



## **Pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus pada generasi z solo raya)**

### ***The Influence of e-recruitment, company reputation, and perceptions of job seekers on interest in applying for a job (case study in generation z in solo raya)***

**Ilham Nur Cahyo\*, Jati Waskito**

\*Department of Management, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

#### **INFORMASI ARTIKEL**

##### **Article History:**

*Submission: 02-05-2023*

*Revised: 27-07-2023*

*Accepted: 28-07-2023*

##### **Kata Kunci:**

Generasi Z; variabel; Solo Raya; e-recruitment

##### **Keywords:**

*Generation Z; variable; Great Solo; e-recruitment*

##### **Korespondensi:**

Ilham Nur Cahyo  
ilhamnurcahyo20@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di wilayah Solo Raya. Pada penelitian ini e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan adalah sebagai variabel independen. Minat melamar pekerjaan sebagai variabel dependen. Minat melamar pekerjaan ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan populasi masyarakat yang lahir di tahun 1997–2004 yang berkisar di usia 25–18 tahun atau Generasi Z di wilayah Solo Raya. Sampel yang diambil sejumlah 126 responden generasi Z di wilayah Solo Raya. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan.

#### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of e-recruitment, company reputation, and perceptions of job seekers on Generation Z interest in applying for jobs in the Solo Raya area. In this study, e-recruitment, company reputation, and perceptions of job seekers are independent variables. Interest in applying for jobs as the dependent variable. This type of research is a quantitative study, with a population of people born in 1997 – 2004 ranging in age from 25 – 18 years or Generation Z in the Solo Raya area. Samples were taken randomly of 126 Z Generation respondents in the Solo Raya area. The data collection tool in this study used a questionnaire. The data analysis technique in this study used SPSS version 26. The result of this study are the variable e-recruitment, company reputation, and perceptions of job seekers have a positive and significant effect on interest in applying for job variable*

## **1. PENDAHULUAN**

Pada era revolusi 5.0 seperti sekarang ini hampir semua pekerjaan dapat dilakukan menggunakan teknologi, salah satunya adalah teknologi digital [1]. Hal ini pun juga



dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis dengan melakukan rekrutmen calon karyawan sesuai dengan bidang dan keahlian yang dibutuhkan oleh perusahaan. Media sosial, situs web perusahaan, dan portal online yang menawarkan lowongan pekerjaan biasanya merupakan saluran tempat bisnis mengumumkan atau membagikan lowongan pekerjaan [2]. Pesatnya perkembangan teknologi informasi, salah satunya internet telah memberikan dampak yang signifikan di berbagai aspek, salah satunya perubahan dalam dunia bisnis [3][4]. Hal ini juga wajar mengingat jumlah orang yang menggunakan internet berkembang pesat dan bisa menjadi pasar untuk dimasuki para pebisnis [5].

Sangat lazimnya sebuah persaingan dalam dunia bisnis, apalagi saat menginjak globalisasi seperti sekarang ini yang mengharuskan perusahaan bersaing secara global dalam mencapai pangsa pasarnya [6][7]. Salah satu komponen yang membuat bisnis meraih dan memenangkan kompetitif dengan perusahaan pesaing terdapat di dalam sumber daya manusianya. Perusahaan dan organisasi didominasi oleh sumber daya manusia. Perusahaan membutuhkan karyawan yang berpengetahuan dan terampil agar kegiatan manajemen dapat berjalan dengan lancar. Selain upaya menjalankan bisnis seefisien mungkin untuk mendongkrak kinerja karyawan [8]. Perusahaan akan mencari calon karyawan yang memiliki kualitas dan etos kerja yang baik [9]. Pada umumnya bekerja dianggap hal yang lebih penting daripada rekreasi dan komunitas, bahkan beberapa individu menganggap bahwa bekerja lebih penting daripada agama. Terkadang ada pembagian kerja yang masih dalam proses pengembangan. Pembagian generasi menurut tahun kelahiran masing-masing orang berdasarkan pada kriteria umum yang diterima secara luas oleh masyarakat. **Tabel 1** pengelompokan umur generasi berdasarkan karakteristik yang akan dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Pembagian generasi [10].

