

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat melamar kerja, dan *employer branding*. Niat melamar kerja merupakan variabel terikat, sementara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku merupakan variabel bebas sedangkan variabel *employer branding* merupakan variabel moderasi. Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa tingkat akhir yang kuliah di Bandung spesifiknya adalah angkatan 2016.

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei eksplanatori. Metode survey eksplanatori adalah suatu metode yang digunakan dengan mengumpulkan data dari kuesioner yang diisi oleh responden yang dijadikan sampel setelah ditetapkan mewakili populasi, lalu dianalisis pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan menggunakan pengujian hipotesis. Penelitian ini akan menggunakan kuesioner online Google Form dan pranala (*link*) disebar ke responden.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

“Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.” (Arikunto, 2010, hlm. 173). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Kota Bandung. Data populasi yang digunakan adalah dari jumlah mahasiswa angkatan 2016 di lima perguruan tinggi terbaik di Kota Bandung versi Kemenristek/BRIN yaitu Institut Teknologi Bandung, Universitas Padjajaran, Universitas Telkom, Universitas Pendidikan Indonesia dan Universitas Parahyangan. Alasan pemilihan angkatan

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2016 sebagai populasi adalah karena angkatan ini secara normal memasuki tahun terakhirnya di tahun 2020 sehingga bisa dikategorikan sebagai mahasiswa tingkat akhir. Jumlah populasi yang dihimpun dari data tersebut berjumlah 29635 orang.

Tabel 1.1
Data Populasi Mahasiswa Angkatan 2016

No	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	Intitut Teknologi Bandung	4100
2	Universitas Padjajaran	6262
3	Universitas Telkom	7083
4	Universitas Pendidikan Indonesia	9803
5	Uiversitas Parahyangan	2387
Total		29635

Sumber: Pers rilis dan laporan tahunan masing-masing perguruan tinggi

3.3.2. Sampel

Menurut Arikunto (2010, hlm. 174) sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitan sampel”. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*. Riduwan (2010) menyatakan bahwa teknik *purposive random sampling* (sampling pertimbangan) ialah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pertimbangan sampelnya untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian ini penentuan sampel diambil dari populasi yang tersedia di Tabel 3.1 dengan total populasi 29.365 orang dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} \quad (\text{Riduwan \& Kuncoro, 2012, hlm. 44})$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan

Berdasarkan rumus di atas, diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$n = \frac{29365}{29365 \cdot 0,05^2 + 1}$$

$n = 395$ responden (79 responden untuk masing-masing kampus)

Mengacu kepada hasil perhitungan rumus di atas, maka responden yang dibutuhkan adalah 395 orang yang artinya untuk masing-masing responden dari kelima kampus yang diambil data populasi adalah 79 orang. Selain itu sebuah penelitian yang menggunakan *purposive sampling* tentu harus memiliki kriteria pengambilan sampel. Kriteria yang ditetapkan peneliti adalah:

1. Mahasiswa di perguruan tinggi Bandung
2. Mahasiswa tingkat akhir angkatan 2016
3. Kelahiran tahun 1984-1999
4. Memiliki niat untuk bekerja di perusahaan setelah lulus
5. Memiliki cita-cita bekerja di perusahaan tertentu

3.4. Operasional Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Sikap /Attitude (AT)	Kecenderungan untuk mengevaluasi dengan derajat suka (<i>favor</i>) atau tidak suka (<i>disfavor</i>), yang ditunjukkan dalam respon kognitif, afektif dan konatif terhadap suatu objek, situasi, institusi, konsep atau orang/ sekelompok orang. (Azwar, 2012)	Sikap terhadap niat melamar pekerjaan: a. Komponen kognitif – Keyakinan b. Komponen afektif – Perasaan positif atau negatif tentang melamar pekerjaan c. Komponen konatif – Kesiediaan untuk melamar pekerjaan (Azwar, 2012)	Interval
Norma Subjektif/ Subjective Norm (SN)	Persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (<i>significant others</i>) mengenai dilakukan atau	Kekuatan dari kepercayaan normatif: a. <i>Normative Beliefs</i> – Keyakinan individu tentang kebenaran opini dari orang lain atau kelompok lain	Interval

