

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) objek penelitian adalah objek atau kegiatan yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari lebih lanjut dan dapat ditarik kesimpulan. Objek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester akhir khususnya mahasiswa semester 7 dengan tahun angkatan 2019 program studi manajemen di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Pengamatan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer branding* dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa angkatan 2019 program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dalam bentuk angka. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal, yaitu rumusan masalah yang menanyakan hubungan antar dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel X, yaitu *employer branding* dan *e-recruitment* terhadap variabel Y, yaitu minat melamar kerja. Penelitian akan dilakukan di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang berlokasi di Jalan Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur Semarang 50234.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan wilayah general yang terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan. Menurut Handayani (2020) populasi merupakan keseluruhan dari setiap elemen yang nantinya akan diteliti oleh peneliti yang mempunyai ciri sama, bisa dalam bentuk individu dari kelompok, fenomena, atau yang akan diteliti.

Berdasarkan definisi diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester akhir, tepatnya mahasiswa semester 7 angkatan tahun 2019 program studi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Katolik Soegijapranata dengan jumlah 233 mahasiswa (Sumber: Kepala TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Menurut Sugiyono (2019) Teknik sampel merupakan berbagai teknik yang digunakan untuk mengambil sampel yang digunakan untuk penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience* sampling, yaitu memilih sampel secara bebas kehendak peneliti. Teknik sampling ini dipilih karena melihat jumlah populasi yang banyak dan untuk memudahkan peneliti. Menurut Arikunto (2019), jika jumlah subjek kurang dari 100, maka lebih baik jika diambil semuanya menjadi sampel, namun jika jumlah subjeknya lebih dari 100, maka dapat diambil 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Jumlah populasi dalam penelitian ini lebih dari 100, maka peneliti akan mengambil 20% dari jumlah populasi untuk dijadikan sampel, dengan perhitungan sebagai berikut:

Jumlah populasi: 233

Persentase yang diambil untuk sampel: 20%

Sampel yang diambil= $233 \times 20\%$
= 46,6 dibulatkan ke atas menjadi 47

Jadi, sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 47 responden yang tercepat dalam mengisi kuesioner yang telah disebarikan oleh peneliti.

3.3. Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapatkan peneliti dari tangan pertama. Data primer dari penelitian ini didapat melalui hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebarikan kepada mahasiswa angkatan 2019 program studi manajemen di Universitas Katolik Soegijapranata

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019) merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi atau menggabungkan ketiganya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner adalah salah satu teknik untuk mengumpulkan data dengan memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden. Kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti dibagikan tanpa adanya paksaan agar nantinya dapat membuktikan pengaruh antar variabel terhadap minat melamar kerja. Kuesioner yang dibagikan berisi indikator dari setiap variabel dan diberi skor mulai dari yang tertinggi hingga yang terendah. Responden diminta untuk mengisi setiap pertanyaan dengan memberikan tanda *checklist* pada kolom yang tersedia. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 5point dengan pernyataan dan skor, dimulai dari (Sugiyono, 2019):

1. STS: Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1
2. TS: Tidak Setuju, diberi skor 2
3. RG: Ragu-ragu, diberi skor 3
4. ST: Setuju, diberi skor 4
5. SS: Sangat Setuju, diberi skor 5

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya dari suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner tersebut. Cara melakukan uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai t tabel dengan $\alpha = 0,05$. Jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan nilainya positif, maka pernyataan atau variabel dapat dinyatakan valid. Juga sebaliknya, jika r hitung lebih kecil daripada r tabel, maka pernyataan atau variabel dinyatakan tidak valid. Jumlah responden

(N) dalam penelitian ini adalah 47 responden dengan nilai r tabel = 0,282, dan tingkat signifikansi yang digunakan= 0,05. Berikut merupakan hasil uji validitas masing-masing item pernyataan:

Tabel 3.5.1.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan xi
<i>Employer Branding (X1)</i>	x1p1	0,533	0,282	Valid
	x1p2	0,659	0,282	Valid
	x1p3	0,455	0,282	Valid
	x1p4	0,700	0,282	Valid
	x1p5	0,644	0,282	Valid
	x1p6	0,767	0,282	Valid
	x1p7	0,782	0,282	Valid
	x1p8	0,658	0,282	Valid
	x1p9	0,545	0,282	Valid
	x1p10	0,563	0,282	Valid
	x1p11	0,524	0,282	Valid
	x1p12	0,579	0,282	Valid
<i>E-Recruitment (X2)</i>	x2p1	0,794	0,282	Valid
	x2p2	0,592	0,282	Valid
	x2p3	0,579	0,282	Valid
	x2p4	0,595	0,282	Valid
	x2p5	0,665	0,282	Valid
	x2p6	0,738	0,282	Valid
	x2p7	0,683	0,282	Valid
	x2p8	0,778	0,282	Valid
	x2p9	0,736	0,282	Valid
	x2p10	0,793	0,282	Valid

	x2p11	0,724	0,282	Valid
	x2p12	0,645	0,282	Valid
	x2p13	0,730	0,282	Valid
	x2p14	0,715	0,282	Valid
	x2p15	0,631	0,282	Valid
	x2p16	0,720	0,282	Valid
	x2p17	0,555	0,282	Valid
Minat	y1p1	0,863	0,282	Valid
Melamar	y1p2	0,854	0,282	Valid
Kerja (Y1)	y1p3	0,863	0,282	Valid
	y1p4	0,862	0,282	Valid
	y1p5	0,720	0,282	Valid