Tahun Lahir	Generasi
1925 - 1946	Generasi Veteran
1946 - 1960	Generasi <i>Baby Boom</i>
1960 - 1980	Generasi X
1980 - 1995	Generasi Y
1995 - 2010	Generasi Z
2010 +	Generasi Alfa

Dunia kerja pada saat ini sedang didominasi oleh generasi produktif, seperti generasi X dan Y serta sejumlah anggota Generasi Z yang baru mulai memasuki dunia kerja. Salah satu faktor perbedaan karakteristik generasi Z daripada generasi lain yaitu dalam hal penguasaan teknologi dan informasi. Karena mereka lahir ditempat dimana teknologi berkembang secara global, informasi dan teknologi telah mendarah daging dalam kehidupan Generasi Z, memengaruhi nilai, perspektif, dan tujuan mereka, terutama saat memilih pekerjaan [11][12].

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan telah menjadi subyek dari berbagai penelitian sebelumnya. Hasil e-recruitment tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap minat melamar pekerjaan [13]. Menunjukkan hasil dimana e-recruitment berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil temuan, minat melamar pekerjaan dipengaruhi secara signifikan oleh reputasi perusahaan, sementara e-recruitment mempunyai pengaruh negatif terhadap minat melamar pekerjaan. Menunjukkan hasil e-recruitment dan persepsi pencari pekerjaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [14]. Atas dasar dari penelitian terdahulu diatas menunjukkan masih adanya ketidak konsistenan.

Maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali pada e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Minat melamar kerja.

Minat melamar pekerjaan merupakan proses dimana seseorang bekerja dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkannya dengan melakukan berbagai macam usaha untuk mencari informasi tentang lowongan pekerjaan baik itu berasal sumber internal dan eksternal perusahaan, kemudian membuat pemilihan dan keputusan [15]. Karena adanya permintaan akan pekerjaan yang dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari, maka calon karyawan akan memikirkan beberapa hal tentang perusahaan tempat mereka ingin bekerja. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan potensi karyawan dan menciptakan identitas yang berbeda di mata karyawan dan pencari kerja, serta memanfaatkan keuntungan yang terkait dengan bekerja di perusahaan tertentu, bisnis harus menawarkan manfaat terbaik bagi karyawan mereka. Selain itu, karyawan memerlukan sistem pendukung yang cukup untuk menyelesaikan suatu tugas agar mencapai hasil yang maksimal.

### 2.2. E-recruitment.

E-recruitment adalah informasi mengenai lowongan pekerjaan disajikan dalam iklan atau komersial dan dapat digunakan untuk perekrutan pegawai melalui media digital dengan tujuan memperoleh karyawan yang dibutuhkan oleh bisnis atau perusahaan [16]. E-recruitment merupakan proses rekrutmen karyawan dilakukan secara online, dengan posting pekerjaan di situs web vendor dan perusahaan [17]. Perekrutan melalui e-recruitment adalah salah satu metode yang paling umum untuk mengelola sumber daya manusia melalui dunia maya. Banyak perusahaan yang telah mengubah gaya perekrutan karyawan menuju ke e-recruitment dengan tujuan untuk meningkatkan keefektifan. Selain menghemat waktu, e-recruitment juga memudahkan perusahaan dalam memberikan lebih banyak informasi dan dapat dengan mudah untuk diperbarui. Rekrutmen online membuat bisnis lebih banyak ruang untuk mengiklankan posisi terbuka, yang diharapkan dapat mempermudah perekrutan dan menghasilkan lebih banyak minat dari calon karyawan.

Studi sebelumnya menyatakan bahwa e-recruitment memiliki pengaruh secara positif terhadap minat melamar pekerjaan. Maka didapatkan hipotesis pertama yaitu: H1: E-recruitment berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan.

