

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1 PT Indotrading



Gambar 3.1 Logo Perusahaan

PT Indotrading adalah salah satu *marketplace Business-to-Business* (B2B) terbesar di Indonesia yang menghubungkan pemasok, distributor, dan produsen dengan pembeli bisnis lainnya. Selain sebagai platform perdagangan, Indotrading juga menyediakan berbagai layanan digital untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk layanan pemasaran digital, pembuatan website, dan rekrutmen *online*.

PT Indotrading adalah Indotrading adalah platform bisnis-ke-bisnis (B2B) yang berfungsi sebagai direktori perdagangan online di Indonesia. Didirikan pada tahun 2012, perusahaan ini bertujuan untuk membantu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam memasarkan produk mereka secara digital dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Model bisnis utama Indotrading adalah sebagai berikut:

1) *Marketplace B2B*

Menghubungkan penjual (pemasok, distributor, dan produsen) dengan pembeli (perusahaan dan bisnis lainnya). Fokus pada produk dalam jumlah besar untuk transaksi bisnis.

2) Layanan Keanggotaan Berbayar

Menawarkan paket berlangganan premium untuk UKM yang ingin meningkatkan visibilitas bisnis mereka di platform.

3) Jasa Digital Marketing

Menyediakan layanan SEO (*Search Engine Optimization*), Google Ads, dan pemasaran digital lainnya agar produk anggota lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli di mesin pencari.

4) Pembuatan *Website & Branding*

Membantu UKM dalam membangun *website* bisnis dan memperkuat identitas merek mereka secara *online*.

5) Layanan Konsultasi & *Supplier Verification*

Menyediakan verifikasi supplier untuk memastikan kepercayaan antara penjual dan pembeli.

Untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja, Indotrading tidak hanya mengandalkan platform internalnya tetapi juga memanfaatkan berbagai platform rekrutmen di Indonesia seperti Jobstreet, LinkedIn, dan Glints dalam mencari kandidat yang sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa Indotrading mengadopsi strategi multi-channel dalam proses rekrutmen guna menjangkau lebih banyak pencari kerja potensial.

Tabel 3.1 Tren Peningkatan Jumlah Pelamar di Platform Rekrutmen Online oleh PT Indotrading (2020–2024)

Tahun	Jumlah Lowongan yang Dipublikasikan	Total pelamar	Rata-rata Pelamar per Lowongan
2020	85	4.200	49
2021	120	7.500	62

2022	140	10.200	73
2023	160	13.000	84
2024	180	16.800	93

Sumber: Data Internal Perusahaan

Berdasarkan tabel di atas, sejak 2020, PT Indotrading mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pelamar yang melamar melalui platform rekrutmen online seperti Jobstreet, Kalibrr, dan LinkedIn. Rata-rata pelamar per lowongan meningkat lebih dari 80% dalam kurun waktu 5 tahun. Peningkatan ini sejalan dengan semakin kuatnya kehadiran digital perusahaan, khususnya melalui situs karier resmi dan penyebaran iklan lowongan kerja di berbagai kanal *online*.

Salah satu faktor yang diduga berperan adalah peningkatan persepsi pelamar terhadap kualitas situs karier perusahaan dan kredibilitas informasi lowongan kerja yang disampaikan, yang mendorong persepsi positif terhadap daya tarik organisasi. Dengan jumlah pengguna yang besar, pemahaman tentang bagaimana persepsi pencari kerja terhadap kualitas situs dan kredibilitas iklan loker dapat memengaruhi *intention to apply* menjadi penting bagi strategi rekrutmen digital perusahaan.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2017), merupakan rencana dalam pengumpulan, pengukuran, serta analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Dalam desain penelitian, penulis harus juga menentukan metode pengumpulan data yang akan digunakan, jenis sampel, bagaimana variabel akan diukur, bagaimana variabel tersebut akan dianalisis, serta menguji hipotesis.

3.2.1 Metode Penelitian dan Tujuan Penelitian

Menurut Sugiyono (2023), metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis serta memberikan interpretasi yang

berkaitan dengan tujuan diadakannya penelitian. Metode penelitian dibagi menjadi dua macam yaitu:

1) Quantitative Research

Metode ini biasanya disebut sebagai metode tradisional dikarenakan sudah cukup lama digunakan serta dikatakan sebagai metode positivistik yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang menekankan pada objektivitas yang menekankan metode ilmiah, pengamatan, serta pengukuran. Metode ini dapat diartikan metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, serta mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisa datanya bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini pada umumnya akan mengambil sampel secara random sehingga kesimpulan hasil penelitian digeneralisasikan pada populasi di mana sampel itu diambil atau diuji.

2) Qualitative Research

Metode ini bisa dikatakan sebagai metode penelitian yang naturalistik di mana penelitian dilakukan pada kondisi yang alamiah serta dikatakan sebagai metode postpositivistik yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang menghadirkan asumsi baru dalam mengungkapkan kebenaran. Metode ini diartikan sebagai metode yang meneliti pada kondisi objek yang ilmiah serta peneliti sebagai instrumen kunci. Metode ini bersifat induktif dan hasil penelitian menekankan pada makna dibandingkan generalisasi.

Berdasarkan Sekaran & Bougie (2017), jenis dari penelitian dibagi menjadi tiga macam yaitu:

1) Exploratory Study

Studi eksploratif dapat dilakukan ketika tidak banyak yang diketahui atau sedikitnya informasi mengenai situasi yang akan terjadi, atau tidak adanya informasi yang berkaitan dengan masalah maupun persoalan penelitian yang hampir sama diselesaikan di masa lalu. Dengan sedikit atau tidaknya informasi tersebut, maka perlu dilakukan studi awal yang ekstensif sehingga dapat memahami apa yang sedang terjadi, serta mendapatkan pemahaman yang baik terhadap fenomena yang terjadi dalam situasi tersebut.

2) Descriptive Study

Tujuan dari adanya studi deskriptif adalah untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, maupun situasi yang melibatkan pengumpulan data kuantitatif seperti tingkat kepuasan, jumlah produksi, jumlah penjualan, dan lainnya. Tidak bisa dipungkiri juga bahwa studi deskriptif juga memerlukan pengumpulan informasi kualitatif, seperti menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan atau mengamati bagaimana seorang manajer menyelesaikan sebuah konflik di tempat bekerja.

