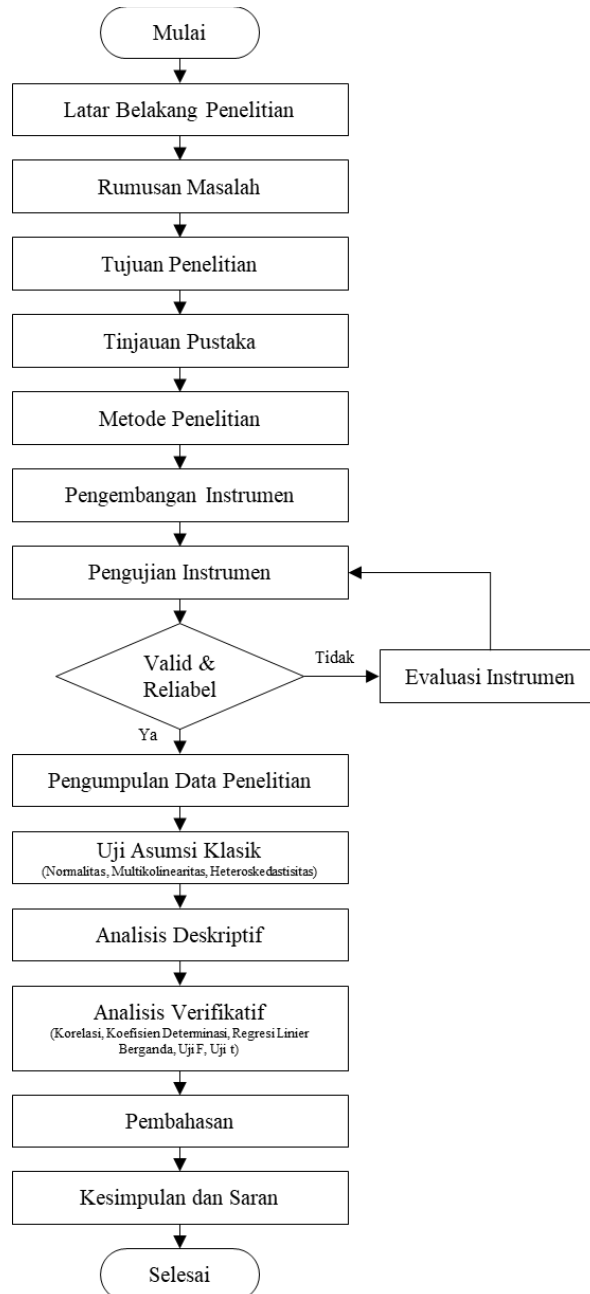


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Diagram Alir Penelitian

Berikut adalah diagram alir yang digunakan pada penelitian ini:



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

Sumber: Adopsi dari Sugiyono (2020)

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Penelitian ini terfokus pada dua faktor yang akan diteliti, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Menurut Sugiyono (2019), variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang timbul akibat dari variasi pada variabel bebas. Dalam penelitian ini, *Employer Branding* (X1) dan *E-Recruitment* (X2) berperan sebagai variabel bebas (variabel independen), serta *Intention to Apply* (Y) menjadi variabel terikat (variabel dependen).

3.1.2 Subjek Penelitian

Unit analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah program MAP GROW Batch 6 yang diselenggarakan oleh PT. Mitra Adiperkasa Tbk. (MAP). *Head office* PT. Mitra Adiperkasa Tbk. (MAP) berlokasi di Gedung Sahid Sudirman Center Jalan Jendral Sudirman Kav. 86. Jakarta 10220. Dalam penelitian ini, mahasiswa yang menjadi pendaftar program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka Batch 6 di PT. Mitra Adiperkasa Tbk (MAP) akan menjadi sumber data penelitian.