### 2.3. Reputasi perusahaan.

Reputasi Perusahaan adalah persepsi tentang kapasitas perusahaan untuk memberikan layanan yang unggul, serta evaluasi masa lalu dan prospek kualitas perusahaan [18]. Beberapa komponen terpenting dalam kesuksesan bisnis salah satunya adalah reputasi perusahaan. Citra yang baik dari perusahaan akan menghasilkan efek yang menguntungkan bagi perusahaan, sedangkan citra yang negatif akan menghasilkan efek yang merugikan perusahaan. salah satu indikator penting keberhasilan suatu perusahaan adalah reputasinya, baik itu positif maupun negatif. Studi sebelumnya tentang bagaimana reputasi perusahaan memberikan pengaruh minat dalam melamar pekerjaan yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh secara positif terhadap minat melamar pekerjaan [19]. Jadi didapatkan hipotesis kedua yaitu:

H2: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan.

### 2.4. Persepsi pencari kerja.

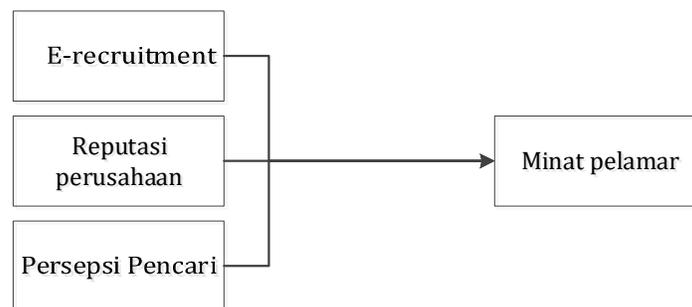
Persepsi pencari pekerjaan adalah suatu proses dimana seseorang mencari pekerjaan mengorganisasikan dan menilai suatu pekerjaan dengan tujuan menggapai pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Terdapat beberapa karakteristik yang dapat mewakili persepsi pencari pekerjaan terhadap perekrutan secara online, namun

persepsi tersebut juga bisa memberikan pengaruh oleh beberapa komponen yang menentukan keputusan dari pencari pekerjaan dalam menggunakan rekrutmen online atau e-recruitment. Penting untuk mengetahui bagaimana calon pelamar pekerjaan minat melamar pekerjaan, karena kepuasan pencari kerja dapat dipengaruhi oleh persepsi keadilan prosedural, karena proses perekrutan tersebut bertujuan sebagai alat komunikasi mengenai nilai-nilai yang dimiliki perusahaan kepada pelamar pekerjaan.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan yang menyatakan bahwa persepsi pencari pekerjaan memiliki pengaruh secara positif terhadap minat melamar pekerjaan. Maka didapatkan hipotesis ketiga yaitu:

H3: Persepsi pencari pekerjaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan.

### 2.5. Kerangka pemikiran



Gambar 1. Kerangka pemikiran.

## 3. METODE

Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu kuantitatif. Pembuatan deskripsi yang sistematis, akurat, dan faktual dapat diuntungkan dari penelitian semacam ini sesuai dengan fakta dan peristiwa yang ada. Populasinya yaitu masyarakat yang lahir pada tahun 1995–2004 berkisar di usia 27–18 tahun atau Generasi Z yang berada di wilayah Solo Raya yang mencakup beberapa daerah seperti: Surakarta, Sukoharjo, Klaten, Boyolali, Karanganyar, Sragen, dan Wonogiri. Method pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dan menggunakan teknik purposive sampling, dengan rasionalisasi karena jumlah responden tidak diketahui secara pasti dan memiliki karakteristik yang dikehendaki. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner google form. Sebaiknya ukuran sampel pada penelitian harus lebih besar dari 100. Sebagai aturan, jumlah penentuan suatu sampel minimal berjumlah lima kali atau lebih banyak daripada jumlah item instrumen pertanyaan yang hendak dianalisis. Ada 21 pertanyaan dalam penelitian ini, sehingga diperlukan sampel yaitu  $21 \times 6 = 126$  responden. SPSS versi 26 digunakan untuk analisis data penelitian ini.