3) Causal Study

Studi kausa merupakan inti dari pendekatan ilmiah dalam melakukan penelitian dimana menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel yang lain berubah atau tidak. Dalam studi ini juga maksud dari peneliti melakukan studi kausal agar dapat menyatakan bahwa variabel X menyebabkan variabel Y sehingga ketika variabel X dihilangkan atau diubah, maka masalah dari variabel Y dapat terpecahkan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden yang dipilih secara acak (random sampling). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi asal sampel tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan metode deskriptif guna mengidentifikasi serta menggambarkan tren dan pola persepsi pelamar kerja terhadap proses rekrutmen daring berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner.

3.2.2 Research Data

Menurut Sekaran & Bougie (2017), data dapat diperoleh dari berbagai sumber yaitu:

1) Primary Data

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung atau dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel keterikatan untuk tujuan tertentu dari studi (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam data primer, peneliti akan menyebarkan kuesioner atau melakukan wawancara secara langsung kepada responden yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya (Copper & Schindler, 2014).

2) Secondary Data

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari beberapa sumber yang sudah ada sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2017). Sumber data sekunder data didapatkan berasal dari jurnal, artikel, data perusahaan, buku,

laman resmi perusahaan, analisa industri yang diberikan oleh media, *website* (Copper & Schindler, 2014).

Berdasarkan jenis data yang telah dijabarkan sebelumnya, pada penelitian ini penulis menggabungkan dua jenis data yaitu *primary data* serta *secondary data*. Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan singkat terkait persepsi pelamar terhadap kualitas situs rekrutmen, persepsi terhadap kredibilitas iklan lowongan kerja, *organizational attractiveness*, serta *intention to apply*. Setiap pertanyaan disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dan diukur menggunakan skala Likert untuk mempermudah proses kuantifikasi data dan analisis statistik lebih lanjut. Selanjutnya, peneliti menggunakan *secondary data* dengan mencari referensi tambahan melalui jurnal, buku, serta artikel-artikel dari media dalam memenuhi kebutuhan untuk mendukung penelitian ini.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel utama:

1) Variabel Independen (X)

Variabel independent (bebas) ialah variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2017). Adapun variabel X dalam penelitian ini yaitu Persepsi terhadap kualitas situs (X1) dan Persepsi terhadap kredibilitas iklan loker (X2).

2) Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teori dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, tetapi tidak dapat

diamati dan diukur. Variabel mediasi ialah variabel perantara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen secara tidak langsung mempengaruhi perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel mediasi pada penelitian ini yaitu Organizational Attractiveness.

3) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2017). Adapun variabel Y pada penelitian ini yaitu Intention to Apply.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas maupun karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk nantinya diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang sedang mencari pekerjaan dan mengakses situs rekrutmen online atau iklan lowongan kerja digital. Populasi ini terdiri dari *fresh graduates* dan individu yang memiliki pengalaman kerja dengan rentang usia 20–35 tahun.

3.4.2 Sampel

Sebuah penelitian, peneliti harus memperhitungkan estimasi biaya, waktu, dan ketepatan pengambilan sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang diambil dari jumlah populasi dan sifatnya harus dapat menjadi representatif yang mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2019).

3.4.2.1 Sampling Technique

Menurut Sekaran & Bougie (2017), membagi teknik pengambilan sampel menjadi 2 jenis yaitu:

1) Probability Sampling

Pengambilan sampel probabilitas merupakan Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota dari populasi yang dipilih untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2023). Bisa dikatakan bahwa elemen dalam populasi dari teknik ini beberapa sudah diketahui dan peluang bukan nol. (Sekaran & Bougie, 2017).

a) Simple Random Sampling

Pengambilan sampel acak sederhana merupakan teknik yang sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu dan dapat dilakukan ketika anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2023). Dalam pendekatan ini, tiap komponen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai objek (Sekaran & Bougie, 2017).

b) Systematic Sampling

Sampling Sistematis merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut (Sugiyono, 2023).

c) Stratified Random Sampling

Seperti namanya, teknik ini melibatkan proses stratifikasi maupun segregasi yang diikuti dengan pemilihan acak subjek dari tiap strata. Dalam Teknik ini, populasi terlebih dahulu dibagi ke dalam kelompok yang saling lepas yang relevan, tepat, serta penting dalam konteks studi (Sekaran & Bougie, 2017).

d) Cluster Sampling

Sampel klaster merupakan sampel yang dikumpulkan dalam kelompok maupun kumpulan elemen yang secara ideal merupakan agregat alami dari elemen dalam populasi dimana populasi target terlebih dahulu dibagi menjadi klaster-klaster, lalu sampel acak dari klaster diambil dan tiap klaster yang terpilih, baik semua elemen maupun sampel elemen (Sekaran & Bougie, 2017). Teknik ini akan digunakan ketika menentukan sampel ketika objek yang diteliti atau data yang ditemukan memiliki cakupan yang luas (Sugiyono, 2023).

2) *Non Probability Sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang maupun kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2023). Dalam teknik ini ketika waktu maupun faktor lain dibandingkan dengan generalisasi yang menjadi hal yang penting, maka sampel non probabilitas biasanya digunakan (Sekaran & Bougie, 2017).

a) Convenience Sampling

Pengambilan sampel berdasarkan kemudahan merujuk pada pengumpulan informasi yang berasal dari anggota populasi yang

dengan senang hati bersedia memberikannya (Sekaran & Bougie, 2017). Teknik ini digunakan selama tahap eksploratif dari proyek penelitian serta mungkin merupakan cara terbaik dalam memperoleh informasi dasar dengan cepat dan efisien.

b) Purposive Sampling

Pengambilan sampel berdasarkan tujuan merujuk pada penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023). Pengambilan sampel ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka satu-satunya pihak yang memilikinya, atau mereka telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017).

c) Snowball Sampling

Ibarat dalam bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar, teknik ini digunakan dalam penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2023). Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu serta dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya.

Berdasarkan penjabaran di atas, Peneliti menggunakan teknik sampling yaitu probability sampling dengan jenis cluster sampling. Teknik ini dipilih karena

peneliti ingin mengelompokkan populasi ke dalam beberapa klaster berdasarkan karakteristik tertentu misalnya, domisili, usia, atau latar belakang Pendidikan untuk kemudian dipilih secara acak dari klaster tersebut. Peneliti menggunakan teknik ini dengan tujuan mengumpulkan data yang mewakili populasi secara proporsional, khususnya populasi pencari kerja yang aktif menggunakan platform online recruitment. Dengan demikian, sampel yang diambil dapat menggambarkan kondisi populasi secara menyeluruh dan memungkinkan generalisasi hasil penelitian secara lebih akurat.

