

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah *Employer Branding*, *Work Readiness*, *Intention To Apply* dan *Perceived Informativeness*. Sedangkan untuk unit analisis penelitian adalah mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Siliwangi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan maksud dan manfaat yang spesifik. Metode penelitian ini menggunakan survei. Survei merupakan metode penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dari sekelompok responden dalam periode tertentu, dengan tujuan mendeskripsikan, menganalisis, ataupun menguji keterkaitan antar variabel (Sugiyono, 2023: 57).

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian verifikatif yang berarti membuktikan. Membuktikan bahwa data yang dikumpulkan dan digunakan valid untuk menghilangkan ketidakpastian tentang informasi, teori, kebijakan, tindakan, atau produk yang ada (Sugiyono, 2023: 6).

Eksplanatory dalam konteks kuantitatif adalah bentuk penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan antarvariabel. Dalam penelitian ini, peneliti menghubungkan satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen

untuk memahami bagaimana pengaruh tersebut terjadi, seringkali menggunakan logika kausal. Pendekatan ini bermula dari pengujian teori dan pengembangan pertanyaan atau hipotesis logis berdasarkan hubungan antarvariabel dalam teori tersebut. (Creswell & Creswell, 2018: 228).

Lalu pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada paradigma positivis, di mana populasi atau sampel tertentu menjadi subjek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, sedangkan pengolahan dan analisis data menggunakan metode statistik untuk menguji validitas hipotesis yang telah ditentukan. Paradigma positivis memandang realitas dan fenomena sebagai objek yang nyata, dapat diamati secara empiris, dan terukur, dengan pola sebab dan akibat. Penelitian yang menggunakan pendekatan ini biasanya diterapkan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif (Sugiyono, 2023: 16).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel mengacu pada proses mengubah variabel penelitian menjadi definisi yang terukur dan dapat diamati secara empiris, sehingga mendukung pengumpulan data yang terorganisir, sistematis, dan andal. Proses ini melibatkan penentuan indikator atau kriteria spesifik yang secara akurat mencerminkan konsep abstrak, dengan tujuan mengubahnya menjadi bentuk yang dapat diuji secara ilmiah dan diukur secara akurat. Misalnya, variabel seperti motivasi dapat dioperasionalkan melalui indikator yang mencakup tingkat keterlibatan aktif, skor yang diperoleh dari instrumen pengukuran yang valid, atau frekuensi perilaku spesifik yang secara jelas menggambarkan aspek motivasi

tersebut. Pendekatan ini memainkan peran penting dalam memastikan validitas dan reliabilitas pengukuran penelitian (Creswell & Creswell, 2018: 17).