Uji instrumen data pada penelitian ini adalah menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berguna untuk menentukan valid tidaknya suatu kuesioner dalam suatu penelitian [20]. Dengan tingkat signifikansi 0,30, digunakan Biverate Pearson untuk menguji validitas penelitian ini. Oleh karena itu, dianggap valid jika nilai  $r$  hitung  $>$  dari 0,30, begitu pula sebaliknya. Uji reliabilitas berguna dalam menentukan seberapa stabilnya instrumen tersebut dan mengukurnya sehingga seseorang dapat mengandalkan hasil suatu. Jika nilai Cronbach Alpha variabel  $>$  dari 0,60, maka dianggap reliable.

Sedangkan untuk pengujian pada model regresi menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari berbagai macam antara lain: Uji Normalitas yang berguna untuk menguji normal atau tidaknya data yang ada pada penelitian untuk selanjutnya dianalisis, Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah variabel independen model regresi berkorelasi, Uji Autokorelasi berguna untuk menentukan apakah model regresi

menunjukkan korelasi antara kesalahan pengganggu periode sebelumnya, Uji Heteroskedastisitas berguna untuk menguji model regresi mengenai kesamaan varian residual antara pengamatan.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen bersama-sama. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, Uji F bertujuan untuk pengujian bagaimana variabel independen mempengaruhi satu sama lain secara bersamaan. Terakhir adalah Uji T bertujuan untuk menyelidiki dampak parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Analisis deskriptif

Statistik analisis deskriptif responden adalah sebagai informasi umum pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, tahun lahir, dan asal daerah yang ditunjukkan pada **Tabel 2**.

**Tabel 2.** Statistik deskriptif karakteristik responden.

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki – laki	66	52,4%
Perempuan	60	47,6%
<b>Tahun Lahir</b>		
2004	1	0,8
2003	8	6,3
2002	15	11,9
2001	46	36,5
2000	29	23
1999	14	11,1
1998	7	5,6
1997	6	4,8
<b>Usia (tahun)</b>		
18	1	0,8
19	9	7,1
20	15	11,9
21	50	39,7
22	27	21,4
23	11	8,7
24	7	5,6
25	6	4,8
<b>Asal Daerah</b>		
Surakarta	32	25,4
Sukoharjo	22	17,5
Klaten	22	17,5
Boyolali	13	10,3
Karanganyar	14	11,1
Sragen	14	11,1
Wonogiri	9	7,1

Berdasarkan **Tabel 2**, proporsi responden laki-laki adalah sebanyak 66 orang (52,4%)

##### 4.2 Uji Validitas.

Pada penelitian ini menggunakan uji validitas dimana suatu variabel dianggap valid dalam penelitian ini jika nilai koefisien korelasi ( $r$  hitung) > dari 0,30, sedangkan suatu variabel dianggap tidak valid jika besarnya hasil koefisien korelasi ( $r$  hitung) < dari 0,30. Hasil [Tabel 3](#) menampilkan pengujian validitas pada penelitian ini.

Tabel 3. Uji validitas.

Variabel	Indikator	r hitung	Construct	Keterangan
E-recruitment	A_1	0,773	0,30	Valid
	A_2	0,793	0,30	Valid
	A_3	0,852	0,30	Valid
	A_4	0,787	0,30	Valid
	A_5	0,686	0,30	Valid
Reputasi Perusahaan	B_1	0,632	0,30	Valid
	B_2	0,755	0,30	Valid
	B_3	0,761	0,30	Valid
	B_4	0,740	0,30	Valid
	B_5	0,699	0,30	Valid
	B_6	0,656	0,30	Valid
	B_7	0,743	0,30	Valid
Persepsi Pencari Pekerjaan	C_1	0,670	0,30	Valid
	C_2	0,640	0,30	Valid
	C_3	0,715	0,30	Valid
	C_4	0,779	0,30	Valid
Minat Melamar Pekerjaan	Y_1	0,753	0,30	Valid
	Y_2	0,762	0,30	Valid
	Y_3	0,779	0,30	Valid
	Y_4	0,762	0,30	Valid
	Y_5	0,767	0,30	Valid