3.4.2.2 Sampling Size

Menurut Sugiyono (2023), *sampling size* merupakan bagian bagian dari jumlah dan karakteristik populasi tersebut. Ukuran sampel ditentukan dengan tingkat ketepatan serta keyakinan yang diinginkan dalam mengestimasi parameter populasi, sekaligus variabilitas dalam populasi itu sendiri (Sekaran & Bougie, 2017). Generalisasi temuan dari studi terhadap sampel pada populasi bergantung pada representasinya serta ketika makin besar sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi yang diberlakukan umum (Sekaran & Bougie, 2017 ; Sugiyono, 2023).

Menurut Hair et al. (2020), jumlah sampel yang memadai untuk penelitian kuantitatif dengan analisis regresi dan metode Structural Equation Modeling (SEM) adalah minimal 200 responden. Oleh karena itu, penelitian ini akan melibatkan 250 responden guna memastikan data yang diperoleh cukup kuat dalam analisis statistik.

3.5 Periode Penelitian

Periode penelitian adalah waktu yang dibutuhkan penelitian dalam mengumpulkan data hingga mengolahnya. Periode pengerjaan penelitian ini dimulai saat Januari 2025, di mana peneliti melihat fenomena yang terjadi berkaitan dengan pelamar pekerja saat ini di PT Indotrading. Peneliti memulai menyebarkan kuesioner singkat yang untuk melihat fenomena yang terjadi yang akan menjadi pondasi dasar dalam melakukan penelitian selanjutnya.

Selanjutnya, bulan Februari 2025 hingga Maret 2025, peneliti mempersiapkan penelitian dengan menyusun pertanyaan kuesioner yang akan disebar. Pada awal April 2025, peneliti akan menyebar kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pelamar aktif dan pernah melamar pekerjaan di PT Indotrading sebagai pre-test dan pada pertengahan Mei 2025, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada 250 responden sebagai main-test.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Copper & Schindler (2014) dan Sugiyono (2023), terdapat beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

3.6.1 Wawancara

Teknik ini dilakukan ketika ingin melakukan studi pendahuluan dalam menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta ketika peneliti ingin mengetahui berkaitan dengan pengetahuan atau keyakinan dari respon yang lebih mendalam (Sugiyono, 2023). Wawancara dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) Wawancara Terstruktur

Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh dari responden, dimana pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah tersedia (Sugiyono, 2023).

2) Wawancara Tidak Terstruktur

Teknik ini merupakan wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dalam pengumpulan datanya dimana pedoman hanya digunakan berupa garis-garis besar terkait permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2023). Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui beberapa isu pendahuluan, sehingga peneliti dapat menentukan variabel yang memerlukan investigasi lebih lanjut (Singh, 2021).

3.6.2 Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, dimana yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis dimana penelitian ini berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2023).

3.6.3 Kuesioner

Teknik ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana peneliti perlu menyusun daftar pertanyaan secara tertulis (Sugiyono, 2023).

Berdasarkan metode yang telah diuraikan diatas, maka peneliti akan menggunakan metode kuesioner dimana peneliti akan menyebarkan seperangkat pertanyaan melalui Google Form untuk mendapatkan data primer. Peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada 30 responden sebagai langkah pre-test untuk melihat apakah daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dapat digunakan atau tidak. Jika data tersebut terbukti valid, maka peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada 250 responden sebagai main-test dari penelitian ini.

3.7 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2023), dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen penelitian ini digunakan dalam mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang akan digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut akan digunakan dalam pengukuran, maka akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2023). Salah satu jenis skala yang dapat digunakan adalah skala likert. Jenis skala ini dapat digunakan dalam pengukuran yang akan mendapatkan data interval atau rasio. Adapun pengukuran jawaban pada Skala *Likert* yang dibagi menjadi empat skala alternatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Kategori	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4

3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.8 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Skala Ukur
Persepsi terhadap Kualitas Situs (X1)				
Web users behave like “information hunters,” choosing the most efficient path to obtain the information they seek.	Kemudahan navigasi	Kemudahan dalam mencari informasi pekerjaan	Saya merasa mudah menemukan informasi lowongan kerja PT Indotrading di berbagai platform rekrutmen online (misalnya: Jobstreet, LinkedIn, Glints).	Likert
The principles of user-friendly interface design include accessibility, efficiency, and consistency. This relates to the structure of the site being intuitive and easy to navigate, as well as the stability of the connection and responsiveness in its use.	Kecepatan akses	Waktu loading halaman yang cepat	Saya tidak mengalami keterlambatan saat membuka halaman lowongan kerja PT Indotrading.	Likert
		Stabilitas koneksi dan responsivitas situs	Situs rekrutmen online tempat saya melihat lowongan PT Indotrading jarang mengalami gangguan/error.	Likert
Visual design influences user perception, where systems with an attractive appearance are often considered easier to use. This includes aesthetic aspects such as layout, color selection, and professional font types.	Desain visual	Tampilan menarik dan profesional	Tampilan situs rekrutmen PT Indotrading terlihat menarik dan profesional.	Likert
The clarity of information must measure the quality of information in an information system based on completeness,	Kejelasan informasi	Kelengkapan informasi dalam situs	Informasi mengenai lowongan kerja yang disediakan PT Indotrading pada situs rekrutmen sudah sangat lengkap.	Likert