3.3 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif, yaitu data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

3.2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas (sebab-akibat), yaitu melihat hubungan antar variabel, sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, desain kausalitas digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independen, yaitu *Employer Branding* (X1) dan *E-Recruitment* (X2) terhadap variabel dependen, yaitu *Intention to Apply* (Y) pada Program MAP GROW Batch 6 yang diselenggarakan oleh PT. Mitra Adiperkasa Tbk. (MAP).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel *Intention to Apply* (Y)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Intention to Apply</i> (Y) Niat seseorang untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Highhouse <i>et al.</i> (2003)	<i>General Attractiveness</i>	Nilai	Tingkat nilai perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam melamar pekerjaan	Ordinal
		Perusahaan	Tingkat kesesuaian nilai perusahaan dengan nilai pribadi sebagai dasar pertimbangan dalam melamar pekerjaan	Ordinal
		Fasilitas	Tingkat fasilitas perusahaan untuk mendukung pekerjaan sebagai dasar pertimbangan dalam melamar pekerjaan	Ordinal
		Perusahaan	Tingkat fasilitas perusahaan untuk mendukung kesejahteraan karyawan sebagai dasar pertimbangan untuk melamar pekerjaan	Ordinal
	<i>Intentions to Pursue</i>	Niat	Tingkat keinginan untuk melamar pekerjaan di perusahaan ini sebagai dasar pertimbangan untuk melamar pekerjaan	Ordinal
		Melamar Pekerjaan	Tingkat tuntutan untuk mendapatkan pekerjaan sebagai dasar pertimbangan untuk melamar pekerjaan	Ordinal
	<i>Prestige</i>	Status	Tingkat status perusahaan di industri terkait sebagai dasar pertimbangan untuk melamar pekerjaan	Ordinal

			Tingkat status pekerjaan di bidang terkait sebagai dasar pertimbangan untuk melamar pekerjaan	Ordinal
		Reputasi Perusahaan	Tingkat reputasi perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam melamar pekerjaan	Ordinal
			Tingkat kepercayaan terhadap reputasi perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam melamar pekerjaan	Ordinal

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel *Employer Branding* (X1)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Employer Branding</i> (X1) Citra perusahaan sebagai tempat kerja	<i>Interest Value</i>	Tugas Kerja	Tingkat kesesuaian tugas kerja yang diberikan dengan minat pribadi	Ordinal
			Tingkat tantangan pekerjaan di perusahaan	Ordinal
		Keterlibatan Proyek	Tingkat kesempatan yang diberikan perusahaan dalam keterlibatan proyek	Ordinal
			Tingkat relevansi proyek dengan minat pribadi	Ordinal
	<i>Social Value</i>	Lingkungan Sosial	Tingkat inklusivitas suasana kerja	Ordinal
			Tingkat dukungan sosial di tempat kerja	Ordinal
		Atmosfer Kerja	Tingkat suasana kerja yang kolaboratif	Ordinal
			Tingkat keterbukaan komunikasi dalam lingkungan kerja	Ordinal

yang menarik. Berthon et al. (2005)		Kegiatan Sosial	Tingkat partisipasi perusahaan dalam kegiatan sosial	Ordinal
			Tingkat frekuensi penyelenggaraan kegiatan sosial perusahaan	Ordinal
	<i>Economic Value</i>	Gaji	Tingkat gaji yang ditawarkan perusahaan	Ordinal
			Tingkat kesempatan untuk memperoleh insentif tambahan	Ordinal
		Jaminan Keamanan	Tingkat jaminan pekerjaan yang stabil	Ordinal
			Tingkat kesejahteraan karyawan yang ditawarkan perusahaan	Ordinal
	<i>Development Value</i>	Kesempatan Belajar	Tingkat kesempatan untuk belajar dalam pekerjaan	Ordinal
			Tingkat kesempatan untuk mendapatkan pelatihan	Ordinal
		Pengakuan Pekerjaan	Tingkat pengakuan terhadap kontribusi individu dalam tim	Ordinal
			Tingkat pengakuan terhadap prestasi kerja oleh perusahaan	Ordinal
		Peluang Karier	Tingkat kesempatan untuk memperoleh jenjang karier di perusahaan	Ordinal
			Tingkat transparansi perusahaan dalam menyampaikan peluang karier	Ordinal
	<i>Application Value</i>	Aplikasi Pengetahuan	Tingkat kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki	Ordinal
			Tingkat relevansi pekerjaan dengan pendidikan yang telah diambil	Ordinal
		Aplikasi Keterampilan	Tingkat kesempatan untuk mengaplikasikan keterampilan yang dimiliki	Ordinal
			Tingkat relevansi pekerjaan dengan keterampilan yang dimiliki	Ordinal

Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel *E-Recruitment* (X2)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>E-Recruitment</i> (X2) Penggunaan teknologi internet dalam proses rekrutmen untuk menarik pelamar.	<i>User Friendliness</i>	Kemudahan Mencari Informasi	Tingkat kemudahan dalam mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
			Tingkat kecepatan dalam menemukan informasi yang dibutuhkan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
		Kenyamanan Penggunaan	Tingkat kenyamanan dalam menggunakan platform <i>e-recruitment</i> saat mencari lowongan pekerjaan	Ordinal
			Tingkat kepuasan terhadap pengalaman pengguna dalam menjelajahi fitur-fitur di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
	<i>Information Provision</i>	Kelengkapan Informasi	Tingkat kelengkapan informasi yang tersedia mengenai lowongan pekerjaan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
			Tingkat kelengkapan informasi yang diberikan mengenai persyaratan pekerjaan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
		Keakuratan Informasi	Tingkat akurasi informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal

Teoh <i>et al.</i> (2013)			Tingkat ketepatan waktu penyajian informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
	<i>Website Usability</i>	Kemudahan Melamar Pekerjaan	Tingkat kemudahan dalam menyelesaikan lamaran pekerjaan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
			Tingkat kejelasan instruksi dalam proses aplikasi pekerjaan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
		Desain Antarmuka	Tingkat kenyamanan desain antarmuka yang digunakan untuk melamar pekerjaan di platform <i>e-recruitment</i>	Ordinal
			Tingkat kemudahan dalam memahami elemen-elemen desain di platform <i>e-recruitment</i> yang mendukung proses lamaran pekerjaan	Ordinal

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan data yang didapatkan dari hasil penelitian lapangan. Pada penelitian ini, sumber data primer yang digunakan adalah data pra-penelitian survei *employer of choice* kepada 50 orang mahasiswa yang memenuhi syarat untuk mengikuti program Kampus Merdeka, serta melalui penyebaran kuesioner kepada pelamar program MAP GROW Batch 6 untuk data penelitian.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019), data sekunder merupakan data dokumentasi yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti sendiri atau orang lain. Pada penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan adalah buku, artikel jurnal, dan hasil survei atau studi lapangan dari platform pencari kerja.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, di antaranya:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk memperoleh data primer. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuesioner atau survei memberikan deskripsi kuantitatif tentang tren, sikap, dan opini suatu populasi, atau menguji hubungan antara variabel populasi, dengan mempelajari sampel dari populasi tersebut (Creswell, 2018). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelamar program MAP GROW Batch 6.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder. Pada penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan dengan membaca buku, artikel, dan hasil studi/survei yang memuat penelitian terdahulu mengenai *employer branding*, *e-recruitment*, dan *intention to apply*.

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2023), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini memuat 151.724 pelamar MSIB Batch 6 sebagai populasi.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2023), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Maka dari itu, sampel merupakan Sebagian dari populasi yang diambil untuk keperluan penelitian. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran dari sampel

N : Ukuran dari populasi

e : 10% atau 0,1 (*margin of error*)

Mengacu pada rumus tersebut, maka dapat dihitung ukuran sampel penelitian sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{151.724}{1 + 151.724 (0,1)^2} \\ n &= 99,93 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil n menunjukkan 99,93 yang jika dibulatkan menjadi 100. Dengan menambahkan 10% sebagai langkah antisipatif terhadap kemungkinan kesalahan (*buffer*). Maka dari itu, total jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 110 orang yang melamar pada program MAP GROW Batch 6.

3.5.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2023), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dikelompokkan menjadi dua, yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Pada penelitian ini akan menggunakan nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2023). Adapun penelitian ini akan menggunakan jenis sampling purposive, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023). Adapun kriteria dari sampel penelitian ini adalah pendaftar pada program MSIB Batch 6 pada perusahaan PT. Mitra Adiperkasa Tbk (MAP) atau program MAP GROW Batch 6.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas mencerminkan kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu dapat digunakan untuk mengukur alat apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019). Uji validitas dapat dilakukan melalui validitas internal dan eksternal. Validitas internal dikembangkan menurut teori yang relevan, sedangkan validitas eksternal dikembangkan dari fakta empiris.

Penelitian ini menggunakan validitas eksternal untuk melakukan pengujian. Menurut Sugiyono (2019), instrumen tersebut dicobakan pada sampel dari mana populasi diambil, dimana jumlah anggota sampel yang digunakan sekitar 30 orang. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik Korelasi Pearson Product Moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (jawaban responden)

y = Skor total dari variabel untuk responden ke-n

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$).

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Employer Branding* (X1)

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0.553	0.361	Valid
2.	0.490	0.361	Valid
3.	0.630	0.361	Valid
4.	0.606	0.361	Valid
5.	0.499	0.361	Valid
6.	0.524	0.361	Valid
7.	0.633	0.361	Valid
8.	0.595	0.361	Valid
9.	0.420	0.361	Valid
10.	0.549	0.361	Valid
11.	0.409	0.361	Valid
12.	0.547	0.361	Valid
13.	0.660	0.361	Valid
14.	0.745	0.361	Valid
15.	0.563	0.361	Valid
16.	0.812	0.361	Valid
17.	0.742	0.361	Valid
18.	0.669	0.361	Valid
19.	0.527	0.361	Valid
20.	0.658	0.361	Valid
21.	0.574	0.361	Valid
22.	0.532	0.361	Valid
23.	0.651	0.361	Valid
24.	0.468	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas *E-Recruitment* (X2)

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0.594	0.361	Valid
2.	0.580	0.361	Valid
3.	0.803	0.361	Valid
4.	0.763	0.361	Valid
5.	0.753	0.361	Valid
6.	0.741	0.361	Valid
7.	0.788	0.361	Valid
8.	0.699	0.361	Valid
9.	0.739	0.361	Valid
10.	0.690	0.361	Valid
11.	0.704	0.361	Valid
12.	0.597	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas *Intention to Apply* (Y)

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0.772	0.361	Valid
2.	0.817	0.361	Valid
3.	0.789	0.361	Valid
4.	0.842	0.361	Valid
5.	0.759	0.361	Valid
6.	0.394	0.361	Valid
7.	0.557	0.361	Valid
8.	0.526	0.361	Valid
9.	0.663	0.361	Valid
10.	0.733	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Data diolah menggunakan SPSS 30 for Windows. Berdasarkan hasil pada tabel di atas, didapatkan bahwa keseluruhan instrumen dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Maka dari itu, keseluruhan instrumen dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), uji reabilitas menggambarkan hasil penelitian yang memiliki kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dapat dilakukan melalui internal dan eksternal, yaitu dengan teknik Alpha Cronbach (Siregar, 2017) dengan rumus sebagai berikut:

- a. Menentukan nilai varian setiap butir pertanyaan

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

- b. Menentukan nilai varian total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

- c. Menentukan reliabilitas instrumen

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

X_i = Jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum X$ = Total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

σ_t^2 = Varian total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,7$.

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
<i>Employer Branding</i> (X1)	0.909	0.7	Reliabel
<i>E-Recruitment</i> (X2)	0.905	0.7	Reliabel
<i>Intention to Apply</i> (Y)	0.871	0.7	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Data diolah menggunakan SPSS 30 for Windows. Menurut Creswell (2018), kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan syarat koefisien reliabilitas > 0.7 . Maka dari itu, keseluruhan instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel.