#### 4.3 Uji reliabilitas.

Ketepatan tanggapan responden terhadap berbagai variabel yang konsisten akan ditunjukkan oleh pengukuran reliabilitas. Dalam uji reliabilitas, instrumen didapatkan reliabel besarnya cronbach alpha > dari 0,60, sedangkan instrumen didapatkan tidak reliabel besarnya cronbach alpha < dari 0,60. [Tabel 4](#). Uji reliabilitas. menampilkan pengujian reliabilitas penelitian ini.

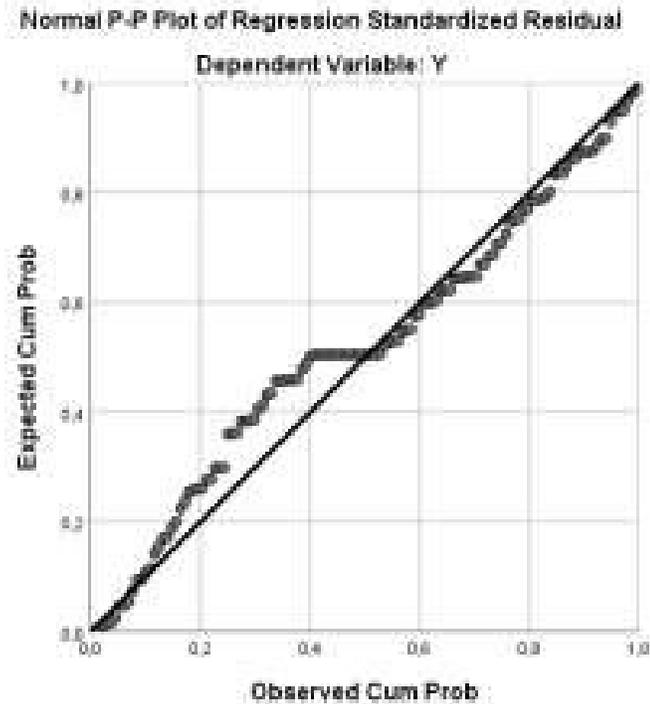
Tabel 4. Uji reliabilitas.

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
E-recruitment	0,836	0,60	Reliable
Reputasi Perusahaan	0,829	0,60	Reliable
Persepsi Pencari Pekerjaan	0,629	0,60	Reliable
Minat Melamar Pekerjaan	0,820	0,60	Reliable

#### 4.4 Uji Asumsi klasik.

Uji Normalitas.

Plot probabilitas normal atau P-Plot, digunakan untuk uji normalitas dalam penelitian ini. **Gambar 2** menggambarkan temuan uji normalitas.



**Gambar 2.** Uji normalitas.

Berdasarkan hasil dari gambar uji normalitas P-Plot bahwa kontribusi dan distribusi dari variabel yang digunakan adalah normal. Memerlihatkan titik tersebut tersebar dengan garis lurus. Menunjukkan bahwa data tersebut memiliki pendistribusian yang normal.

#### 4.5 Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas berguna melihat apakah model regresi mengidentifikasi korelasi antara variabel independen. Dalam menentukan uji multikolinieritas perlu melihat ketentuan yaitu harus memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinieritas [21]. Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat dari **Tabel 5**.

**Tabel 5.** Uji multikolinieritas.

Variabel Bebas	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
E-recruitment	0,585	1.709	Non Multikolinieritas
Reputasi Perusahaan	0,516	1.937	Non Multikolinieritas
Persepsi Pencari Pekerjaan	0,630	1.587	Non Multikolinieritas

Berdasarkan **Tabel 5**. Menghasilkan bahwa nilai toleransi dan nilai VIF dari ketigavariabel independen tersebut memenuhi syarat yaitu lebih besar dari 0,1 dan lebih kecil dari 10. Sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan model regresi tidak terdapat multikolinieritas.

#### 4.6 Uji Autokorelasi.

**Tabel 6** Durbin-Watson method digunakan untuk uji autokorelasi dalam penelitian ini, sedangkan standar penelitian menyatakan tidak mengalami autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson kurang dari 5. Perolehan nilai Durbin-Watson perhitungan ini

adalah 1,952. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa hasil perhitungan tidak menunjukkan adanya autokorelasi.

Tabel 6. Uji Autokorelasi.

Durbin-Watson
1,952

#### 4.7 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Spearman's rho digunakan pada uji heteroskedastisitas dalam penelitian kali ini. Tidak akan mengalami suatu heteroskedastisitas apabila besar signifikansinya  $> 0,05$  dan juga sebaliknya, akan mengalami sebuah heteroskedastisitas apabila besar signifikansinya  $< 0,05$ . Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan di **Tabel 7**.

Tabel 7. Uji heteroskedastisitas.

			X1	X2	X3
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation	0,065	0,052	0,027
		Sig.(2-tailed)	0,473	0,561	0,764
		N	126	126	126

Mengingat **Tabel 7**, nilai signifikansi variabel bebas  $> 0,05$ . Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak mengalami heteroskedastisitas.

#### 4.8 Uji Hipotesis.

##### 4.8.1 Uji Regresi linier berganda.

Analisis uji regresi linier berganda ini menggunakan software SPSS versi 26. Dapat diperoleh hasil perhitungan sebagaimana yang ditunjukkan **Tabel 8**.

Tabel 8. Uji regresi linier berganda.

	Undstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta
(Constant)	3,902	1,743	
X1	0,330	0,087	0,320
X2	0,116	0,065	0,162
X3	0,439	0,105	0,344

Melihat analisis yang disajikan **Tabel 8** Persamaan regresi linier berganda dapat diturunkan sebagai berikut:

$$Y = 3,901 + 0,330 X1 + 0,116 X2 + 0,439 x3 + e \quad (1)$$

##### 4.8.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berguna memberikan pengujian seberapa besar kemampuan variabel independen (e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan) terhadap variabel dependen (minat melamar pekerjaan). **Tabel 9** menampilkan hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 9. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Adjusted R Square
0,486

Hasil perhitungan pada **Tabel 9** memberikan kesimpulan bahwa koefisien determinasi penelitian kali ini setara dengan 0,486 atau (48,6%), sehingga dapat diartikan bahwa variabel e-recruitment, reputasi perusahaan dan persepsi pencari pekerjaan dapat menjelaskan variabel minat melamar pekerjaan sebesar 48,6% dan faktor-faktor lain diluar penelitian ini menjelaskan sisanya.

#### 4.8.3 Uji F.

Menggunakan perbandingan F hitung dan F tabel pada taraf signifikansi 0,05 untuk melakukan pengujian apakah variabel independen mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Uji F.

	Mean Square	F	Sig
Regression	131,094	38,433	0,000

Melihat dari **Tabel 10** bisa ditunjukkan besar nilai F hitung 38,433, sedangkan besarnya F tabel 2,68 dan besar signifikansinya sebesar 0,000. Jadi berarti F hitung > F tabel (38,433 > 2,68) dan besar signifikansinya < 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti variabel *e-recruitment*, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat melamar pekerjaan.

#### 4.8.4 Uji T.

Uji T berguna dalam mengukur pengaruh signifikansi secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam Uji T perlu perbandingan nilai T hitung terhadap T tabel. Apabila nilai T hitung > T tabel maka berarti H1 diterima dan H0 ditolak, serta pula sebaliknya. Selain itu juga bisa menggunakan uji signifikansi. Apabila besar signifikansi < 0,05 maka berarti H1 diterima dan H0 ditolak, begitu pula sebaliknya. Dengan memasukkan rumus  $df = n - k - 1 = 126 - 3 - 1 = 122$ . Jadi didapat T tabel bernilai 1,97976. **Tabel 11** menunjukkan hasil uji t penelitian ini.

