

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. PENDEKATAN PENELITIAN

Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif survei. Responden diberi kesempatan untuk menjawab pertanyaan yang dibuat dalam bentuk kuesioner. Untuk melakukan penelitian diperlukan pengambilan data yang dilakukan dengan membagikan kuesioner untuk diisi oleh responden.

3.2. IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN

Singh (2007) memberi pengertian variabel sebagai atribut dari sebuah kasus dimana setiap variabel akan berbeda-beda dari setiap kasus. Secara sederhana, variabel dapat didefinisikan sebagai hal yang merujuk pada hal-hal yang dianggap sebagai ragam karakteristik atau atribut yang dapat diukur pada suatu organisasi atau individu dalam suatu penelitian (Creswel, 2009). Clark-Carter (2018) secara lebih sederhana, mendefinisikan sebuah variabel sebagai suatu entitas. Suatu entitas yang memiliki suatu nilai yang tidak selalu berbentuk angka.

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen merujuk kepada variabel yang dapat menjelaskan dan memberikan gambaran dari suatu pengaruh atau perubahan dalam merespon variabel yang sedang diteliti (Singh, 2007).

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel ini merupakan variabel yang memberikan gambaran tentang hasil atau memberikan gambaran mengenai respon. Variabel ini merupakan variabel mendapat terpapar perubahan karena dapat berubah oleh adanya pengaruh (Singh, 2007).

3.2.3. Variabel *Intervening*

Variabel ini berdiri di antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel *intervening* memberikan efek terhadap pengaruh variabel independen yang dapat memberikan pengaruh kepada variabel dependen (Creswell, 2009). Variabel *intervening* menjadi media penghubung antara hubungan variabel independen dengan variabel dependen, maka dari itu nama lain dari variabel ini merupakan variabel mediasi. Variabel independen dimungkinkan untuk tidak berpengaruh langsung terhadap variabel dependen, maka dari itu harus melalui variabel mediasi atau *intervening* ini.

3.2.4. Variabel Moderasi

Variabel moderasi memberikan efek di antara hubungan dua variabel. Variabel ini dibentuk oleh seorang peneliti untuk dapat memberi efek diantara hubungan dua variabel (Creswell, 2009). Menurut Rusiadi, Subiantoro, dan Hidayat (2017) menyatakan bahwa fungsi dari variabel moderasi dapat memperkuat suatu hubungan, atau memperlemah hubungan antara independen dan dependen.

3.3. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Berikut ini mencakup definisi-definisi operasional dari setiap variabel yang ada di dalam penelitian ini. Terdapat empat variabel di dalam penelitian yang dilakukan, yaitu *corporate social responsibility*, *organizational attractiveness*, minat melamar pekerjaan, dan *worker electronic word-of-mouth*.

3.3.1. *Corporate Social Responsibility*

CSR dapat didefinisikan sebagai kewajiban moral dan praktik yang dilakukan oleh pelaku suatu pasar untuk melakukan pertimbangan atas efek dari tindakan mereka yang berakibat secara kolektif atau pada tingkat sistem, kemudian mengatur untuk memberi kontribusi dengan membawa akibat tersebut kepada keselarasan dengan harapan masyarakat (Beal, 2014). Lebih lanjut Beal (2014) menyimpulkan bahwa CSR memungkinkan perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial atas keberedaan mereka pada suatu lingkungan. Tanggung jawab tersebut dilakukan untuk mengantisipasi dampak yang didapatkan akibat adanya operasi dari suatu perusahaan tersebut.

Terdapat beberapa dimensi dalam CSR, diantaranya dimensi yang dikemukakan dalam penelitian Greening dan Turban (2000) dan Lis (2012). Dimensi tersebut disebut dengan dimensi Kinder, Lydenberg, dan Domini (Dimensi KLD). Dimensi ini digunakan untuk diujikan dengan tujuan mengetahui pengaruh dimensi CSR tersebut terhadap *organizational attractiveness*. Selain itu terdapat pula penelitian yang dilakukan lintas

budaya dengan mengukur pandangan terhadap CSR menggunakan skala *Perceived Importance of Ethics and Social Responsibility* (PRESOR) seperti yang digunakan dalam penelitian Dawkins *et al.* (2014), Axinn, *et al.* (2004), dan Singhapakdi *et al.* (1996). PRESOR menjadi cukup relevan untuk digunakan dalam penelitian ini karena digunakan oleh Dawkins *et al.* (2014) yang juga menggunakan pendekatan penelitian survei. Berikut ini merupakan faktor-faktor PRESOR yang dikemukakan oleh Singhapakdi *et al.* (1996) :

- 1) Tanggung jawab sosial dan profitabilitas
Merupakan faktor yang digunakan untuk mengukur pandangan terhadap tanggung jawab sosial dan mengakui keberadaan hubungan antara tanggung jawab sosial dan profitabilitas perusahaan.
- 2) Pembangunan jangka panjang
Faktor yang digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap pandangan dari kegiatan perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dapat memberikan kontribusi atas pertumbuhan jangka panjang.
- 3) Pembangunan jangka pendek
Faktor yang digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap pandangan dari kegiatan perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dapat memberikan kontribusi atas pertumbuhan jangka pendek.