Sumber: output SPSS yang diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,282) dan bernilai positif. Maka dapat dinyatakan item pernyataan tersebut adalah valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator atau jawaban dari kuesioner konsisten dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali (2019) variabel dikatakan reliabel jika sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan tersebut reliabel
2. Jika r-alpha negative dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel
 - a. Jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$: maka pernyataan atau variabel dinyatakan reliabel
 - b. Jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,70$: maka pernyataan atau variabel dinyatakan tidak reliabel

Tabel 3.5.2.1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Employer Branding</i>	12 item pernyataan	0,841	Reliabel
<i>E-Recruitment</i>	17 item pernyataan	0,927	Reliabel
Minat Melamar Kerja	5 item pernyataan	0,884	Reliabel

Sumber: output SPSS yang diolah, 2023

Dari tabel diatas dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach alpha > 0,70, yang berarti ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2017) analisis data merupakan cara mengatur dan mengurutkan data dalam pola dan kategori sehingga dapat dirumuskan hipotesis seperti apa dari data yang dihasilkan. Dalam penelitian ini menggunakan 2 teknik analisis data, yaitu:

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) analisis deskriptif yaitu statistik untuk menganalisis data dengan menjelaskan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul tanpa maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku baik untuk umum atau general. Selanjutnya untuk memudahkan penelitian untuk mencari rata-rata dari setiap jawaban maka dibuat rentang jarak atau interval. Menurut Sugiyono (2019) rumus yang digunakan untuk mengetahui rata-rata adalah sebagai berikut:

Rentang jarak dan interpretasi untuk mengetahui penilaiannya menggunakan rumus dibawah ini:

Panjang kelas interval = rentang/banyak kelas interval

Rentang= nilai tertinggi – nilai terendah

Banyak kelas interval= 4

Berdasarkan rumus diatas, maka:

$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas interval} &= (5-1)/4 \\ &= 1 \end{aligned}$$

Berikut merupakan interpretasi skor berdasarkan intervalnya:

Table 3.6.1.1
Kategorisasi Variabel

Nilai	<i>Employer Branding</i>	<i>E-Recruitment</i>	Minat Melamar Pekerjaan
1,00 – 1,99	Sangat Tidak Menarik	Sangat Tidak Menarik	Sangat Rendah
2,00 – 2,99	Tidak Menarik	Tidak Menarik	Rendah
3,00 – 3,99	Menarik	Menarik	Tinggi
4,00 – 5,00	Sangat Menarik	Sangat menarik	Sangat Tinggi

3.6.2. Analisis Statistik Inferensial

Menurut Sugiyono (2019) statistic inferensial yaitu teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dari sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan suatu kesimpulan populasi dari data yang telah diperoleh dan telah diolah. Yang diolah dalam analisis inferensial yaitu dua variabel atau lebih misalnya dengan analisis pengaruh, hubungan antar variabel atau lebih.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, yaitu: Uji F dan Uji t yang akan menguji pengaruh dari variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dan juga menguji pengaruh dari masing-masing

variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar *employer branding* dan *e-recruitment* dengan minat melamar kerja.

b. Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji t digunakan dengan tujuan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antar variabel independen dan dependen. Apabila tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% atau jika probabilitas $H_a > 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas $H_a < 0,05$ makanya dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018). Dasar pengujian hasil regresi, biasanya dengan tingkat kepercayaan 95% atau nilai signifikansi adalah 5% ($\alpha = 0,05$), dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen
- b. Jika nilai signifikansi uji t $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan uji hipotesis statistic

a. Variabel *Employer Branding*

$H_0: \beta = 0$, *Employer Branding* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

$H_1: \beta > 0$, *Employer Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

b. Variabel *E-Recruitment*

H0: $\beta = 0$, *E-Recruitment* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

H2: $\beta > 0$, *E-Recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

c. *Employer Branding* dan *E-Recruitment*

H0: $\beta = 0$, *Employer Branding* dan *E-Recruitment* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

H3: $\beta > 0$, *Employer Branding* dan *E-Recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

2. Menentukan tingkat sig α

Jika signifikansi t hitung $< t$ tabel, maka H0 diterima dan H1, H2, H3 ditolak

Jika signifikansi t hitung $\geq t$ tabel, maka H0 ditolak dan H1, H2, H3 diterima

b) Uji F

Dengan uji F akan menampilkan apakah semua variabel independen mempengaruhi bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F mempunyai tingkat signifikan 0,05. Berikut adalah ketentuan dari Uji F:

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang artinya variabel independent memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak, yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis, uji H_0 dan H_1 :

H_0 : β_1 & $\beta_2 = 0$, *Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

H_1 : β_1 & $\beta_2 \neq 0$, *Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

2. Menentukan taraf signifikansi yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Selanjutnya, hasil hipotesis F hitung dibandingkan dengan F tabel dengan ketentuannya sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