accuracy, and relevance.		Akurasi dan kejelasan deskripsi pekerjaan	Deskripsi pekerjaan yang ditampilkan PT Indotrading disampaikan dengan jelas dan tepat.	Likert
Security and privacy are critical to user confidence in accepting new technologies.	Keamanan dan privasi	Kepercayaan terhadap sistem penyimpanan informasi	Saya percaya bahwa sistem penyimpanan informasi di PT Indotrading pada situs rekrutmen dapat menjaga kerahasiaan dan keamanan data saya.	Likert
Persepsi terhadap Kredibilitas Iklan Loker (X2)				
Job advertisements should align with job reality to attract the right candidates and maintain employer credibility.	Keakuratan Informasi	Kesesuaian antara isi iklan dengan fakta pekerjaan	Informasi yang disampaikan dalam iklan tidak menimbulkan ekspektasi yang keliru.	Likert
Transparency of company information plays a vital role in building trust. This includes clearly stating the company name and using honest and non-misleading language.	Transparansi	Pencantuman nama perusahaan yang jelas	Nama perusahaan tercantum secara jelas dalam iklan lowongan kerja.	Likert
		Ketersediaan informasi gaji, benefit, dan lokasi kerja	Iklan lowongan pekerjaan di PT Indotrading menyediakan informasi yang lengkap mengenai gaji, benefit, dan lokasi kerja.	Likert
The credibility of an advertisement influences how the audience perceives it. Therefore, job advertisements from trusted sources can increase trust and encourage applicants to apply.	Sumber iklan	Kredibilitas pihak yang memposting iklan	Saya percaya bahwa pihak yang memposting iklan lowongan pekerjaan di PT Indotrading memiliki kredibilitas yang tinggi.	Likert
Job description clarity should highlight how job characteristics (e.g. responsibilities and qualifications) affect motivation and job satisfaction.	Kejelasan Deskripsi Pekerjaan	Informasi mengenai tanggung jawab dan kualifikasi pekerjaan	Iklan lowongan pekerjaan di PT Indotrading memberikan informasi yang jelas mengenai tanggung jawab dan kualifikasi yang dibutuhkan.	Likert
		Detail kontak atau cara melamar yang jelas	Iklan lowongan pekerjaan di PT Indotrading mencantumkan detail kontak atau cara	Likert

			melamar yang jelas dan mudah dipahami.	
Visual Communication is Explaining how professional visual design can improve communication effectiveness.	Daya Tarik Visual	Desain iklan yang profesional dan tidak berlebihan	Desain iklan lowongan pekerjaan di PT Indotrading terlihat profesional dan tidak berlebihan.	Likert
Organizational Attractiveness (M)				
Corporate reputation is how a company's branding strategy can attract potential candidates by creating a positive image.	Reputasi Perusahaan	Perusahaan memiliki citra yang positif	PT Indotrading memiliki citra yang positif di mata saya sebagai calon pelamar.	Likert
		Perusahaan dikenal sebagai tempat kerja yang profesional dan terpercaya.	Saya menilai, PT Indotrading dikenal sebagai perusahaan yang profesional dan dapat dipercaya.	Likert
		Perusahaan memiliki reputasi baik sebagai tempat kerja yang menjanjikan.	Menurut saya, PT Indotrading memiliki reputasi yang baik sebagai tempat kerja yang menjanjikan.	Likert
Work culture explains that individuals tend to be attracted to organizations whose values and culture align with theirs.	Budaya Kerja	Lingkungan kerja perusahaan menarik bagi karyawan	Menurut saya, lingkungan kerja di PT Indotrading terlihat menarik dan nyaman bagi para karyawan.	Likert
		Budaya kerja perusahaan mendorong kolaborasi dan saling menghargai antar karyawan.	Menurut saya, Budaya kerja di PT Indotrading mendorong kerja sama dan saling menghargai antar karyawan.	Likert
The facilities offered in a company should highlight that the combination of salary, benefits, and recognition can increase the attractiveness of the company.	Fasilitas yang Ditawarkan	Perusahaan menawarkan benefit yang menarik	PT Indotrading menawarkan berbagai benefit yang menarik bagi karyawan.	Likert
		Perusahaan menyediakan fasilitas kerja yang memadai dan mendukung produktivitas.	Saya menilai, fasilitas kerja yang disediakan oleh PT Indotrading mendukung produktivitas karyawan.	Likert
Intention to Apply (Y)				
Interest in applying refers to a job seeker's tendency to apply based	Minat Melamar	Responden tertarik untuk mengajukan lamaran	Saya tertarik untuk mengajukan lamaran di PT Indotrading.	Likert

on the attractiveness and benefits offered by a job.		Responden merasa antusias ketika melihat lowongan kerja dari PT Indotrading.	Saya merasa antusias ketika melihat lowongan pekerjaan dari PT Indotrading.	Likert
		Responden merasa terdorong untuk mencari tahu lebih banyak tentang lowongan kerja di perusahaan ini.	Saya terdorong untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai lowongan pekerjaan di PT Indotrading.	Likert
Company confidence refers to how a company's image can influence job seekers' perceptions of its prospects and career opportunities.	Keyakinan terhadap Perusahaan	Responden yakin perusahaan memiliki prospek yang baik	Saya yakin PT Indotrading memiliki prospek yang baik di masa depan.	Likert
		Responden percaya bahwa bekerja di PT Indotrading akan memberikan peluang karier yang menjanjikan.	Saya percaya bahwa bekerja di PT Indotrading dapat memberikan peluang karier yang menjanjikan.	Likert
Job seekers are influenced by push factors such as dissatisfaction with their current job and pull factors such as the attraction of a new organization.	Kesediaan Mengajukan Aplikasi	Responden bersedia melamar jika ada kesempatan	Saya bersedia melamar untuk bekerja di PT Indotrading jika ada kesempatan.	Likert
		Responden akan merekomendasikan orang lain untuk melamar ke PT Indotrading.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk melamar ke PT Indotrading.	Likert

3.9 Pilot Test

3.9.1 Uji Validitas Pre-Test

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan SPSS. Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan

gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel r product moment. Kriteria penilaian uji validitas, yaitu:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dinyatakan kuesioner tersebut valid
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dinyatakan kuesioner tersebut tidak valid

Sebelum menyebarkan kuesioner, peneliti melakukan *pre-test* kepada 30 orang responden yang merupakan pelamar kerja aktif, terutama pernah melamar pekerjaan di PT Indotrading melalui situs rekrutmen online dan diharapkan dapat membantu dalam mengumpulkan hasil penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (Ghozali, 2018). Setiap pernyataan akan dianggap valid apabila nilai r hitung positif dan lebih besar dari r tabel (0,361). Berikut ini adalah hasil uji validitas dari penelitian:

Tabel 3.4 Uji Validitas Pre-Test Variabel Persepsi terhadap Kredibilitas Situs (X1)

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlations (r hitung)	r tabel	Keterangan
X1.1	.759	0.361	Valid
X1.2	.821		Valid
X1.3	.704		Valid
X1.4	.567		Valid
X1.5	.908		Valid
X1.6	.800		Valid
X1.7	.748		Valid

Tabel 3.5 Uji Validitas Pre-Test Variabel Persepsi terhadap Kredibilitas Iklan Loker (X2)

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlations (r hitung)	r tabel	Keterangan
X2.1	.908	0.361	Valid

X2.2	.801		Valid
X2.3	.774		Valid
X2.4	.918		Valid
X2.5	.436		Valid
X2.6	.772		Valid
X2.7	.884		Valid

Berdasarkan data di atas, menjelaskan bahwa variabel X terkait Persepsi Terhadap Kredibilitas Situs dan Persepsi Terhadap Kredibilitas Iklan Loker memiliki nilai *Pearson Correlation* (r hitung) positif dan lebih besar dari 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan Valid.