3.3.2. Organizational Attractiveness

Organizational attractiveness atau dikenal pula dengan daya tarik organisasi. Istilah *organizational attractiveness* pada dikenal juga sebagai

employer attractiveness. Pada penelitian Berthon, Ewing, dan Hah (2005) mendefinisikan *employer attractiveness* sebagai keuntungan yang dipandang oleh calon karyawan sebagai alasan untuk bekerja pada organisasi tertentu. Sementara, definisi *organizational attractiveness* dikemukakan dalam penelitian Story, Castanheira, dan Hartig (2016) sebagai keinginan pelamar untuk melakukan upaya dan menerima tawaran pekerjaan dari suatu organisasi.

Highhouse, Lievens, dan Sinar (2003) membagi sebuah proses *organizational attraction* ke dalam tiga dimensi, yaitu ketertarikan secara umum, minat untuk mengejar, dan prestis.

1) Daya Tarik Umum

Dalam dimensi ini diperlihatkan dengan afeksi dan sikap yang dinyatakan individu tentang suatu perusahaan sebagai tempat yang potensial untuk bekerja. Dimensi ini tidak berimplikasi pada perilaku aktual apapun yang muncul dari seorang individu. Karena begitu pasif, dalam dimensi ini memungkinkan suatu individu dapat tertarik dengan perusahaan lain.

2) Minat untuk Mengejar

Berbeda dengan dimensi sebelumnya yang pasif, pada dimensi ini ketertarikan telah mendorong seseorang individu untuk melakukan pelamaran pekerjaan. Minat yang sesungguhnya akan hanya muncul dari seperangkat kecil individu-individu dalam sekelompok calon karyawan.

3) Prestis

Pilihan sosial ini didasarkan karena tumbuhnya pilihan sosial di dalam diri suatu individu mengenai nilai atau derajat prestisius dari perusahaan. Dalam hal prestis memungkinkan seseorang memilih didasarkan pada konsensus sosial atau derajat keberadaan suatu organisasi berada pada pandangan positif atau negatif.

3.3.3. Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Gomes dan Neves (2011) minat melamar menjadi sebuah objek yang mampu memprediksi terkuat dalam proses melamar pekerjaan di dalam proses rekrutmen. Menurut Williams (ed. Kessler, 2013) pada banyak penelitian, minat melamar pekerjaan menjadi variabel dependen bagi *organizational attractiveness*.

Minat melamar pekerjaan adalah suatu proses keinginan untuk memiliki suatu pekerjaan dengan diawali melakukan upaya pencarian informasi. Informasi tersebut dapat dijadikan dasar untuk melakukan memilih pekerjaan mana yang paling diinginkan (Barber, 1998 dalam Permadi dan Netra, 2015). Sementara itu, menurut Gomes dan Neves (2011) minat melamar menjadi sebuah objek yang mampu menjadi prediksi terkuat dalam proses melamar pekerjaan di dalam proses rekrutmen.

Penelitian yang menggunakan *multiple-item* dalam menguji minat melamar pekerjaan sebagai variabel cukup terbatas. Sebagian penelitian menggunakan *single-item* dalam dalam mengukur minat melamar pekerjaan. Dalam penelitian Dawkins *et al.* (2014) dan Duarte, Gomes, dan

Neves (2014) minat untuk memilih pekerjaan dinyatakan dengan item sebagai berikut :

- 1) Saya berminat untuk bekerja pada perusahaan yang mematuhi hukum untuk melindungi lingkungan.
- 2) Saya berminat untuk bekerja pada perusahaan yang diketahui bertanggung jawab secara sosial.
- 3) Jika saya sedang mencari pekerjaan, saya akan melamar pada organisasi ini.
- 4) Jika saya sedang mencari pekerjaan, saya akan memiliki minat yang tinggi untuk melamar pada lowongan pekerjaan dari organisasi ini.
- 5) Jika saya sedang mencari pekerjaan, memiliki kemungkinan yang sangat kuat untuk melamar pada penawaran pekerjaan organisasi ini.

3.3.4. *Worker Electronic Word-of-Mouth*

Van Hoyer dan Lievens (2009) juga menyatakan terdapat suatu kemiripan dengan konsep yang berkembang dalam bidang pemasaran, WOM berkaitan dengan pekerjaan dapat berbeda-beda sehubungan dengan medianya dapat dilakukan tatap muka dapat juga dilakukan melalui internet, atau yang disebut juga dalam konsep pemasaran sebelumnya sebagai eWOM, sumber, motif, dan juga valensi. WOM berkaitan dengan pekerjaan lebih detail menjelaskan tentang perilaku atau berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh organisasi atau *employer* terkait, maka dari itu WOM berkaitan dengan pekerjaan memungkinkan untuk dapat menjadi dasar pembentuk citra dari perusahaan (Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal, 2016).