Operasionalisasi penelitian variabel disajikan pada Tabel 3.1

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasonal	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>Employer Branding</i> (X ₁)	Upaya perusahaan untuk membangun citra tempat kerja yang unggul dan menarik, kemudian memperkenalkan alkannya kepada mahasiswa yang memiliki kompetensi dan keterampilan yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya.	1. <i>Interest Value</i> 2. <i>Social Value</i> 3. <i>Economic Value</i> 4. <i>Development Value</i> 5. <i>Application Value</i>	• Tantangan kerja • Kesempatan berinovasi • Hubungan dengan rekan kerja • Dukungan dari atasan • Gaji dan tunjangan • Stabilitas pekerjaan • Pelatihan dan pengembangan diri • Kesempatan promosi • Kesempatan menerapkan ilmu • Keterlibatan dalam tugas nyata	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>Work Readiness</i> (X ₂)	Serangkaian keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang membantu mahasiswa berpartisipasi aktif di pasar tenaga kerja dan berkontribusi pada tujuan perusahaan secara keseluruhan	1. <i>Technical Competence</i> 2. <i>Social Intellegency</i> 3. <i>Personal Characteristics</i> 4. <i>Organisational Acumen</i>	• Penguasaan pengetahuan dunia kerja • Keterampilan parktis • Komunikasi • Kerja sama tim • Kepercayaan diri • Motivasi kerja • Siap menghadapi tekanan • Disiplin • Kepatuhan aturan kerja	Ordinal
<i>Intention To Apply</i> (Y)	Kesediaan mahasiswa untuk mengajukan lamaran setelah menimbang <i>job attributes</i> (atribut pekerjaan) dan aktivitas <i>employer branding</i> yang dilakukan perusahaan.	1. Ketertarikan terhadap perusahaan 2. Kesiapan mengajukan lamaran	• Minat terhadap reputasi • Nilai perusahaan • Peluang karier menjanjikan • Kepercayaan diri melamar • Keyakinan menghadapi proses rekrutmen • Yakin lolos seleksi	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3. Ekspetasi Karier	• Harapan karier • Peluang pengembangan diri • Mencari informasi perusahaan	
<i>Perceived Informativeness (Z)</i>	Menggambar kan sejauh mana informasi yang oleh mahasiswa dapat diterima dan dianggap sebagai penjelasan yang jelas, lengkap, dan relevan tentang suatu produk atau merek.	1. Informasi iklan yang memuaskan 2. Informasi iklan tersusun baik 3. Informasi cukup untuk membuat keputusan	• Informasi dalam iklan mudah dipahami. • Informasi yang diberikan relevan dan sesuai dengan kebutuhan. • Informasi dalam iklan disusun secara logis dan teratur. • Alur penyampaian informasi dalam iklan mudah diikuti. • Informasi yang tersedia cukup untuk menilai pekerjaan. • Informasi dalam iklan membantu untuk memutuskan apakah akan	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			Melamar pekerjaan tersebut	
			• Informasi dalam iklan tidak cukup untuk membantu memutuskan melamar pekerjaan	
		4. Iklan memberikan semua informasi penting	• Iklan pekerjaan menyertakan semua aspek penting dari pekerjaan	
			• Tidak ada informasi penting yang terlewat dalam iklan pekerjaan	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang relevan guna mendukung pencapaian tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diminta menjawab serangkaian pertanyaan, yang kemudian memberikan respons berdasarkan keadaan, pengalaman, atau perspektif mereka terhadap suatu topik

(Sugiyono, 2023: 199). Instrumen ini biasanya disusun menggunakan skala Likert, yang memungkinkan peneliti untuk mengukur sikap, persepsi, dan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang disajikan kepada mereka. Kuesioner dipilih karena praktis, dapat menjangkau banyak responden, dan menghasilkan data kuantitatif yang mudah dipahami. Oleh karena itu, kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2022.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri, mempelajari, dan menganalisis berbagai sumber tertulis atau dokumen terkait topik penelitian. Dalam studi ini, studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2022.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya melalui metode seperti pengukuran, perhitungan, kuesioner, observasi, dan wawancara (Hardani et al., 2020: 246). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2022 Universitas Siliwangi.

3.2.3.2 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti sebagai fokus studi dan sebagai

dasar untuk menarik kesimpulan. Populasi tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga objek alam lainnya. Lebih jauh lagi, populasi tidak hanya merujuk pada jumlah objek atau subjek yang dipelajari, tetapi juga pada semua karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek tersebut (Sugiyono, 2023: 126). Dalam penelitian kuantitatif, populasi berfungsi sebagai dasar penentuan sampel yang mewakili, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan kembali kepada kelompok asalnya (Creswell & Creswell, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ekonomi di Universitas Siliwangi dan Bisnis dengan jumlah Mahasiswa keseluruhan 982 orang.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang dipilih menggunakan metode tertentu dan dijadikan sebagai sumber data penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *proposionate random sampling*. *Proposionate random sampling* adalah metode pengambilan sampel yang diterapkan pada populasi heterogen yang dibagi menjadi strata atau kelompok berbeda berdasarkan karakteristik tertentu. Metode ini menyesuaikan jumlah sampel dari setiap strata secara proporsional dengan ukuran kelompok tersebut dalam populasi, sehingga sampel yang dihasilkan mencerminkan komposisi sebenarnya dari populasi. Keuntungan dari teknik ini adalah menghasilkan sampel yang lebih representatif, sehingga menghasilkan data penelitian yang lebih akurat yang mencerminkan karakteristik seluruh populasi (Hardani et al., 2020: 365). Kelompok responden dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa manajemen, akuntansi, dan ekonomi pembangunan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan

tingkat kesalahan (*margin of error*) 10%, sehingga diperoleh sebanyak 91 responden. Pemilihan teknik ini dilakukan agar sampel yang diperoleh benar-benar mewakili karakteristik populasi sesuai dengan tujuan penelitian.

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{982}{1 + 982 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{982}{1 + 982 (0,01)}$$

$$n = \frac{982}{1 + 9,82}$$

$$n = \frac{982}{10,82}$$

$$n = 91$$

Perhitungan Sampel per Program Studi

Alokasi sampel dihitung menggunakan rumus proporsi sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times N$$

Keterangan:

- n_i = Jumlah sampel pada program studi ke-i
- N_i = Jumlah populasi pada program studi ke-i
- N = Total populasi seluruh program studi
- n = Total sampel keseluruhan

A. Program Studi Manajemen : 382

$$n_i = \frac{382}{982} \times 91 = 35$$

B. Program Studi Akuntansi : 301

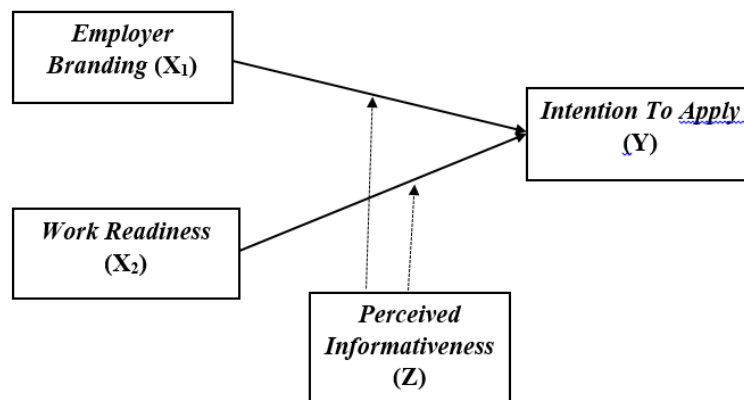
$$\eta_i = \frac{301}{982} \times 91 = 28$$

C. Program Studi Ekonomi Pembangunan : 299

$$\eta_i = \frac{299}{982} \times 91 = 28$$

3.2.4 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen, yaitu *employer branding* (X_1) dan *work readiness* (X_2), serta satu variabel dependen, yaitu *intention to apply* (Y) dan variabel moderasi yaitu *perceived informativeness* (Z). Berdasarkan informasi ini, kerangka kerja berikut dikembangkan:



Gambar 3. 1
Gambar Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = *Employer Branding*

X_2 = *Work Readiness*

Y = *Intention To Apply*

Z = *Perceived Informativeness*

3.2.5 Teknik Analisis Data

Data dari penelitian ini kemudian akan dianalisis secara statistik untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari pengaruh *employer branding* dan *work readiness* terhadap *intention to apply* dengan *perceived informativeness* sebagai variabel moderasi. Alat analisis yang digunakan adalah:

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh dari kuesioner penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan respons responden terhadap variabel penelitian. Instrumen penelitian menggunakan daftar pernyataan dengan lima pilihan respons: SS (sangat setuju), S (setuju), N (netral), TS (tidak setuju), dan STS (sangat tidak setuju). Penilaian didasarkan pada skala Likert dengan bobot 5-4-3-2-1 untuk pernyataan positif dan 1-2-3-4-5 untuk pernyataan negatif. Variabel yang akan diukur dipecah menjadi indikator variabel menggunakan skala Likert. Indikator-indikator ini juga menjadi dasar penyusunan butir-butir instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Respons terhadap setiap butir instrumen yang menggunakan skala Likert berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2023: 146). Lihat gambar berikut untuk informasi lebih lanjut tentang skala penilaian untuk pernyataan positif:

Tabel 3.2
Nilai, Notasi, dan Pernyataan Positif

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	N	Netral
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono, (2023:147)

Selanjutnya, untuk skala skor pernyataan negatif bisa dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 3.3
Nilai, Notasi, dan Pernyataan Negatif

Nilai	Notasi	Predikat
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, (2023:147)

Selanjutnya, pengukuran dilakukan dengan metode persentase dan penilaian skor menggunakan rumus, (Sugiyono, 2023) sebagai berikut:

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

Keterangan:

- X = Persentase total jawaban
- F = Frekuensi jumlah jawaban
- N = Jumlah Responden

Setelah itu, nilai keseluruhan untuk setiap indikator dapat ditentukan dengan menghitung interval dengan rincian sebagai berikut:

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

Keterangan:

- NJI = Interval untuk menentukan kategori seperti sangat tinggi, sedang, rendah, atau sangat rendah pada suatu interval.
- Kriteria pertanyaan = digunakan untuk menetapkan klasifikasi penilaian.

3.2.5.2 Metode Successive Interval

Metode *Successive Interval* (MSI) adalah metode transformasi data yang bertujuan mengubah skala ordinal, misalnya skala Likert menjadi skala interval. Transformasi ini diperlukan karena data ordinal hanya menunjukkan peringkat tanpa memastikan kesamaan jarak antar kategori, sehingga tidak ideal apabila dianalisis dengan pendekatan statistik parametrik. Dengan menerapkan MSI, data ordinal dapat diubah ke bentuk interval sehingga analisis parametrik, seperti regresi, korelasi, maupun *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dapat digunakan secara tepat (Febriana & Setiawati, 2024). Tahapan metode MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi (f) jawaban responden untuk tiap kategori.
2. Menghitung proporsi (p) setiap kategori dengan membagi frekuensi kategori dengan jumlah total responden. Rumus $p = f / N$
3. Mengakumulasi proporsi-proporsi kategori secara berurutan untuk memperoleh proporsi kumulatif (p_k).
4. Mengonversi proporsi kumulatif tersebut menjadi nilai Z berdasarkan distribusi normal.
5. Menghitung densitas dari nilai Z menggunakan fungsi distribusi normal.

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{Z^2}{2}}$$

6. Menetapkan skala interval untuk tiap kategori berdasarkan densitas dan nilai Z dengan rumus;

$$\text{Scale} = \frac{\text{lower limit density} - \text{upper limit density}}{\text{area under upper limit} - \text{area under lower limit}}$$

7. Menghasilkan nilai interval akhir sebagai pengganti skor ordinal.

3.2.5.3 Analisis PLS-SEM

Analisis PLS-SEM melibatkan dua tahap pemodelan, yaitu model pengukuran (*measurement model* atau *outer model*) yang digunakan untuk menilai kualitas instrumen penelitian, dan model struktural (*structural model* atau *inner model*) yang digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk dalam penelitian. Model pengukuran menjelaskan bagaimana variabel yang diamati (manifest) mewakili variabel laten untuk tujuan pengukuran, sedangkan model struktural menggambarkan kekuatan hubungan antara variabel laten atau konstruk. Kedua fase ini penting untuk menilai akurasi dan reliabilitas suatu model. Sebelum menguji hubungan prediktif dan kausal antar konstruk, model penelitian harus disempurnakan menggunakan model pengukuran untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

1. Evaluasi *Outer Model*

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menilai hubungan antara indikator dan variabel laten, khususnya untuk menentukan sejauh mana indikator dapat mewakili dan menjelaskan konstruk laten yang diukur. Langkah-langkah dalam evaluasi model eksternal meliputi:

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dalam model reflektif dinilai melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai *outer loading* menggambarkan seberapa baik suatu indikator mencerminkan konstruk laten, dengan kriteria $\geq 0,70$ sebagai batas yang direkomendasikan. Dalam penelitian eksploratif, nilai antara 0,60 dan 0,70 masih dapat diterima, selama indikator lain dan nilai reliabilitas konstruk

memenuhi standar (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menunjukkan bahwa suatu konstruk untuk menunjukkan perbedaan yang jelas dari konstruk lainnya sehingga tidak memiliki hubungan yang terlalu tinggi dengan konstruk yang berbeda. Pada model reflektif, pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan melalui nilai *cross loading*, yaitu dengan memastikan bahwa nilai *loading* setiap indikator pada konstruk yang diukurnya lebih tinggi dibandingkan nilai *loading* indikator tersebut pada konstruk lain. Apabila suatu variabel laten memiliki hubungan yang lebih kuat dengan indikator-indikator pembentuknya daripada dengan variabel laten lainnya, maka variabel tersebut dinilai lebih mampu menjelaskan indikator yang dimilikinya (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal variabel laten dan dapat dinilai menggunakan *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*. Variabel laten dianggap reliabel jika nilai *composite reliability* $>0,7$ dan nilai *cronbach's alpha* $>0,7$, yang menunjukkan bahwa indikator secara konsisten mewakili konstruk yang diukur (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis model internal bertujuan untuk memeriksa pengaruh hubungan atau hubungan sebab-akibat antara konstruk dalam model struktural. Evaluasi model struktural dapat dilakukan dengan mengukur R-squared, goodness of fit, dan signifikansi.

a. Nilai *R-Square*

Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan perbedaan atau variasi pada variabel dependen. Interpretasinya, nilai 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 dikategorikan sedang, dan 0,25 dikategorikan lemah. Dengan demikian, nilai *R-Square* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang diteliti (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

b. *F-Square* (f^2)

Evaluasi *effect size* (f^2) bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen pada model struktural. Nilai f^2 yang lebih besar dari 0,015 menunjukkan bahwa variabel eksogen memberikan kontribusi yang berarti terhadap variabel endogen, sehingga pengaruhnya dapat dianggap substantif dalam model penelitian (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

c. *Stone-Geisser Q-Square* (*Predictive Relevance*)

Nilai *Q-Square* digunakan untuk mengevaluasi kemampuan model dalam merepresentasikan dan memprediksi data observasi yang digunakan dalam penelitian. Model dikatakan memiliki relevansi prediktif yang baik apabila nilai *Q-Square* lebih besar dari nol. Sebaliknya, nilai *Q-Square* yang kurang dari nol menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang rendah atau tidak memiliki *predictive relevance* yang memadai (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_P^2)$$

d. *Goodness of Fit* (gof) R^2

Evaluasi *Goodness of fit* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model

secara keseluruhan mampu menjelaskan varians dari konstruk laten dan menunjukkan kesesuaian model secara keseluruhan. GoF dihitung dengan mengalikan rata-rata komunalitas (mean AVE) dengan rata-rata R^2 dari konstruk dependen, kemudian dikalikan dengan akar kuadrat. Nilai GoF diklasifikasikan sebagai kecil (0,10), sedang (0,25), dan besar ($\geq 0,36$), yang menunjukkan tingkat kesesuaian model yang memadai (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui *path analysis* (analisis jalur), yang merupakan pengembangan dari metode regresi berganda untuk menganalisis hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Interpretasi arah hubungan antarvariabel didasarkan pada nilai *original sample* pada koefisien jalur. Koefisien jalur yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel yang diuji, sedangkan koefisien yang bernilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Dengan demikian, nilai *original sample* yang lebih besar dari nol mengindikasikan pengaruh positif, sementara nilai yang lebih kecil dari nol mengindikasikan pengaruh negatif. Selain itu, suatu hipotesis dinyatakan diterima atau memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai *t-statistic* melebihi 1,96 dan nilai *p-value* berada di bawah 0,05 pada tingkat signifikansi 5% (Ghozali & Kusumadewi, 2023).