Tabel 3.6 Uji Validitas Pre-Test Variabel Organizational Attractiveness (M)

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlations (r hitung)	r tabel	Keterangan
M1	.468	0.361	Valid
M2	.694		Valid
M3	.717		Valid
M4	.700		Valid
M5	.716		Valid
M6	.717		Valid
M7	.566		Valid

Berdasarkan data di atas, menjelaskan bahwa variabel M terkait Organizational Attractiveness memiliki nilai *Pearson Correlation* (r hitung) positif dan lebih besar dari 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan Valid.

Tabel 3.7 Uji Validitas Pre-Test Variabel Attention to Apply (Y)

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlations (r hitung)	r tabel	Keterangan
Y1	.675	0.361	Valid
Y2	.700		Valid
Y3	.616		Valid
Y4	.505		Valid
Y5	.760		Valid

Y6	.647		Valid
Y7	.638		Valid

Berdasarkan data di atas, menjelaskan bahwa variabel Y terkait Attention to Apply memiliki nilai *Pearson Correlation* (r hitung) positif dan lebih besar dari 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan Valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas Pre-Test

Data Primer (kuesioner) dapat dikatakan reliabel ketika data yang diperoleh dari jawaban responden memiliki konsistensi yang stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2019:45).

Dalam penelitian kuantitatif menurut Stainback dalam Sugiyono (2019:268), data yang reliable dinyatakan ketika penelitian dengan objek yang sama dilakukan oleh satu atau dua peneliti, akan tetap menghasilkan hasil yang sama meskipun dalam waktu yang berbeda. Peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 26 untuk mengolah data yang telah didapatkan. Suatu variabel dinyatakan reliable apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Ghozali, 2018).

Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.940	7

Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.926	7
------	---

Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel M

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	7

Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.780	7

Berdasarkan data di atas, menjelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang mewakili variabel X, M, dan Y memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dinyatakan reliable.

3.10 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis serta mengukur data penelitian, peneliti menggunakan alat pengukur yang dapat digunakan dalam menilai tingkat ketergantungan serta validitas dari suatu data yang dapat membantu dalam menganalisis serta memproses data sebagai tanggapan dari rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya.

3.10.1 Uji Instrumen

Menurut Sayyida (2023), *Smart Partial Least Square* atau *SmartPLS* merupakan *software* yang didasarkan pada asumsi non parametrik, sehingga dapat

digunakan untuk data yang tidak berdistribusi normal dan/atau berjumlah kurang dari 200 responden. Dalam bidang sosial khususnya manajemen, banyak data penelitian yang berdistribusi tidak normal sehingga *SmartPLS* menjadi alat yang bisa diandalkan dalam menyelesaikan penelitian dengan data yang tidak berdistribusi normal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan program SmartPLS 4 untuk membantu peneliti dalam melakukan perhitungan statistik serta analisis data.

3.10.2 Analisis Data Penelitian

Menurut Kline (2023), *structural equation modeling* atau SEM mengacu pada serangkaian serangkaian teknik statistik dalam memperkirakan besaran serta arah dugaan yang berefek pada adanya sebab akibat dalam studi kuantitatif yang berdasarkan pada penelitian *cross-sectional*, *longitudinal*, *eksperimental*, maupun jenis lainnya. Teknik SEM dapat dikatakan mirip dengan serangkaian persamaan regresi berganda di mana akan menguji keterkaitan yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan (Hair Jr. et al., 2019). Dalam kaitannya pada penelitian kuantitatif mengenai SDM maupun perilaku organisasi, tentu akan menemukan beberapa representasi visual dari variabel-variabel utama, dimana modelnya relatif kompleks dan di waktu bersamaan akan membahas hubungan antara banyak variabel (Anderson et al., 2020). Metode SEM akan sangat cocok dalam menyelidiki hubungan variabel yang dapat menentukan dampak praktik *Human Resource Management* terhadap hasil sikap serta perilaku SDM, serta pada kinerja organisasi (Ringle et al., 2020).

Salah satu rangkaian metode statistikk multivariat yang digunakan peneliti dalam menghasilkan statistikk deskriptif dan korelasi yaitu *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) adalah teknik yang digunakan dalam menganalisis kemandirian suatu model pengukuran yang menentukan jumlah faktor dan hubungan langsung (Price, 2023). *Exploratory Factor Analysis* (EFA) merupakan model pengukuran formal klasik yang digunakan ketika variabel observasi dan variabel laten diasumsikan pada tingkat interval (Fontaine, 2005). Perbedaan mendasar dari dua factor analisis adalah dimana CFA digunakan untuk menguji hipotesis spesifik tentang hubungan antara variabel yang diamati dan faktor laten, sedangkan EFA digunakan ketika peneliti tidak memiliki asumsi sebelumnya tentang faktor maupun pola. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan CFA yang memungkinkan peneliti dalam menguji hipotesis tentang hubungan antara variabel yang diamati dan faktor laten.

Dalam menilai pengukuran struktural atau SEM, terdapat dua jenis yang dapat digunakan yaitu:

1) Covariance Based SEM (CB-SEM)

CB-SEM digunakan dalam mengkonfirmasi maupun menolak teori serta hipotesis yang mendasarinya, dimana pendekatan ini akan mengkonfirmasi maupun menolak hipotesis dengan menentukan seberapa dekat model teoritis yang diusulkan serta menentukan seberapa dekat model teoritis yang diusulkan untuk memproduksi matriks kovarians dalam kumpulan data sampel yang diamati (Partial least squares structural equation modeling

(PLS-SEM): A useful tool for family business researchers, 2014). Secara singkat, CB-SEM akan memperkirakan parameter model, sehingga perbedaan antara matriks kovarians yang diestimasi serta sampel dapat diminimalkan. (Hair, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021). Ketika tujuan penelitiannya adalah pengujian dan konfirmasi teori, maka CB-SEM akan sangat tepat digunakan (Dash & Paul, 2021).