Studi terbaru yang dilakukan oleh Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal (2016) dinyatakan dalam bentuk istilah berbeda, *worker electronic word-of-mouth* (WEWOM) yang didefinisikan sebagai penilaian atau ulasan terhadap organisasi atau perusahaan sebagai *employer* yang dilakukan oleh karyawan yang ditampilkan didalam internet, bersifat kontemporer, beredar bebas sehingga dapat diakses semua orang dan bersifat independen. Studi yang dilakukan Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal (2016) membagi WeWOM kedalam tiga macam, yaitu positif, negatif, menengah. Peneliti memilih untuk memilih dua macam saja untuk diujikan karena belum ada studi lain yang menguji WeWOM pada tingkatan menengah. Menurut pernyataan Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal (2016) WeWOM positif dapat digambarkan dengan suatu pernyataan yang dinyatakan oleh karyawan suatu perusahaan, yang menyatakan bahwa ia bangga bekerja pada perusahaan tersebut dan menyadari bahwa hal tersebut terekspos di internet. Sementara kebalikan dari itu, WeWOM negatif dinyatakan sebagai imbas yang berkebalikan dari WeWOM positif, yang dipengaruhi oleh rasa bangga mereka ketika bekerja pada suatu perusahaan dan terekspos di internet.

Berkaitan dengan WeWOM, Van Hoyer dan Lievens (2009) melakukan penelitian sebelum muncul istilah WeWOM seperti yang diungkapkan dalam penelitian Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal (2016). Berdasarkan kajian literatur, konsep WeWOM yang disebutkan oleh Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal (2016) merupakan penggabungan

antara dua konsep yang dinyatakan pada penelitian Van Hoyer dan Lievens (2009) yang membedakan antara WOM dan publisitas pada media. Penelitian ini akan mengadaptasi item yang digunakan oleh penelitian Van Hoyer dan Lievens (2009) dan sebagai tambahan digunakan pula item yang digunakan pada penelitian yang dilakukan Osburg *et al.* (2018) yang mengadaptasi pernyataan dalam penelitian Bickart dan Ruth (2012). Item-item pada penelitian Van Hoyer dan Lievens (2009) tersebut merupakan sebagai berikut :

WOM Positif

- 1) Berbicara pada orang yang anda ketahui yang memberi tahu hal positif tentang perusahaan.
- 2) Mencari informasi dari keluarga, teman, atau orang yang kamu ketahui yang merekomendasikan perusahaan tersebut sebagai tempat bekerja.

WOM Negatif

- 1) Berbicara pada orang yang anda ketahui yang memberi tahu hal negatif tentang perusahaan.
- 2) Mencari informasi dari keluarga, teman, atau orang yang kamu ketahui yang memberikan nasihat kontradiksi tentang perusahaan tersebut sebagai tempat bekerja.

Publisitas Positif

- 1) Pergi melalui informasi media yang positif tentang suatu perusahaan.

- 2) Pergi melalui informasi yang bagus tentang suatu perusahaan di TV, radio, dan media.

Publisitas Negatif

- 1) Pergi melalui informasi media yang negatif tentang suatu perusahaan.
- 2) Pergi melalui informasi yang tidak bagus tentang suatu perusahaan di TV, radio, dan media.

Sementara itu, Osburg *et al.* menggunakan item sebagai berikut :

- 1) Sikap saya terhadap *job posting* tersebut adalah positif.
- 2) Sikap saya terhadap *job posting* tersebut adalah baik.
- 3) Sikap saya terhadap *job posting* tersebut adalah bagus.
- 4) Sikap saya terhadap *job posting* tersebut adalah negatif.
- 5) Sikap saya terhadap *job posting* tersebut adalah tidak baik.
- 6) Sikap saya terhadap *job posting* tersebut adalah buruk.

3.4. JENIS DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

3.4.1. Jenis Data

Data yang dikumpulkan merupakan data primer yang langsung diperoleh dari responden dalam penelitian. Data primer dapat disebut juga data asli atau data baru (Rusdi, Subiantoro, dan Hidayat, 2017). Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan daring melalui Google Form dan diisi oleh seluruh responden yang memenuhi kriteria.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan survei dan membagikan kuesioner yang dapat diisi secara daring oleh responden dengan memanfaatkan fitur Google Form. Fitur *skip logic* berdasarkan jawaban semakin memungkinkan penelitian dapat menjangkau responden dengan tepat melalui Google Form sesuai dengan kriteria yang akan dijelaskan selanjutnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert dalam rentang 1 – 6. Kepercayaan yang sudah umum terjadi di dalam penelitian bahwa orang Asia kurang mau mengekspresikan pendapat mereka dalam penelitian mendorong peneliti untuk membentuk skala genap dalam penelitian di Indonesia saat ini. Meskipun terdapat rekomendasi dari penelitian Wong *et al.* (2009) untuk menghentikan sikap skeptis terhadap penelitian di Asia, terutama di daratan cina yang menggunakan skala ganjil. Namun bukti lebih detail dalam penelitian Wong *et al.* (2009) dalam penelitian tersebut masih terdapat perbedaan, ditemukan *mean* yang lebih tinggi di dalam penelitian dengan skala genap daripada penelitian dengan skala ganjil. Sementara itu, penelitian serupa dengan Wong *et al.* (2009) belum dapat ditemukan di Indonesia, peneliti memilih untuk tetap menggunakan skala likert dengan angka genap dengan rentang 1-6 berikut ini.

SKALA LIKERT

1 = Sangat tidak setuju	4 = Agak setuju
2 = Tidak setuju	5 = Setuju
3 = Agak tidak setuju	6 = Sangat setuju

3.5. UJI INSTRUMEN PENELITIAN

3.5.1. Uji Awal

Literatur mengenai Focus Group Discussion (FGD) sebagai tahap pengujian awal instrumen dalam proses penelitian kuantitatif belum banyak ditemukan. Adapun pembahasan mengenai tahapan FGD dalam penelitian kuantitatif ditemukan lebih berkembang pada bidang penelitian ilmu kesehatan salah satunya seperti pada artikel yang ditulis oleh Calderon, Baker, dan Wolf (2000).

Literatur lain dengan disiplin ilmu yang masih satu kerabat, Grimm (eds. Sheth dan Malhotra, 2010) menyatakan bahwa dalam penelitian pemasaran, uji awal (*pretest*) mungkin dilakukan untuk menguji instrumen survei. Tujuan untuk dilakukannya pengujian awal ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang akan digunakan dalam survei dapat secara akurat digunakan untuk mendapatkan informasi yang peneliti perlukan dalam penelitian.

FGD dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji instrumen yang dibentuk dengan melakukan adaptasi dan penggabungan dua instrumen berbeda. Adaptasi tersebut dilakukan karena adanya perbedaan pendekatan penelitian yang saat ini sedang dilakukan.

FGD dilakukan melibatkan enam orang responden untuk mendiskusikan instrumen hasil adaptasi dan penggabungan yang sudah dibentuk peneliti. Responden yang hadir diminta mengemukakan alasan atas pertanyaan yang mereka jawab. Alasan yang diajukan responden tersebut akan menjadi pertimbangan apakah instrumen tersebut dapat digunakan atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

3.5.2. Hasil Uji Awal

Uji awal instrumen dilakukan pada instrumen penelitian WEWOM, karena instrumen penelitian variabel ini merupakan hasil gabungan dan adaptasi dari dua instrumen dari dua penelitian berbeda. Instrumen yang digunakan adalah instrumen yang digunakan pada penelitian Bickart dan Ruth (2012) dalam Osburg *et al.* (2018) dan penelitian Van Hoye dan Lievens (2009) yang diadaptasi oleh penelitian Melian-Gonzalez dan Bulchand-Gidumal (2016). Dua penelitian tersebut menggunakan pendekatan eksperimen dan pada penelitian Van Hoye dan Lievens (2009) tidak dapat seluruh item dapat selaras dengan definisi operasional dari WEWOM, sehingga memerlukan adaptasi. Selain itu, penelitian Van Hoye dan Lievens (2009) lebih memberikan uji pada perilaku terhadap WEWOM, sementara dalam penelitian Osburg *et al.* (2018) cenderung memberikan penekanan pada sikap terhadap WEWOM, kolaborasi dua penelitian ini dilakukan agar dapat saling menutupi kekurangan.

Pada tahap pertama, responden diminta mengisi kuesioner yang telah dibuat dalam skala 1 – 4, kuesioner yang diisi tersebut merupakan kuesioner yang hendak diujikan pada FGD. Setelah melengkapi kuesioner dan dikembalikan, FGD dibuka dengan penjelasan mengenai tata tertib agar diskusi dapat terarah dan dilanjutkan dengan penjelasan sekilas mengenai variabel WEWOM dan setelah itu FGD dapat dimulai.

Tabel 3.1. Jumlah Responden yang Hadir pada Uji Awal

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Responden yang bersedia untuk hadir	6
2.	Responden yang hadir	5

Sumber : Data Primer diolah 2019 (Lampiran B)

Tabel 3.2. Hasil Uji Awal Kuesioner Skala 1-4

No.	Pernyataan	Jumlah Respon			
		STS	TS	S	SS
1.	Anda menggali di internet, atas rekomendasi keluarga, teman, atau orang yang anda kenal bahwa perusahaan tersebut sebagai tempat bekerja yang tepat.	0	0	5	0
2.	Anda membaca informasi positif pada suatu perusahaan di internet (melalui forum, ulasan karyawan pada job portal, media sosial, dsb).	0	0	4	1
3.	Sikap saya terhadap informasi tersebut adalah positif.	0	1	3	1
4.	Anda menggali melalui internet, apabila keluarga, teman, atau orang yang kamu	0	1	4	0

	kenal yang memberi rekomendasi bahwa perusahaan tersebut bukan tempat bekerja yang tepat.				
5.	Anda membaca informasi negatif pada suatu perusahaan di internet (melalui forum, ulasan karyawan pada job portal, media sosial, dsb).	0	1	3	1
6.	Sikap saya terhadap informasi tersebut adalah negatif.	0	3	2	0
	Jumlah	0	6	21	3

Sumber : Data Primer diolah, 2019 (Lampiran B)

Uji awal ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan instrumen untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti, hal tersebut diamati dari alasan yang dikemukakan dan dicatat dalam proses uji awal dengan pendekatan FGD. Berikut ini pernyataan yang diujikan pada uji awal melakukan FGD.