Tabel 11. Tabel Uji T.

	t	Sig.
Constant	4,866	0,000
X1	8,208	0,000
X2	3,888	0,000
X3	9,137	0,000

- a. Pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan  
 Pada pengujian t yang telah dilakukan, diperoleh nilai thitung 8,208 > ttabel 1,97976 dan besar signifikannya 0,000 < 0,05. Jadi H1 diterima dan H0 ditolak, dan selanjutnya dapat ditarik sebuah kesimpulan variabel *e-recruitment* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan.
- b. Pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan  
 Pada pengujian t yang telah dilakukan, diperoleh nilai thitung 3,208 > t tabel 1,97976 dan besar signifikannya 0,000 < 0,05. Jadi H2 diterima dan H0 ditolak, dan selanjutnya dapat ditarik sebuah kesimpulan variabel reputasi perusahaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan.
- c. Pengaruh persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan  
 Pada pengujian t yang telah dilakukan, diperoleh nilai thitung 9,137 > ttabel 1,97976 dan besar signifikannya 0,000 < 0,05. Jadi H3 diterima dan H0 ditolak, dan selanjutnya dapat ditarik sebuah kesimpulan variabel persepsi pencari pekerjaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan.

#### 4.9 Pembahasan.

Pengaruh e-recruitment terhadap minat melamar pekerjaan.

Pada pengujian yang telah dilaksanakan, mendapatkan hasil variabel e-recruitment memiliki pengaruh terhadap variabel minat melamar pekerjaan. Hal itu didapatkan dari analisis yang memperlihatkan nilai  $t$  hitung  $8,201 > t$  tabel  $1,97976$  serta nilai signifikannya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan dapat ditarik sebuah kesimpulan variabel e-recruitment memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini konsisten yang hasilnya berupa e-recruitment memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Namun penelitian pada kali ini tidak ada kesesuaian yang menyatakan bahwa e-recruitment memiliki pengaruh negatif terhadap minat melamar pekerjaan.

#### 4.9.1 Pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.

Pada pengujian yang telah dilaksanakan, mendapatkan hasil variabel reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap variabel minat melamar pekerjaan. Hal itu didapatkan dari analisis yang memperlihatkan nilai  $t$  hitung sebesar  $3,888 > t$  tabel  $1,97976$  serta nilai signifikannya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel reputasi perusahaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini konsisten yang hasilnya berupa reputasi perusahaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

#### 4.9.2 Pengaruh persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan.

Pada pengujian yang telah dilaksanakan, mendapatkan hasil bahwa variabel persepsi pencari pekerjaan memiliki pengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Hal itu didapatkan dari analisis yang memperlihatkan nilai  $t$  hitung sebesar  $9,137 > t$  tabel  $1,97976$  serta nilai signifikannya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi pencari pekerjaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini konsisten yang hasilnya berupa persepsi pencari pekerjaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

## 5 SIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan. Dapat ditarik sebuah kesimpulan dari analisis dan pembahasan serta temuan yang sudah dilaksanakan ini. E-recruitment berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Persepsi pencari pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