2) Partial Least Squares SEM (PLS SEM)

Dalam memaksimalkan varians yang dijelaskan oleh variabel laten endogen, PLS-SEM menggunakan prediksi dan meringankan tuntutan data dan hubungan spesifik. Ini dilakukan dengan menghitung hubungan model parsial dalam urutan berulang regresi kuadrat terkecil yang mungkin (Hair, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021). Dengan menggabungkan analisis komponen utama dan analisis jalur berbasis regresi, PLS-SEM memperkirakan parameter sekumpulan persamaan model persamaan struktural (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021). PLS-SEM pada dasarnya akan digunakan dalam mengembangkan teori yang ada yang menjadi pembeda dasar antara PLS-SEM dan CB-SEM (Dash & Paul, 2021).

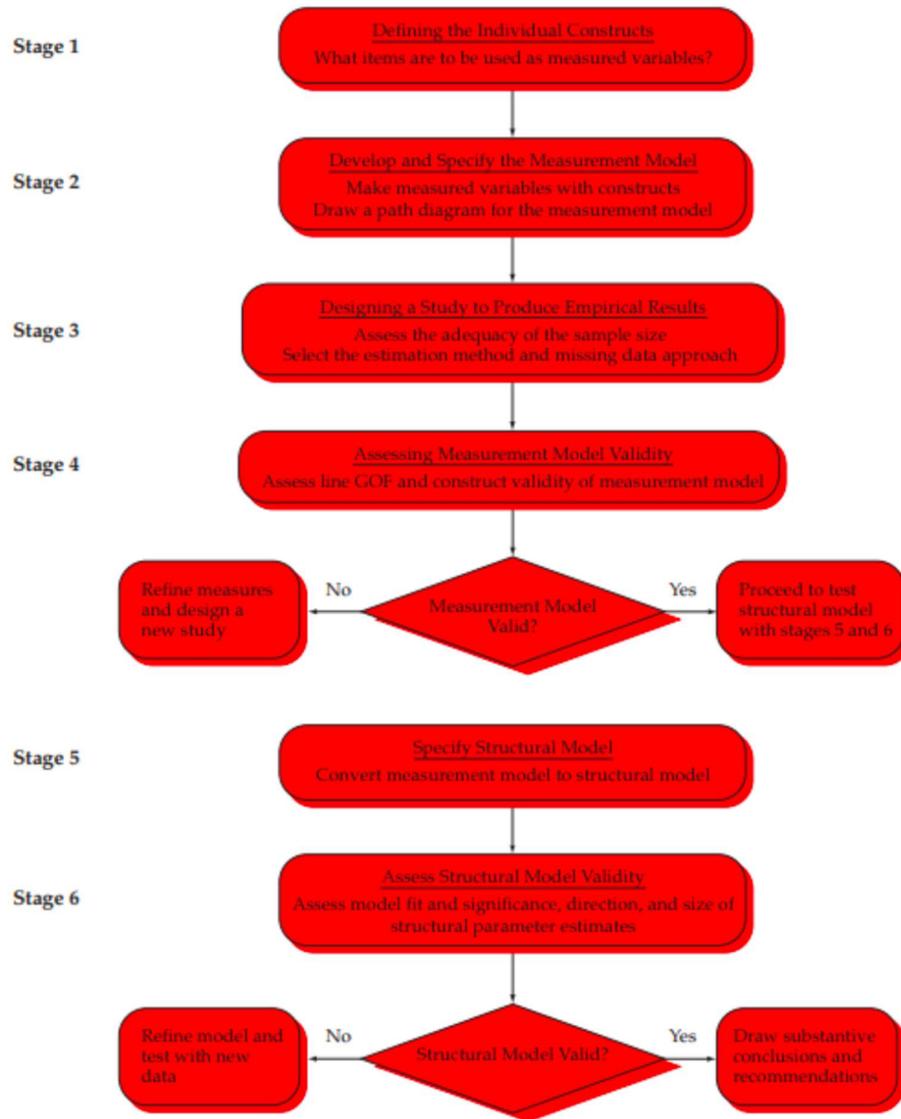
Oleh karena itu, PLS-SEM sangat sesuai dengan penelitian ini di mana PLS-SEM bertujuan menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan maupun pengaruh antar konstruk tersebut (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengukuran struktural yaitu PLS-SEM dimana peneliti akan menguji hubungan prediktif antar konstruk

dengan melihat apakah ada hubungan maupun pengaruh dari konstruk tersebut (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

Dalam analisa PLS-SEM, biasanya terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau measurement model atau outer model serta model struktural atau structural model atau inner model. Outer model menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variabel akan mempresentasikan variabel laten untuk diukur. Inner model menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten Ghozali & Kusumadewi (2023).

3.10.3 Tahapan dan Prosedur

SEM bisa dikatakan cukup banyak digunakan oleh para peneliti dikarenakan teknik ini menyediakan cara yang menarik serta secara konseptual dalam menguji teori. SEM sangat cocok digunakan ketika peneliti mengungkapkan suatu teori dalam kaitannya dengan hubungan antara variabel terukur dan konstruk laten, sehingga SEM dapat membantu menilai seberapa cocok teori tersebut dengan kenyataan yang ada (Hair Jr. et al., 2019). Berikut terdapat 6 tahapan proses pengambilan keputusan dalam teknik SEM:



Gambar 3.2 Proses Enam Tahap untuk SEM

1) Tahap 1: Mendefinisikan konstruksi individu

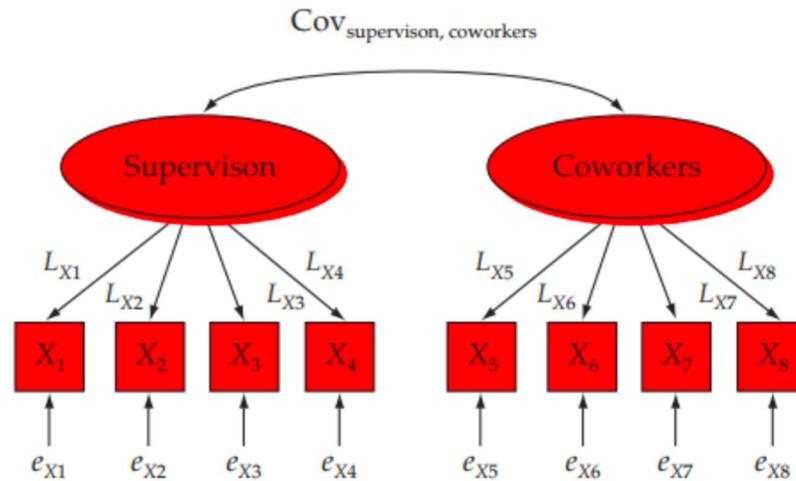
Dalam setiap kasus, cara peneliti memilih item untuk mengukur setiap konstruk akan menentukan landasan bagi keseluruhan analisa SEM, dimana peneliti harus menginvestasikan waktu hingga upaya yang signifikan di awal proses penelitian untuk memastikan kualitas pengukuran yang akan

memungkinkan penarikan kesimpulan yang valid. Proses ini dimulai dengan definisi teoritis yang baik mengenai konstruksi yang terlibat, dimana definisi ini akan memberikan dasar dalam memilih atau merancang masing-masing item indikator. Peneliti akan mengoperasionalkan konstruksi laten dengan memilih item skala pengukuran serta jenis skala. Setelah pengukuran dikembangkan dari berbagai sumber, pretest harus dilakukan dengan menggunakan responden yang serupa dengan populasi yang akan diteliti sehingga dapat menyaring item untuk kesesuaian (Hair Jr. et al., 2019).

2) Tahap 2: Mengembangkan model pengukuran secara keseluruhan

Ketika item skala telah ditentukan, peneliti harus menentukan model pengukurannya, dimana setiap konstruk laten akan dimasukkan ke dalam model yang ditentukan serta variabel indikator atau item yang diukur akan ditetapkan ke konstruk laten yang sesuai. Dalam proses ini, perangkat lunak SEM memungkinkan representasi yang lebih sederhana dalam bentuk diagram. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, SEM terdiri dari berbagai model persamaan structural yaitu:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.3 Representasi Visual dari Model Pengukuran

- a) Variabel laten atau laten variable atau construct variable yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (jika mengacu gambar 3.3 adalah supervision dan coworker)
- b) Variabel indikator atau manifest variable yang digambarkan pada persegi (jika mengacu gambar 3.3 adalah x1, x2, x3, x4, x5, x6, x7, x8)

2) Tahap 3: Merancang penelitian untuk menghasilkan hasil empiris

Dengan model dasar yang telah ditentukan sebelumnya dalam bentuk konstruk dan variabel yang diukur, peneliti akan menentukan desain dan estimasi penelitian. Dalam bidang desain penelitian, peneliti perlu menentukan sebagai berikut:

- a) Jenis data yang akan dianalisis

Dalam jenis data, terdapat dua hubungan yang dianalisa yaitu covariance dan correlation. Covariance mencoba untuk melihat dan mengukur berapa banyak variabel yang berubah. Correlation

mencoba menginformasikan tentang kekuatannya karena hasilnya distandardisasi di seluruh unit dan dataset (Frost, 2024). Saat ini, sebagian besar program SEM dapat menghitung solusi langsung dari data mentah tanpa peneliti menghitung matriks korelasi atau kovarians secara terpisah (Hair Jr. et al., 2019).

b) Dampak dan perbaikan atas data yang hilang

Peneliti harus membuat beberapa keputusan penting tentang data yang hilang, seperti halnya dalam proses multivariat lainnya (Hair Jr. et al., 2019).

c) Dampak ukuran sampel

Structural Equation Modeling (SEM) biasanya memerlukan sampel yang lebih besar daripada metode multivariat lainnya. Dalam analisis data, ukuran sampel sangat penting, seperti halnya dalam metode statistik lainnya yang digunakan untuk menghitung kesalahan pengambilan sampel. Akibatnya, memiliki ukuran sampel yang memadai sangat penting untuk melakukan SEM dan analisis statistik lainnya (Hair Jr. et al., 2019).

3) Tahap 4: Menilai validitas model pengukuran

Dengan model pengukuran yang telah ditentukan, data yang dikumpulkan cukup, serta keputusan penting terkait teknik estimasi telah dibuat, tahapan ini bisa dikatakan tahapan dasar dalam pengujian SEM dimana peneliti akan menilai model pengukuran yang telah disusun apakah valid. Dalam

pengukuran validitas, terdapat beberapa pengukuran yang bisa dilakukan yang digambarkan melalui tabel dibawah ini:

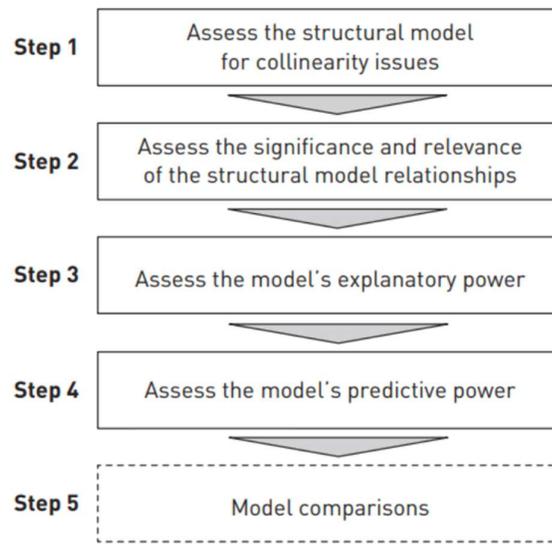
Tabel 3.14 Definisi Uji Validitas PLS-SEM

Evaluation	Measurement	Parameter	Rule of Thumb	
<i>Reflective Measurement Models</i>	<i>Internal Consistency</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Cronbach's Alpha $\geq 0,7$	
		<i>Reliability Coefficient (Rho C)</i>	Rho_C $\geq 0,7$	
	<i>Convergent Validity</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AVE $\geq 0,5$	
		<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loading</i> $\geq 0,7$	
	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Fornell Larcker's criterion</i>	<i>Cross Loading</i>	Nilai <i>cross-loading</i> pada suatu variabel > dibandingkan nilai <i>cross-loading</i> pada variabel lainnya
				akar kuadrat AVE setiap konstruk harus lebih besar dari nilai korelasinya untuk menetapkan validitas diskriminan.
<i>Heterotrait-monotrait (HTMT) ratio of correlation criterion</i>			HTMT < 0,90 dan lebih baik < 0,85	
<i>Formative Measurement Models</i>	<i>Convergent Validity</i>	<i>Indicator Reliability</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq 0,7$	
		<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AVE $\geq 0,5$	