Tabel 3.3a Item 1

Pernyataan
Anda menggali di internet, atas rekomendasi keluarga, teman, atau orang yang anda kenal bahwa perusahaan tersebut sebagai tempat bekerja yang tepat.

Tabel 3.3b Item 2

Pernyataan
Anda membaca informasi positif pada suatu perusahaan di internet (melalui forum, ulasan karyawan pada job portal, media sosial, dsb).

Tabel 3.3c Item 3

Pernyataan
Sikap saya terhadap informasi tersebut adalah positif.

Tabel 3.3d Item 4

Pernyataan
Anda menggali melalui internet, apabila keluarga, teman, atau orang yang kamu kenal yang memberi rekomendasi bahwa perusahaan tersebut bukan tempat bekerja yang tepat.

Tabel 3.3e Item 5

Pernyataan
Anda membaca informasi negatif pada suatu perusahaan di internet (melalui forum, ulasan karyawan pada job portal, media sosial, dsb).

Tabel 3.3f Item 6

Pernyataan
Sikap saya terhadap informasi tersebut adalah negatif.

Hasil diskusi hampir keseluruhan menunjukkan respon yang cukup baik terhadap seluruh item. Pada item satu, seluruh responden menyatakan kebutuhan mereka atas informasi yang positif untuk menjawab seputar keraguan mereka dalam memilih pekerjaan, mereka memanfaatkan hal tersebut untuk memastikan kebenaran informasi positif yang mereka baca, hanya ada satu responden yang menjawab tidak setuju karena merasa belum merasa perlu untuk mencari kerja.

Pada item kedua, terdapat pernyataan menarik dari salah satu responden yang telah menilai bahwa informasi yang bersifat independen lebih dapat dipercaya, sementara itu secara keseluruhan responden merespon positif item tersebut. Item nomor tiga, karena informasi cenderung independen, beberapa responden bahwa menilai bahwa mereka lebih dapat mempercayai informasi positif sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan mereka dalam melamar pekerjaan.

Item-item yang digunakan sebagai alat ukur WEWOM negatif tidak tidak seluruhnya mengalami respon yang cukup positif dari responden. Alasan responden dalam merespon item empat dan lima hampir serupa. Item empat secara umum responden menjawab bahwa hal tersebut diperlukan, dan menyetujui bahwa hal tersebut dapat dilakukan untuk memastikan informasi yang didapat dari orang sekitarnya. Item lima direspon dengan cukup baik, dan dapat juga diartikan bahwa responden menyetujui hal tersebut. Responden menganggap bahwa hal tersebut dapat dilakukan untuk mengumpulkan informasi untuk mengambil keputusan melamar pekerjaan.

Hanya terdapat sedikit perbedaan pada jawaban alasan item nomor enam, “*sikap saya terhadap informasi tersebut adalah negatif*”. Hampir seluruh responden yang hadir menjawab bahwa respon mereka tidak setuju, namun bukan berarti hal tersebut tidaklah layak dijadikan instrumen. Hal tersebut dapat terlihat dari alasan yang responden catat pada item enam ini mengarah kepada kelayakan item enam yang masih dapat digunakan sebagai alat ukur. Alasan yang menunjukkan untuk menjawab negatif namun masih cenderung menunjukkan jawaban yang netral. Responden menjawab bahwa mereka tidak selalu memiliki sikap yang negatif terhadap informasi negatif yang mereka lihat, informasi hanya akan mereka simpan sebagai bahan pertimbangan tambahan, dan tidak selalu mutlak berujung pada sikap negatif.

Menurut mereka, keputusan pelamar kerja apakah akan bersikap negatif atau tidak akan kembali lagi kepada responden itu sendiri. Namun dengan dominasi jawaban tersebut pada item enam bukan berarti hal itu dapat membatalkan satu item

dalam satu instrumen yang sedang diujikan. Item tersebut dapat digunakan namun terdapat potensi jawaban pada skala dibawah skala 3 dan 4 dalam skala 1 sampai 4. Meskipun begitu, mereka juga tetap mengemukakan bahwa informasi tersebut masih dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan melamar pekerjaan kepada suatu perusahaan.

3.5.3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah konsep benar-benar terhubung dengan konsep yang hendak diukur. Reliabilitas dan validitas merupakan istilah yang selalu disebutkan berurutan. Ketika diukur, bisa saja diketahui bahwa itu reliabel, berarti instrumen tersebut tidak valid. Namun apabila instrumen sudah dapat dikatakan reliabel, suatu instrumen belum tentu dapat dinyatakan selalu valid (Singh, 2007). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan pengujian validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dilakukan dengan melakukan uji coba terhadap instrumen pada dimana populasi tersebut diambil. Setelah itu melakukan tabulasi, dan selanjutnya mengkorelasikan antar skor item instrumen lalu mengkorelasikan skor faktor dengan skor total (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan batas kelayakan dari uji validitas, maka ditentukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Jika r-hitung $> 0,2573$ maka dinyatakan valid. Namun, apabila korelasi antara item dengan r-hitung $< 0,2573$ maka dinyatakan tidak valid (Rusiadi, Subiantoro, dan Hidayat, 2017).