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	tidak dilakukannya perilaku tertentu (Ajzen, 1991).	tentang perlu tidaknya melakukan suatu perilaku b. <i>Motivation to comply</i> : – Motivasi individu untuk mematuhi rujukan atau saran yang diberikan oleh seseorang maupun kelompok yang penting bagi individu). (Ajzen, 1991; Francis et al., 2004; Machrus & Urip, 2010; Nguyen et al., 2015)	
Kontrol Perilaku/ Behavioral Control (BC)	Persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991).	a. <i>Control beliefs</i> : – Keyakinan seseorang mengenai ada atau tidaknya hal-hal dari internal diri yang mendukung atau menghambat b. <i>Perceived power</i> : – Persepsi seseorang mengenai seberapa kuat hal-hal dari eksternal diri yang mendukung atau menghambat (Ajzen, 1991; Francis et al., 2004; Nguyen et al., 2015)	Interval
Niat/ Behavioral Intention (BI)	Intensi adalah sesuatu yang menggambarkan faktor motivasi seseorang yang mempengaruhi perilaku. Hal itu merupakan indikasi dari seberapa keras seseorang berusaha, dan merencanakan suatu perilaku (Ajzen, 1991).	– Seberapa besar keinginan seseorang untuk merencanakan pengajuan lamaran kerja – Seberapa keras keinginan seseorang untuk berusaha mengajukan lamaran pekerjaan	Interval
Employer Branding (EB)	Sebuah paket yang berisi manfaat fungsional, ekonomi, dan psikologi yang bisa didapat dari sebuah pekerjaan yang diidentifikasi oleh perusahaan pemberi kerja (Ambler dan Barrow, 1996)	Attraktifnya sebuah perusahaan terhadap calon karyawan adalah: a. <i>interest value</i> – daya tarik perusahaan – persepsi terhadap merek/produk yang dihasilkan b. <i>social value</i> – lingkungan – atmosfir kerja c. <i>economic value</i> – rata-rata gaji – kompensasi – keamanan bekerja d. <i>development value</i> – pengakuan	interval

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		– pengembangan karir e. <i>application value</i> – mempelajari skill – mengajarkan yang telah diterima kepada yang lain (Berthon et al., 2005; Gupta & Saini, 2018)	
--	--	---	--

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan teknik tertentu sangat diperlukan dalam analisis anggapan dasar dan hipotesis karena teknik-teknik tersebut dapat menentukan lancar atau tidaknya suatu proses penelitian. Pengumpulan data diperlukan untuk menguji anggapan dasar dan hipotesis. Untuk mendapat data yang diperlukan maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner, yaitu penyebaran seperangkat pertanyaan kepada sampel penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data. Tipe yang digunakan adalah kuesioner online.
2. Wawancara, yaitu mendapatkan data yang dibutuhkan dengan cara langsung dari sumbernya (verbal). Untuk menambah beberapa informasi, wawancara akan dilakukan kepada beberapa pihak di perusahaan yang menerapkan *employer branding*.
3. Studi literatur, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari buku, laporan ilmiah, media cetak dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, yaitu preferensi.
4. Studi dokumentasi, yaitu studi untuk mencari data dan hal yang berkaitan dengan penelitian, seperti laporan, catatan, arsip dan dokumen lainnya yang ada pada objek penelitian.

3.6. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen diukur menggunakan skala Likert. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan kembali menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam penelitian ini jenis instrumen non-tes yang digunakan adalah kuisioner atau angket. Menurut Sugiyono (2008, hlm. 199) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penyusunan angket dibuat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan pembuatan angket, yaitu untuk memperoleh data dari responden mengenai pengaruh motivasi dan lingkungan belajar terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi.
2. Menyusun kisi-kisi instrumen penelitian.
3. Merumuskan pertanyaan atau pernyataan dan alternatif jawaban untuk jenis jawaban yang sifatnya tertutup. Jenis instrumen yang bersifat tertutup yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang disertai alternatif jawaban yang sudah disediakan.
4. Menetapkan kriteria pemberian skor untuk setiap item pertanyaan yang bersifat tertutup. Alat ukur yang digunakan dalam pemberian skor adalah daftar pertanyaan yang menggunakan skala likert dengan ukuran ordinal. Ukuran data ordinal hanya menetapkan peringkat saja, sedangkan untuk data yang bersifat interval para responden diberi kebebasan untuk mengisi angket yang telah disediakan. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Jawaban	Bobot Jawaban	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

5. Uji coba angket
6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
7. Merevisi angket
8. Memperbanyak dan menyebarkan angket
9. Mengelola dan menganalisis hasil angket.

3.6.1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010, hlm. 121). Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Rumus korelasi yang dapat digunakan untuk menghitung validitas adalah yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2013, h;m. 87)

Keterangan

r = koefisien korelasi pearson antara item instrumen yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

x = skor item instrumen yang akan digunakan

y = skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

n = jumlah responden dalam uji coba instrumen.

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai r dengan derajat kebebasan (n-2), dimana n menyatakan jumlah banyaknya responden dimana:

Distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95%) dan derajat kebebasan ($dk = n - 2$). Berdasarkan hasil uji kuesioner yang dilakukan terhadap 30 responden, dengan $df = 28$ dan r_{tabel} sebesar 0,361. Pengambilan keputusan pengujian validitas dilakukan dengan melihat r hitung dimana:

- 1) item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$, dan
- 2) item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$.

Mengacu kepada hal di atas, diperoleh data perhitungan validitas instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Saya meyakini bahwa mengajukan lamaran pekerjaan adalah hal yang bermanfaat	0,795	0,361	Valid
2	Saya yakin bahwa sekarang adalah waktu yang tepat untuk mengajukan lamaran pekerjaan	0,590	0,361	Valid
3	Sampai saat ini saya merasa lebih condong untuk memilih bekerja daripada berwirausaha	0,759	0,361	Valid
4	Saya merasa lebih baik jika memiliki kesempatan melamar pekerjaan sekarang	0,795	0,361	Valid
5	Saya tidak ingin menunda untuk melamar pekerjaan	0,835	0,361	Valid
6	Saya ingin melamar pekerjaan meskipun persaingannya berat	0,799	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel sikap pada Tabel 3.3, bisa disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dikategorikan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Norma Subjektif

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
7	Pendapat orang tua mempengaruhi saya untuk mengajukan lamaran pekerjaan	0,814	0,361	Valid
8	Pendapat teman-teman mempengaruhi saya untuk mengajukan lamaran pekerjaan	0,476	0,361	Valid

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

9	Senior saya menyarankan untuk mengajukan lamaran pekerjaan	0,800	0,361	Valid
10	Saya termotivasi dari saran orang tua untuk mengajukan lamaran pekerjaan	0,792	0,361	Valid
11	Melihat senior-senior saya yang sukses di dunia kerja membuat saya termotivasi mengajukan lamaran pekerjaan	0,825	0,361	Valid
12	Testimoni yang diberikan orang-orang sekitar tentang dunia kerja membuat saya ingin mengajukan lamaran pekerjaan	0,811	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel norma subjektif pada Tabel 3.4, bisa disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dikategorikan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kontrol Perilaku

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
13	Saya mengetahui apa saja yang dibutuhkan untuk mengajukan melamar pekerjaan	0,754	0,361	Valid
14	Saya mengetahui hal-hal apa saja yang harus dipersiapkan untuk melamar pekerjaan	0,386	0,361	Valid
15	Saya mengetahui alur proses dalam mengajukan lamaran pekerjaan	0,622	0,361	Valid
16	Dengan informasi lowongan pekerjaan yang semakin mudah diakses membuat saya mampu mempersiapkan syarat yang dibutuhkan	0,738	0,361	Valid
17	Dengan adanya internet membuat saya bisa mengajukan lamaran dengan mudah	0,792	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel kontrol perilaku pada Tabel 3.5, bisa disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dikategorikan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Niat

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
18	Selama ini saya berkeinginan untuk mencari lowongan secara online maupun lewat <i>jobfair</i>	0,831	0,361	Valid
19	Selama ini saya berkeinginan untuk mengajukan lamaran pekerjaan	0,799	0,361	Valid
20	Saya merencanakan untuk mengajukan lamaran pekerjaan segera setelah lulus studi/ sebelum kontrak kerja habis	0,798	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel niat pada Tabel 3.6, bisa disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dikategorikan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Variabel *Employer Branding*

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
21	Perusahaan yang ingin saya tuju memiliki nilai-nilai organisasi yang dikenal baik dan unggul	0,798	0,361	Valid
22	Perusahaan yang ingin saya tuju menghasilkan produk barang/jasa yang inovatif	0,427	0,361	Valid
23	Perusahaan yang ingin saya tuju menghasilkan produk barang/jasa yang berkualitas	0,476	0,361	Valid
24	Perusahaan yang ingin saya tuju memiliki lingkungan suasana kerja yang mendukung karyawannya untuk bekerja dengan optimal	0,445	0,361	Valid
25	Perusahaan yang ingin saya tuju menggambarkan dirinya sebagai perusahaan yang nyaman bagi karyawan untuk bekerja	0,395	0,361	Valid
26	Rata-rata upah yang ditawarkan oleh perusahaan yang saya tuju diatas rata-rata	0,514	0,361	Valid
27	Perusahaan yang ingin saya tuju menawarkan kompensasi yang ideal	0,481	0,361	Valid