4) Tahap 5: Menentukan model structural

Dalam tahapan ini, peneliti perlu menetapkan variabel indikator ke dalam konstruksi yang harus diwakilinya dan menjadi Langkah penting dalam pengembangan model SEM. Peneliti perlu mengidentifikasi hubungan ketergantungan yang dihipotesiskan yang ada di antara konstruk, serta setiap hipotesis mewakili hubungan spesifik yang harus ditentukan. Hubungan tersebut akan menunjukkan bagaimana suatu konstruksi akan mempengaruhi konstruksi. Pada akhirnya, model akan menampilkan seluruh hubungan ketergantungan yang ada antar konstruk serta peneliti perlu menentukan setiap hubungan tertentu sebagai hipotesis, meskipun tujuan SEM untuk menguji teori dan bukan hubungan individu (Hair Jr. et al., 2019) Menurut Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt (2021) terdapat lima tahapan dalam menguji hasil dari model struktural, yaitu:





Gambar 3.4 Tahapan Model Struktural pada PLS-SEM

a. Menilai structural model untuk masalah kolinearitas

Kolineritas akan terjadi ketika terdapat hubungan antar kedua variabel sehingga dalam konteks bisnis, kolineritas tidak memiliki dampak yang signifikan serta tidak memerlukan perhatian khusus.

Untuk menilai masalah kolinearitas, VIF atau variabel inflation factor dapat digunakan. VIF merupakan pengukuran untuk mengindikasikan seberapa banyak varians dari suatu variabel dapat dipengaruhi oleh korelasi dengan variabel-variabel lain dalam model. Nilai VIF pada konstruk prediktor sebaiknya berada dibawah 5 dan lebih baik lagi jika dibawah nilai 3.

b. Menilai signifikansi serta relevansi hubungan structural model

Dalam penilaian signifikansi hubungan model yang telah disinggung sebelumnya, terdapat dua model yaitu reflective measurement models dan formative measurement models. Peneliti

menggunakan reflective measurement models dimana model ini akan mengasumsikan bahwa konstruk laten akan menyebabkan variabel yang diukur, sedangkan kesalahan pengukuran menyebabkan ketidakmampuan dalam memprediksi variabel yang diukur secara lengkap.

c. Menilai tingkat R²

Coefficient of determination atau R² merupakan pengukuran yang sering digunakan dalam mengevaluasi sejauh mana model struktural dapat menjelaskan variabel dalam variabel laten endogen dimana nilai ini dapat mencerminkan seberapa besar efek gabungan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen yang dapat dijelaskan oleh model. Nilai R² sebesar 0,02 dianggap rendah, 0,15 dianggap sedang, serta 0,35 dianggap tinggi.

d. Menilai ukuran F²

Ukuran efek f² menggunakan nilai R² dalam mengukur kekuatan hubungan dalam model struktur dimana kita dapat melihat perubahan dalam nilai R² ketika satu konstruk pendahulu dihilangkan dari model sehingga ukuran f² memberikan wawasan tambahan mengenai kontribusi relative dari konstruk pendahulu terhadap kekuatan model. Nilai F² mediasi adalah sebesar 0,02 dianggap rendah, 0,075 dianggap sedang, serta 0,175 dianggap tinggi.

e. Menilai relevansi prediktif serta ukuran Q²

Ukuran Q2 merupakan pengukuran kekuatan prediksi model terhadap data yang tidak terlihat dengan menggunakan Teknik blindfolding dimana titik data tertentu dihilangkan dalam menguji sejauh mana model dapat memprediksi data yang tidak terlihat. Dengan menggunakan titik data yang dihilangkan, Q2 menggabungkan kekuatan prediksi dalam sampel serta luar sampel dalam memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kinerja model.

5) Tahap 6: Menilai validitas model structural

Tahapan ini merupakan tahap akhir dalam upaya menguji validitas model model struktural teoritis yang diusulkan serta menguji hubungan teoritis yang tertanam dalam teori tersebut. Ketika peneliti gagal mencapai kecocokan yang dapat diterima dalam model pengukuran, kecocokan model tidak akan membaik ketika batasan tersebut ditambahkan untuk mewakili model struktural teoritis (Hair Jr. et al., 2019).

3.10.4 Uji Hipotesis

Menurut Kadir (2022), hipotesis merupakan pernyataan maupun jawaban sementara berupa dugaan yang mungkin benar serta digunakan sebagai dasar dalam pembuatan keputusan maupun penyelesaian dari suatu masalah dalam penelitian. Menurut Hair Jr. et al. (2019), hal ini perlu dilakukan dikarenakan kecocokan model belum cukup dalam memenuhi kriteria yang ditetapkan. Adapun jenis uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah one-tailed test (uji satu arah). Hal ini

dikarenakan hipotesis yang diajukan bersifat *directional*, yaitu menyatakan arah hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, terdapat tiga kriteria dalam proses pengajuan hipotesis yaitu:

1) *Path Coefficient*

Path Coefficient merupakan perkiraan dari hubungan jalur dalam model struktural dimana mereka sesuai dengan beta standar dalam analisis regresi.

2) *p-Value*

P-value merupakan ukuran statistikk yang digunakan dalam mengevaluasi tingkat signifikansi suatu hasil maupun temuan dimana nilai p ini mengindikasikan sejauh mana bukti data akan mendukung atau menolak hipotesis nol yang diajukan. *P-value* biasanya berada dalam rentang 0 hingga 1, dimana semakin kecil nilainya semakin kuat bukti untuk menolak hipotesis 0. Ketika *p-value* $>0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan antar hipotesis kedua variabel, sedangkan jika *p-value* $<0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan antara hipotesis kedua variabel dimana peneliti menetapkan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

3) *t-Value*

t-value merupakan ukuran statistikk yang digunakan dalam uji hipotesis dimana mengevaluasi tingkat signifikansi perbedaan antar sampel serta parameter populasi yang diasumsikan dimana nilai t dihitung dengan membagi perbedaan antara estimasi sampel serta nilai populasi yang diasumsikan dengan standar error

estimasi. Pada signifikansi ini menggunakan *one-tailed* atau bersifat satu arah dengan tingkat *significant level* di 5% sehingga *t-value* nya 1,65.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA