 2$. Jika nilai τ hitung $> \tau$ tabel dan nilai Signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas sering didefinisikan sebagai konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Stainback, 1988 dalam Sugiyono, 2022:267). Suatu instrumen dinyatakan reliabel, apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Sehingga jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel, dan jika nilai Cronbach Alpha

3.2.5.3. Method of Successive Interval

Pada penelitian ini, hasil yang diperoleh dari jawaban responden dengan menggunakan skala likert adalah data ordinal. Agar data dapat dianalisis secara statistic maka data tersebut harus diubah menjadi data interval melalui *method of successive*

interval (MSI). *Method of Succesive Interval* merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk transformasi data adalah sebagai berikut:

- a. Memperhatikan setiap item pernyataan dalam kuesioner
- b. Tentukan beberapa orang responden dengan jawaban pendapat skor 1, 2, 3, 4, 5 yang disebut frekuensi
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut sebagai proporsi
- d. Setelah mendapatkan proporsi, selanjutnya menentukan proporsi komulatif dengan cara menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
- e. Menentukan nilai Z untuk setiap PF (Proporsi Frekuensi) yang diperoleh dengan menggunakan tabel distribusi normal.
- f. Menentukan skala (*scale value* = SV) untuk setiap skor jawaban yang diperoleh dengan menggunakan tabel tinggi densitas
- g. Menentukan skala dengan menggunakan rumus persamaan sebagai berikut:

$$SV = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Unit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Keterangan:

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas

Area Below Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Below Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

h. Setelah menentukan SV maka nilai skala ordinal ke interval, yaitu nilai SV yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu). Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan nilai transformasi adalah sebagai berikut:

$$\text{Transformed Scale Value} = Y = SV + |SV \min| + 1$$

i. Setelah mendapatkan nilai dari *Transformed Scale Value*, nilai tersebut adalah nilai skala interval.

3.2.5.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah – langkah dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Menghitung koefisien jalur ρ

Mengitung koefisien jalur untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien ini diperoleh melalui nilai Standardized Coefficients Beta pada output regresi.

2. Menjumlahkan koefisien korelasi τ

Hubungan antara variabel X1 dengan Y, X2 dengan Y, X3 dengan Y, X1 dengan X2, X2 dengan X3, dan X1 dengan X3 dihitung menggunakan koefisien korelasi (τ). Koefisien korelasi ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antarvariabel dalam model penelitian sebelum menghitung pengaruh tidak langsung.

3. Menghitung Pengaruh Variabel Residual

Koefisien residual (ε) dihitung berdasarkan nilai yang diperoleh dari output *Model Summary* pada SPSS. Koefisien residual menunjukkan besarnya pengaruh variabel lain di luar model penelitian yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah:

$$\varepsilon = \sqrt{1 - R^2}$$

Atau dalam perhitungan pengaruh total:

$$\text{Pengaruh lain} = 1 - R^2$$

Berikut adalah tabel formulasi perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel:

Tabel 3. 6 Pengaruh langsung dan tidak langsung Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Formulasi
(1)	(2)	(3)
1.	<i>E- Recruitment</i> (X_1)	
	a. Pengaruh langsung X_1 terhadap Y	$(pyx_1)^2$
	b. Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap X_2	$(pyx_1)(rx_1x_2)(pyx_2)$
	Pengaruh X_1 terhadap Y	a + b (1)
2.	<i>Reputasi Perusahaan</i> (X_2)	
	a. Pengaruh langsung X_2 terhadap Y	$(pyx_2)^2$
	b. Pengaruh tidak langsung X_2 terhadap X_3	$(pyx_2)(rx_2x_3)(pyx_3)$
	Pengaruh X_2 terhadap Y	c + d (2)
3.	<i>Employee Engagement</i> (X_3)	
	a. Pengaruh langsung X_3 terhadap Y	$(pyx_3)^2$
(1)	(2)	(3)
	b. Pengaruh tidak langsung X_3 terhadap X_1	$(pyx_3)(rx_3x_1)(pyx_1)$
	Pengaruh X_3 terhadap Y	e + f (3)
Total pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y		(1) + (2) + (3) = kd
Pengaruh lain yang tidak diteliti		1 - kd = knd

3.2.5.5 Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah tepat dan layak untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini menguji pengaruh *E-Recruitment* (X1), Reputasi Perusahaan (X2), dan *Employee Engagement* (X3) terhadap *Turnover Intention* (Y).

H_0 : *E-Recruitment*, Reputasi Perusahaan, *Employee Engagement* tidak dapat digunakan sebagai prediktor untuk menjelaskan *Turnover Intention*

H_1 : *E-Recruitment*, Reputasi Perusahaan, *Employee* tidak dapat digunakan sebagai prediktor untuk menjelaskan *Turnover Intention*

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Taraf signifikan = 0,05
- b) Apabila nilai signifikansi $>0,05$, maka H_0 diterima
- c) Apabila nilai signifikansi $<0,05$, maka H_0 ditolak

2. Uji T

Uji statistik t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh langsung dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan mengetahui *E-Recruitment* (X1), Reputasi Perusahaan (X2), dan *Employee Engagement* (X3) secara mandiri memiliki pengaruh terhadap *Turnover Intention* (Y).

Hipotesis parsial yang diuji adalah sebagai berikut:

H_0 pada $p_{yxi} = 0$ (Variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh

signifikan terhadap *Turnover Intention*.)

H_1 pada $p_{yxi} \neq 0$ (Variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel *Turnover Intention*.)

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Taraf signifikan = 0,05
- b) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- c) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Selain melihat nilai signifikansi, pengujian jga dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung $> t$ tabel atau $-t$ hitung $< -t$ tabel, maka variabel tersebut dinyatakan memiliki pengaruh.