3.5.4. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap jawaban 40 responden yang didapat. Uji validitas ini dilakukan dengan r-tabel sebesar 0,2573. Suatu item akan dinyatakan valid apabila diketahui memiliki hasil r-hitung > r-tabel yang telah ditentukan. Korelasi dinyatakan signifikan apabila nilai koefisien $\alpha < 0,05$.

Tabel 3.4a Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1.

	Variabel X	CSR	r-tabel	Keterangan
X1_1	Pearson Correlation	-0,063	0,2573	Tidak valid
	Sig. (1-tailed)	0,349		
	N	40		
X1_2	Pearson Correlation	0,387**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,007		
	N	40		
X1_3	Pearson Correlation	0,532	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
X1_4	Pearson Correlation	0,154	0,2573	Tidak valid
	Sig. (1-tailed)	0,171		
	N	40		
X1_5	Pearson Correlation	0,424**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,003		
	N	40		

Tabel 3.4b Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1 (lanjutan)

X1_6	Pearson Correlation	0,425**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,003		
	N	40		
X1_7	Pearson Correlation	0,467**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,001		
	N	40		
X1_8	Pearson Correlation	0,449**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,002		
	N	40		
X1_9	Pearson Correlation	0,684**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
X1_10	Pearson Correlation	0,489**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,001		
	N	40		
X1_11	Pearson Correlation	0,401**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,005		
	N	40		
X1_12	Pearson Correlation	0,493**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,001		
	N	40		
X1_13	Pearson Correlation	-0,165*	0,2573	Tidak valid
	Sig. (1-tailed)	0,154		
	N	40		

Sumber : Data primer diolah, 2019 (Lampiran D)

*Korelasi signifikan pada tingkat 0,05 (satu ekor)

**Korelasi signifikan pada tingkat 0,01 (satu ekor)

*Korelasi signifikan pada tingkat 0,05 (satu ekor)

**Korelasi signifikan pada tingkat 0,01 (satu ekor)

Tabel 3.5a Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Z1

Variabel Z		Organizational Attractiveness	r-tabel	Keterangan
Z1_1	Pearson Correlation	0,567**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_2	Pearson Correlation	-0,415**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,004		
	N	40		
Z1_3	Pearson Correlation	0,675**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_4	Pearson Correlation	0,671**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z_5	Pearson Correlation	0,732**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_6	Pearson Correlation	0,774**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_7	Pearson Correlation	0,668**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_8	Pearson Correlation	0,806**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		

Tabel 3.5b Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Z1 (lanjutan)

Z1_9	Pearson Correlation	0,859**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_10	Pearson Correlation	0,547**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_11	Pearson Correlation	0,693**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_12	Pearson Correlation	0,631**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_13	Pearson Correlation	0,641**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_14	Pearson Correlation	0,731**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Z1_15	Pearson Correlation	0,658**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		

Sumber : Data primer diolah, 2019 (Lampiran D)

*Korelasi signifikan pada tingkat 0,05 (satu ekor)

**Korelasi signifikan pada tingkat 0,01 (satu ekor)

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y1

Variabel Y		Minat Melamar Pekerjaan	r-tabel	Keterangan
Y1_1	Pearson Correlation	0,360*	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,011		
	N	40		
Y1_2	Pearson Correlation	0,625**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Y1_3	Pearson Correlation	0,660**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Y1_4	Pearson Correlation	0,695**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
Y1_5	Pearson Correlation	0,543**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		

Sumber : Data primer diolah, 2019 (Lampiran D)

*Korelasi signifikan pada tingkat 0,05 (satu ekor)

**Korelasi signifikan pada tingkat 0,01 (satu ekor)

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel M1

Variabel M		WEWOM	r-tabel	Keterangan
M1_1	Pearson Correlation	0,808**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,000		
	N	40		
M1_2	Pearson Correlation	0,488**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,001		
	N	40		
M1_3	Pearson Correlation	0,441**	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,002		
	N	40		
M1_4	Pearson Correlation	0,340*	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,016		
	N	40		
M1_5	Pearson Correlation	0,357*	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,012		
	N	40		
M1_6	Pearson Correlation	0,293*	0,2573	Valid
	Sig. (1-tailed)	0,034		
	N	40		

Sumber : Data primer diolah, 2019 (Lampiran D)

Dalam uji validitas instrumen variabel X (Pandangan terhadap CSR) terdapat tiga item dinyatakan tidak valid. Hal itu ditunjukkan dengan r-hitung yang jumlahnya kurang dari r-tabel dan juga ditunjukkan dengan

nilai koefisien $\alpha < 0,05$. Sementara itu, uji validitas item pada variabel Z1, M1, dan Y1 seluruh item dinyatakan valid.

Ketidakvalidan item X1_1, X1_4, dan X1_13 dapat disebabkan karena adanya kekurangan wawasan responden berkaitan dengan CSR yang menyebabkan kegagalan untuk memahami item dengan baik pada item terbalik (*reversed item*).