3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.7.1 Rancangan Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul, yang mencakup mengelompokkan data, mentabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019). Setelah data terkumpul, berikut adalah tahapan pengolahan data:

1. *Editing*: Tahapan memastikan kelengkapan, kebenaran, dan relevansi data yang terkumpul.
2. *Coding*: Tahapan mengelompokkan jawaban responden sesuai dengan jenisnya.

Coding melibatkan pemberian nilai atau skor untuk setiap item berdasarkan

aturan tertentu, yaitu dengan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dengan lima kategori. Skor untuk jawaban positif diberikan secara berurutan: 5-4-3-2-1 dan untuk jawaban negatif secara berurutan: 1-2-3-4-5.

Tabel 3.8

Kriteria Bobot Pertanyaan Berdasarkan Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Pertanyaan/Pernyataan
Sangat Tinggi	5
Tinggi	4
Sedang	3
Rendah	2
Sangat Rendah	1

Sumber: Sugiyono, 2019

3. *Tabulating*: Tahapan penyusunan tabel yang berisi seluruh informasi yang diperlukan sebagai dasar analisis dalam penelitian, dengan menghitung hasil skor dan kemudian menampilkan data tersebut dalam tabel rekapitulasi.

Tabel 3.9

Tabel Tabulasi

Responden	Skor Item			
	1	2	3	N
1				
2				
...				
N				

4. Analisis Data: Tahapan memeriksa kebenaran temuan-temuan yang muncul. Pada penelitian ini dilakukan dua jenis pendekatan yaitu dengan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan skor variabel dalam penelitian ini, yaitu *Employer Branding* (X1), *E-Recruitment* (X2), dan *Intention to Apply* (Y). Analisis deskriptif dapat dilakukan dengan tahapan berikut:

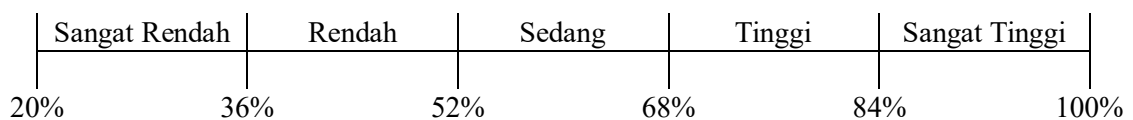
- a. Menentukan jumlah kelas Ordinal, yaitu sebanyak 5 kelas.
- b. Menentukan rentang data, yaitu:
 - Nilai Maksimum = (Skor Tertinggi x Jumlah Responden)
 - Nilai Minimum = (Skor Terendah x Jumlah Responden)
- c. Menentukan selisih dari skor kontinum untuk setiap tingkatan dengan rumus:

$$\frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$
- d. Menentukan persentase skor, yaitu: $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Nilai Maksimum}} \times 100\%$
- e. Membuat garis kontinum dan daerah letak skor *Employer Branding* (X1), *E-Recruitment* (X2), dan *Intention to Apply* (Y). setelah skor perhitungan diperoleh, hasil tersebut diinterpretasikan ke dalam garis kontinum.

Tabel 3.10

Kategori Skor Deskriptif

No.	Persentase	Kategori
1.	20% - 36%	Sangat Rendah
2.	36% - 52%	Rendah
3.	52% - 68%	Sedang
4.	68% - 84%	Tinggi
5.	84% - 100%	Sangat Tinggi



Gambar 3.2 Garis Kontinum

3.7.2 *Method of Successive Intervals*

Menurut Gunarto (2017) data ordinal perlu dikonversi menjadi data interval, yaitu menggunakan *Method of Successive Intervals* dengan langkah:

1. Untuk setiap butir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1, 2, 3, 4, 5 yang disebut dengan frekuensi.
2. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
3. Tentukan proporsi kumulatif.
4. Dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.

5. Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)

6. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus

$$NS = \frac{(\text{Densitas Kelas Sebelumnya}) - (\text{Density Kelas})}{(\text{Peluang Kumulatif Kelas}) - (\text{Peluang Kumulatif Kelas Sebelumnya})}$$

7. Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus

$$Y = NS + [1 + |NS_{\min}|]$$

Setelah itu, apabila langkah tersebut diinterpretasikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.11
Transformasi Data Ordinal ke Interval

Respons Ordinal	1	2	3	4	5
Frekuensi					
Proporsi					
Kumulatif					
Nilai -Z					
Tinggi Densitas					
Nilai Skala					
Transformasi					

Sumber: Gunarto, 2017

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, yaitu berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan antarvariabel independen dalam model regresi. Dalam mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan VIF. Multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 .

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas menunjukkan pola titik-titik pada scatterplot yang menyebar.

3.7.4 Analisis Korelasi

Menurut Sugiyono (2019), analisis korelasi dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan antarvariabel. Analisis korelasi dapat dilakukan menggunakan rumus Korelasi Pearson Product Moment sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (jawaban responden)

y = Skor total dari variabel untuk responden ke-n

Hubungan antarvariabel dapat berupa hubungan positif dan negatif. Hubungan antara variabel X dan Y disebut positif apabila kenaikan (penurunan) nilai X umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) nilai Y. Terdapat parameter yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel, yaitu:

1. Jika nilai $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat dan bersifat positif.
2. Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1 , maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat dan bersifat negatif.
3. Apabila nilai $r = 0$ atau mendekati 0 , maka hubungan antara kedua variabel yang sedang diteliti tidak ada atau sangat lemah.

Tabel 3.12

Interpretasi Hasil Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2023), analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan naik turunnya variabel dependen (Y) apabila terdapat dua atau lebih variabel independen (X), dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2019), koefisien determinasi diartikan sebagai tingkat kemampuan variabel independen (X) dalam memprediksi variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis koefisien determinasi untuk melihat kemampuan variabel *Employer Branding* (X1) dan *E-Recruitment* (X2) dalam memprediksi *Intention to Apply* (Y) dengan rumus:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R = Koefisien Korelasi

3.7.7 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2023), uji hipotesis merupakan proses pengujian hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pada penelitian ini, dilakukan uji hipotesis secara parsial maupun simultan antara variabel bebas (variabel independen) yaitu *Employer Branding* (X1) dan *E-Recruitment* (X2), serta variabel terikat (variabel dependen) yaitu *Intention to Apply* (Y).

3.7.7.1 Uji F

Dalam menguji hipotesis pengaruh *Employer Branding* (X1) dan *E-Recruitment* (X2) terhadap *Intention to Apply* (Y) secara simultan, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah signifikan yaitu dapat diberlakukan untuk seluruh populasi. Kriteria penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- Taraf signifikansi 0,05 dengan kebebasan $dk = (n - k - 1)$
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Hipotesis Pertama

- $H_0 : p < 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara efektivitas *Employer Branding* terhadap tingkat *Intention to Apply*.
- $H_1 : p > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara efektivitas *Employer Branding* terhadap tingkat *Intention to Apply*.

Hipotesis Kedua

- $H_0 : p < 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara efektivitas *E-Recruitment* terhadap tingkat *Intention to Apply*.
- $H_1 : p > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara efektivitas *E-Recruitment* terhadap tingkat *Intention to Apply*.

Hipotesis Ketiga

- $H_0 : p < 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara efektivitas *Employer Branding* dan efektivitas *E-Recruitment* terhadap tingkat *Intention to Apply*.
- $H_1 : p > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara efektivitas *Employer Branding* dan efektivitas *E-Recruitment* terhadap tingkat *Intention to Apply*.

3.7.7.2 Uji t

Dalam menguji hipotesis pengaruh *Employer Branding* (X_1) dan *E-Recruitment* (X_2) terhadap *Intention to Apply* (Y) secara parsial, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi dari uji independen (kekuatan korelasi)

n = Banyaknya jumlah sampel dalam penelitian

Dengan kriteria penolakan hipotesis sebagai berikut:

- d. Taraf signifikansi 0,05 dengan kebebasan dk = (n – 2)
- e. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- f. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak



Gambar 3.3. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Sumber: Sugiyono (2023)