## REFERENSI

- [1] S. Sugiono, "Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0," *J. Ilmu Pengetah. dan Teknol. Komun.*, vol. 22, no. 2, pp. 175–191, 2020.
- [2] E. M. Agustyani and I. Santoso, "Analisis Lowongan Pekerjaan Studi Kasus: Portal Lowongan Kerja Jobstreet," *Semin. Nas. Off. Stat. 2019 Pengemb. Off. Stat. dalam mendukung Implementasi SDG's*, pp. 1–10, 2019.
- [3] O. Y. Yuliana, "Penggunaan Teknologi Internet," *J. Akunt. Dan Keuang.*, vol. 2, no. 1, pp. 36–52, 2000.
- [4] S. Nugraha and D. Nuraeni, "Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce," *J. Civ. Soc. Stud.*, vol. 5, no. 2, pp. 181–191, 2021, doi: 10.31980/civicos.v5i2.1474.
- [5] R. Kuswati and H. Delima, "The effect of knowledge internet technology and customer trust towards online shopping intention," *Res. Methods Organ. Stud.*, no. Sancall, pp. 148–153, 2014.
- [6] J. Setiyono and S. Sutrimah, "Analisis Teks dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XL dengan Kartu AS)," *Pedagog. J. Pendidik.*, vol. 5, no. 2, pp. 297–310, 2016, doi:

- 10.21070/pedagogia.v5i2.263.
- [7] A. Z. S. Hasibuan and N. Aslami, "Strategi Pemasaran Global di Pasar Indonesia," *El-Mujtama J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 194–201, 2022, doi: 10.47467/elmujtama.v1i2.851.
- [8] A. A. P. Darmawan, "PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT . SINAR ALAMI KREASI DENPASAR Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai , Bali , Indonesia Email : gungdarmawan@gmail.com Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai , Bali , Indonesia Jurnal Manajemen d," vol. 3, no. 1, pp. 50–55, 2017.
- [9] V. No, I. M. Kharisma, and N. Wening, "Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Peran Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan :," vol. 7, no. 1, pp. 61–80, 2023.
- [10] B. Andrea, H. C. Gabriella, and J. Timea, "Y and Z generations at workplaces," *J. Compet.*, vol. 8, no. 3, pp. 90–106, 2016, doi: 10.7441/joc.2016.03.06.
- [11] S. Adityara and R. T. Rakhman, "Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual," *Semin. Nas. Seni dan Desain 2019, Surabaya, Indones. Sept. 2019*, no. September, pp. 401–406, 2019.
- [12] E. Tambuwan and R. Sahrani, "Hubungan Antara Tuntutan Kerja dan Burnout dengan Motivasi Kerja Sebagai Moderator Pada Karyawan Kalangan Generasi Z di DKI Jakarta," *J. Educ.*, vol. 5, no. 2, pp. 3580–3592, 2023, doi: 10.31004/joe.v5i2.1040.
- [13] Handi and W. Safitri, "Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi," *J. Ilm. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 210–218, 2023.
- [14] S. Shalahuddin, M. F. Sari, and N. Hidayat, "Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial," *At-Tadbir J. Ilm. Manaj.*, vol. 6, no. 1, p. 66, 2022, doi: 10.31602/atd.v6i1.6088.
- [15] G. S. K. N. Komang Dede Permadi, "Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana," *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. 4, no. 10, pp. 3256–3286, 2015.
- [16] D. R. Rahmawati, SE. MM. and D. S. D. Ratnasari, SE. MM., "Pengaruh online recruitment dan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan (studi pada mahasiswa semester akhir di kota malang)," *EKONIKA J. Ekon. Univ. Kadiri*, vol. 6, no. 2, p. 266, 2021, doi: 10.30737/ekonika.v6i2.1500.
- [17] F. Psikologi and U. Indonesia, "Diri Pada Karyawan," pp. 187–192, 2004.
- [18] Achmadi, "Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Untuk Membangun Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- [19] M. Ekhsan and N. Fitri, "Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi," *J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 1, no. 2, pp. 97–107, 2021, doi: 10.47709/jebma.v1i2.992.
- [20] H. Puspasari and W. Puspita, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19," *J. Kesehat.*, vol. 13, no. 1, p. 65, 2022, doi: 10.26630/jk.v13i1.2814.
- [21] M. Sriningsih, D. Hatidja, and J. D. Prang, "Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut," *J. Ilm. Sains*, vol. 18, no. 1, p. 18, 2018, doi: 10.35799/jis.18.1.2018.19396.