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

28	Perusahaan yang ingin saya tuju memberikan asuransi kerja bagi karyawannya	0,627	0,361	Valid
29	Perusahaan yang ingin saya tuju mampu memberikan kebanggaan karena mampu bekerja di perusahaan tersebut	0,714	0,361	Valid
30	Perusahaan yang ingin saya tuju memberi peluang baik bagi peningkatan jenjang karir	0,729	0,361	Valid
31	Perusahaan yang ingin saya tuju memberi peluang baik untuk meningkatkan skill saya	0,848	0,361	Valid
32	Perusahaan yang ingin saya tuju memberikan peluang untuk menerapkan skill yang didapat untuk diterapkan juga di luar perusahaan (keluarga, pergaulan, komunitas, organisasi, dll)	0,792	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel *employer branding* pada Tabel 3.7, bisa disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dikategorikan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang baik adalah instrumen yang dapat dengan ajeg memberikan data yang sesuai dengan kenyataan (Suharsimi Arikunto, 2013, hlm. 100). Untuk menghitung uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *alpha* dari Cronbach sebagaimana berikut:

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

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$: jumlah varians butir

σ_t^2 : varians total

Pengambilan keputusan pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen penelitian dinyatakan andal apabila koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 24.

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Sikap	6	0,905	Reliabel
Norma Subjektif	6	0,893	Reliabel
Kontrol Perilaku	5	0,894	Reliabel
Niat	3	0,949	Reliabel
<i>Employer Branding</i>	12	0,866	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data

Merujuk kepada hasil uji reliabilitas di tabel 3.8, variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *employer branding* dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Artinya, instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

3.7. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data yaitu langkah selanjutnya yang dilakukan setelah data diperoleh secara lengkap, langkah-langkah dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Menyeleksi Data

Proses memeriksa data yang sudah terkumpul, meliputi kelengkapan isi, keterbacaan tulisan, kejelasan jawaban, keseragaman satuan data yang digunakan, dan sebagainya.

2. Mengkode Data

Kegiatan memberikan kode pada setiap data yang terkumpul disetiap instrumen penelitian.

3. Mentabulasi Data

Memasukan data yang sudah dikelompokkan ke dalam tabel-tabel agar mudah dipahami.

4. Pengolahan Statistik Sederhana

Pengolahan statistik adalah cara mengolah data kuantitatif sehingga data mempunyai arti.

3.8. Teknik Analisis Data

Untuk mencapai tujuan penelitian yang sebelumnya telah disampaikan, digunakan dua jenis analisis pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel dalam penelitian. Teknik analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2016). Penyajian data pada analisis deskriptif dapat dilakukan melalui tabel maupun distribusi frekuensi; grafik garis maupun batang; diagram lingkaran; pictogram; penjelasan kelompok melalui modus, median, mean, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis Deskriptif Sikap (X1)
- b. Analisis Deskriptif Norma Subjektif (X2)
- c. Analisis Deskriptif Kontrol Perilaku (X3)
- d. Analisis Deskriptif Niat (Y)
- e. Analisis Deskriptif *Employer Branding* (Z)

Analisis deskriptif yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahapan yaitu:

- 1) Pemeriksaan Data, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul setelah diisi oleh responden seperti pengecekan kelengkapan responden.

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 2) Pemberian Skor, yaitu setiap pilihan yang responden isi di kuesioner akan dikategorikan ke dalam skor untuk menghitung bobot nilai dari setiap pernyataan yang diisi. Ketentuan pemberian skor bisa dilihat pada Tabel 3.2.
- 3) Tabulasi dan Rekapitulasi, yaitu setelah semua data terkumpul, data digabung dan dijumlahkan sesuai dengan variabel yang digunakan.
- 4) Menentukan garis kontinum dari semua variabel dengan cara:

- a) Menentukan skor kriterium dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Dengan ketentuan:

SR (Skor Terendah)

ST (Skor Tertinggi)

JB (Jumlah Butir)

JR (Jumlah Responden)

- b) Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner variabel dengan jumlah skor kriterium untuk mencari skor hasil angket dengan menggunakan rumus:

$$\Sigma X_i = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

Keterangan:

X_i = Jumlah skor hasil kuesioner

X_1 sampai X_n = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

- c) Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan yang diharapkan responden, maka penulis menggunakan kategori sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Sedang} = SS \times JB \times JR$$

$$\text{Rendah} = SR \times JB \times JR$$

SR (Skor Terendah)

SS (Skor sedang)

ST (Skor Tertinggi)

JB (Jumlah Butir)

JR (Jumlah Responden)

- d) Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$R = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

- e) Membuat garis kontinum dan daerah letak skor untuk semua variabel yang disajikan dalam bentuk gambar.