3.5.5. Uji Reliabilitas

Tujuan dibalik dilakukannya uji reliabilitas yaitu berkaitan dengan konsistensi dari pengukuran yang dilakukan dalam penelitian. Faktor yang mendorong pentingnya melakukan reliabilitas yaitu berkaitan dengan prinsip stabilitas, berkaitan dengan kenyamanan peneliti terhadap hasil agar tidak fluktuatif. Kedua berkaitan dengan reliabilitas internal yaitu memastikan bahwa alat ukur yang digunakan peneliti telah konsisten untuk dapat digunakan dalam penelitian. Faktor ketiga yaitu karena keterlibatan peneliti lainnya, maka dari itu perlu adanya konsistensi dengan melakukan uji reliabilitas (Singh, 2007). Pengukuran reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach* seperti yang digunakan dalam banyak penelitian (Singh, 2007; Clark-Carter, 2017). Dalam penelitian ini apabila nilai $\alpha > 0,70$ maka instrumen yang digunakan dikatakan reliabel.

3.5.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas instrumen melakukan uji terhadap data yang diperoleh dari 40 orang responden. Uji reliabilitas dilakukan dengan tidak

mengikutsertakan item yang tidak valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item dapat dinyatakan reliabel. Seluruh variabel dapat mencapai nilai $\alpha > 0,7$ sehingga dapat dinyatakan reliabel untuk kepentingan uji lapangan.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Nama Variabel	Nilai Cronbach α	Keterangan	N Item
Pandangan terhadap CSR (X1)	0,797	Reliabel	10
<i>Organizational Attractiveness</i> (Z1)	0,925	Reliabel	15
Minat Melamar Pekerjaan (Y1)	0,853	Reliabel	5
<i>Worker Electronic Word-of-Mouth</i> (M1)	0,774	Reliabel	6

Sumber : Data primer diolah, 2019 (Lampiran D)

3.6. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

3.6.1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik yang berada pada objek dimana peneliti melakukan investigasi (Sekaran dan Bougie, 2017). Populasi merupakan mahasiswa yang sedang mengerjakan atau sudah menyelesaikan tugas akhir dan *fresh graduate* yang aktif mencari kerja yang memiliki pengalaman kerja kurang dari 1 tahun. Kriteria seseorang dikatakan sebagai *fresh graduate* sendiri yaitu kondisi dimana seseorang masih < 6 bulan lalu menerima ijazah. Penelitian ini akan fokus pada mahasiswa dan *fresh graduate* warga negara Indonesia di tingkat sarjana.

3.6.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti. Dari populasi yang akan diteliti yang memenuhi kriteria atau karakteristik adalah mahasiswa yang sedang mengerjakan atau sudah menyelesaikan tugas akhir dan *fresh graduate* aktif mencari kerja yang memiliki pengalaman kerja kurang dari 1 tahun. Lebih detail, sampel memerlukan responden yang aktif mencari pekerjaan melalui internet (job-portal, media sosial, dsb). *Non probability sampling* ditentukan untuk menentukan besaran sampel dan dilakukan dengan teknik *sampling insidental* (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan data yang dirilis Kementerian Riset dan Teknologi tahun 2015 menunjukkan terdapat setidaknya 1.088.587 mahasiswa baru pada jenjang program sarjana di seluruh Indonesia. Kemungkinan besar pada tahun 2019 juga terdapat populasi mahasiswa tingkat akhir dan juga *fresh graduate* yang sama pada tahun 2015 apabila diasumsikan seluruh mahasiswa baru tersebut secara keseluruhan lulus tepat waktu. Untuk melakukan penelitian survei dalam populasi yang sangat besar peran untuk melakukan *sampling* sangat diperlukan. Pada penelitian ini besar sampel ditentukan dengan menggunakan perhitungan Slovin yang pada umumnya digunakan. Dengan tingkat error sebesar 10% (0,10) didapatkan jumlah sampel minimum diperlukan sebanyak 100 orang.

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{1.088.587}{1 + (1.088.587 \cdot 0.10^2)}$$

$n = 99,993$ dibulatkan menjadi 100 orang

3.7. METODE ANALISIS DATA

3.7.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang memungkinkan peneliti untuk melakukan analisa data dengan melakukan deskripsi terhadap data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017).

3.7.2. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Teknik analisis yang cukup dikenal digunakan dalam ilmu sosial ini merupakan gabungan dari dua buah metode disiplin ilmu, yaitu disiplin sudut pandang ekonometrika dan psikometrika (Ghozali dan Latan, 2015). Ekonometrika memiliki kecenderungan untuk merujuk pada sudut pandang yang fokus pada melakukan prediksi sementara psikometrika, metode yang mampu menggambarkan konsep model dengan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung melalui indikatornya lanjut dalam penjelasan Ghozali dan Latan (2015) dan Hartono (2011).

Sementara menurut Wright (1921) dalam Hartono (2011) menyatakan bahwa SEM merupakan sebuah teknik statistika untuk melakukan uji dan estimasi hubungan kausal dengan integrasi analisis faktor dan analisis jalur. Lebih lanjut Hartono (2011) memberikan penjelasan bahwa SEM lebih mengutamakan model konfirmatori dibandingkan dengan eksploratori, sehingga tepat jika digunakan untuk melakukan pengujian teori.