3.8.2. Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel dan dilakukan melalui uji statistik. Basuki dan Prawoto (2016) mendefinisikan uji hipotesis sebagai suatu prosedur pembuktian kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel. Analisis verifikatif dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis regresi linear bertingkat dengan prosedur sebagai berikut:

3.8.2.1. Uji Asumsi Klasik

Teknik analisis regresi linier berganda (multiple regression) dapat dilakukan dengan pertimbangan tidak adanya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik untuk memastikan model penelitian memberikan hasil estimasi yang terbaik atau BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Oleh karena itu, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas dilakukan dalam penelitian ini (Basuki & Prawoto, 2016). Penjelasan masing-masing uji asumsi klasik dapat dilihat di bawah ini.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas muncul apabila terdapat hubungan yang sangat kuat diantara variabel-variabel bebas. Gozali (2001) dalam Basuki dan Prawoto (2016) menyatakan bahwa sebuah model regresi dikatakan sebagai model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas pada model tersebut.

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas atau dengan melihat nilai *tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah menunjukkan nilai VIF yang tinggi dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi.

Nilai *cut off* yang dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Basuki & Prawoto, 2016).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi keberadaan heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$) yang telah di-*studentized*, dengan dasar analisis bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan melalui analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Gozali (2001) dalam Basuki dan Prawoto (2016) menyatakan bahwa jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

3.8.2.2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi bertingkat dengan bantuan software SPSS 24 for Windows. Metode ini melibatkan dua regresi dengan tahapan di bawah ini.

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen akan diuji menggunakan regresi linear dan berfungsi sebagai prasyarat untuk menguji pengaruh variabel moderasi. Regresi dilakukan dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

- b. Setelah hubungan variabel dependen dengan masing-masing variabel independen didapatkan, analisis moderasi kemudian akan dilakukan dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 * Z + e$$

Keterangan

Y = variabel dependen

α = konstanta

β = koefisien variabel bebas

X_1 = variabel independen

Z = variabel moderator

$X_1 Z$ = interaksi antara variabel independen dan variabel moderator

e = standar error

Pengujian hipotesis secara individu dengan uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Kriteria pengujian hipotesis yang digunakan adalah menggunakan $\alpha = 0,05$ dan *degree of freedom* n-k. Cara menghitung uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta_1(b \text{ topi}) - \beta_1^*}{se(\beta_1)(b \text{ topi})}$$

Dimana β_1^* merupakan nilai pada hipotesis nul. Atau, secara sederhana t hitung dapat dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{\beta_i}{Se_i}$$

Membandingkan nilai t hitung dengan t kritisnya (t tabel). Keputusan menolak atau menerima H_0 , sebagai berikut:

- a. Jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y),

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y).

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi ganda yang dihitung adalah signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan, tetapi apabila ternyata $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi ganda yang dihitung tidak signifikan.

3.9. Variabel Moderasi

Penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji bagaimana pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat melamar kerja. Di dalam model penelitian, variabel *employer branding* adalah variabel moderasi yang berada di antara tiga variabel X (sikap, norma subjektif, kontrol perilaku). Variabel moderasi menurut Ghazali (hlm. 55, 2013) adalah variabel yang bersifat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut Sharma, Durand, dan Oded (1981), variabel moderasi bisa dibagi menjadi 4 jenis yang berbeda, yaitu

1. Variabel Moderasi Murni (*Pure Moderator*)

Variabel ini merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat di mana variabel moderasi murni berinteraksi dengan variabel bebas tanpa menjadi variabel terikat. Klasifikasi variabel moderasi murni bisa dinilai ketika koefisien b_2 tidak signifikan dan b_3 signifikan.

2. Variabel Moderasi Semu (*Quasi Moderator*)

Variabel ini merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat di mana variabel moderasi semu berinteraksi dengan variabel bebas sekaligus menjadi variabel terikat. Klasifikasi variabel moderasi semu bisa dinilai ketika koefisien b_2 signifikan dan b_3 signifikan.

3. Variabel Moderasi Potensial (*Homologiser Moderator*)

Homologiser moderasi merupakan variabel yang potensial menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.

Chit'Jna Amary Kumang, 2021

ANALISIS MODERASI EMPLOYER BRANDING PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN (Survei Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Klasifikasi variabel moderasi potensial bisa dinilai ketika koefisien b_2 tidak signifikan dan b_3 tidak signifikan.

4. Variabel Prediktor Moderasi (*Predictor Moderator*)

Variabel prediktor merupakan variabel moderasi yang hanya berperan sebagai variabel bebas dalam model hubungan yang dibentuk. Klasifikasi variabel prediktor moderasi bisa dinilai ketika koefisien b_2 signifikan dan b_3 tidak signifikan.