Lebih lanjut, Hartono (2011) menyebutkan bahwa pengujian efek moderasi menggunakan teknik regresi dapat dilakukan tetapi model yang kompleks atau hipotesis model maka teknik regresi menjadi tidak efisien. Hartono (2011) merekomendasikan penggunaan SEM-PLS untuk model penelitian dengan penelitian dengan efek moderasi.

3.7.3. Partial Least Square (PLS)

PLS merupakan bagian dari SEM dan saling terkait, PLS merupakan analisis SEM yang berbasis varian yang secara simultan dapat juga melakukan pengujian model pengukuran serta pengujian model struktural (Hartono, 2011). Lebih lanjut lagi Hartono (2011) menjelaskan bahwa PLS merupakan alat dari prediksi kausalitas yang digunakan untuk pengembangan teori karena SEM yang berbasis varian memiliki tujuan memprediksi model untuk pengembangan teori. Menurut Wald (1985) dalam Ghozali dan Latan (2015), PLS merupakan metode analisis yang dikenal *powerfull* dan *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi

OLS (*Ordinary Least Square*) regresi, seperti asumsi mengenai data harus terdistribusi normal secara multivariat dan tidak adanya masalah mengenai multikolinieritas antar variabel eksogen.

3.7.4. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Hal itu ditujukan agar memperoleh parameter model pengukuran melalui proses iterasi algoritma (Hartono, 2011). Berikut ini dijelaskan pula beberapa konsep validitas dan reliabilitas.

1. Convergent Validity

Validitas konvergen berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur (*manifest variable*) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen biasanya menggunakan harus lebih dari 0,7 sebagai *rule of thumb* dalam penelitian konfirmatori sementara untuk penelitian eksploratori dalam rentang 0,6-0,7 bahkan lebih rendah dari itu, 0,5 untuk penelitian tahap awal yang masih dalam tahap pengembangan (Ghozali dan Latan, 2015).

2. Discriminant Validity

Validitas diskriminan akan tercapai apabila dua instrumen berbeda yang mengukur dua buah konstruk yang telah diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dinilai dengan dasar *cross loading* pengukuran dengan konstraknya, atau membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan

korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Hartono, 2011).

3. Composite Reliability

Reliabilitas komposit merupakan nilai yang digunakan untuk melakukan penilaian pada reliabilitas konstruk. Reliabilitas komposit lebih disarankan daripada Cronbach's Alpha, karena Cronbach's Alpha dianggap menimbulkan kecenderungan menghasilkan nilai yang lebih rendah (Ghozali dan Latan, 2015). Menurut Ghozali dan Latan (2015) aturan baku nilai yang biasa digunakan dalam reliabilitas komposit harus lebih besar dari 0,7 (penelitian konfirmatori) sementara rentang 0,6 hingga 0,7 masih dapat diterima apabila masih bersifat eksploratori.

4. First Order Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menganalisis dimensionalitas suatu konstruk. Pada penelitian ini menggunakan analisis *first order confirmatory factor* karena konstruk secara konsep dibentuk secara unidimensional. Sebelum melakukan analisis model struktural, peneliti terlebih dahulu harus melakukan pengukuran model untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten, dan reliabilitas komposit untuk blok indikatornya (Ghozali dan Latan, 2015).

3.7.5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan dengan nilai t-statistic nilainya harus di atas 1,97 untuk hipotesis satu ekor harus di atas 1,64 nilainya (Hartono, 2011).

1. R-Square (R^2)

Dalam Hartono (2011) nilai R^2 digunakan dengan tujuan untuk mengukur tingkatan variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 artinya model prediksi dari penelitian yang diajukan semakin baik. Namun menurut Hartono (2011) lebih lanjut menjelaskan bahwa R^2 bukan sebuah parameter mutlak untuk menjadi ukuran ketepatan model prediksi karena dasar hubungan teoritis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kausalitas tersebut.

2. Goodness of Fit

Berdasarkan pernyataan Ghazali dan Latan (2015), terdapat tiga ukuran *fit indexes* yang berbeda dalam *path modeling*. Salah satu ukurannya yaitu *goodness of fit*. *Goodness of fit* dilakukan dengan melibatkan angka *overall fit index* yang dikembangkan oleh Tenenhaus *et al.* (2014). Indeks ini berfungsi untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural. Selain itu, dapat berfungsi sebagai pengukur sederhana dari prediksi model secara keseluruhan.

3. Uji Hipotesis (Bootstraping)

Evaluasi model selanjutnya dapat dilakukan dengan metode *bootstraping*, dikembangkan oleh Efron pada 1970an (Ghozali dan Latan, 2015). Prosedur bootstrap menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. Dalam Ghozali dan Latan (2015), bootstrap dapat dilakukan dengan besaran number of bootstrap sample 5000 dengan catatan harus lebih besar dari sampel original. Namun seiring perkembangan, beberapa literatur menyarankan number of bootstrap samples sebesar 200 hingga 1000 sudah dinyatakan cukup.

