



## Pengaruh E-Recruitment, Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Pada *Fresh Graduate* Di Semarang)

R. Marsya Luthfi Reza Pramudya , Noni Setyorini, S.E., M.Sc, Dr. Bayu Kurniawan, S.Kom., M.M

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima: 12 September 2024

Disetujui: 15 Oktober 2024

Dipublikasikan: 17 Oktober 2024

### Abstract (inggris)

*This research aims to examine interest in applying for fresh graduate jobs in Semarang City. The population in this study were fresh graduates in Semarang City with a sample size of 140 respondents. The type of research carried out by the author is research using quantitative methods. The variables in this research are e-Recruitment (X1), interest in applying for work (Y). The data collection technique used was using a purposive sampling method by distributing questionnaires to fresh graduates who met the specified requirements. The analysis used uses linear regression using SPSS V.20, then draws conclusions based on the results of the data processing. The direct influence test shows that e-Recruitment has a positive and significant influence on interest in applying for jobs. Inflation has a positive and significant influence on interest in applying for work, the work environment has a positive and significant influence on interest in applying for work, company reputation has a positive and significant influence on interest in applying for work. The four independent variables, namely e-recruitment, compensation, work environment and company reputation, have an influence of 33.3%. Meanwhile, the other 66.7% is explained by other variables outside the research.*

**Keywords:** e-recruitment, compensation, work environment, and company reputation.

### Abstrak (Bahasa Indonesia)

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat melamar kerja freshgraduate di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah freshgraduate yang ada di Kota Semarang dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian menggunakan metode kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah e-Recruitment (X1), kompensasi (X2), lingkungan kerja (X3), reputasi perusahaan (X4), minat melamar kerja (Y). Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan metode purposive sampling dengan membagikan kuesioner kepada freshgraduate yang memenuhi syarat yang telah ditentukan. Analisis yang digunakan menggunakan regresi linear dengan menggunakan SPSS V.20, lalu menarik kesimpulan berdasarkan hasil olah data tersebut.*

*Uji pengaruh langsung menunjukkan bahwa e-Recruitment memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar, lingkungan kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Keempat variabel independen yaitu e-recruitment, kompensasi, lingkungan kerja, dan reputasi perusahaan berpengaruh 33,3%. Sedangkan 66,7 % lainnya di jelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.*

**Kata Kunci:** e-recruitment, kompensasi, lingkungan kerja, dan reputasi perusahaan.

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia memiliki suatu peran yang besar bagi kesuksesan organisasi. Globalisasi telah membawa banyak tantangan bagi organisasi dalam mengelola kinerja karyawan untuk mencapai tujuan organisasi (Gorondutse & Hilman, 2019). Keberhasilan suatu organisasi bergantung pada pemanfaatan sumber daya manusia seperti orang-orang yang memberikan energi, kreativitas, dan semangat bagi organisasi serta memegang peranan penting dalam pelaksanaan operasional organisasi (Alsheikh et al., 2017). Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk bisa memiliki strategi yang baik dalam pencarian dan perekrutan tenaga kerja (Junça Silva & Dias, 2022). Menarik karyawan berbakat telah menjadi faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan (Chi et al., 2018). Dengan masyarakat yang terus berubah, ditandai dengan pertumbuhan teknologi, proses perekrutan tenaga juga mulai bergeser dari metode konvensional menuju metode digital (Kaur & Kaur, 2022a). Rekrutmen online dan situs organisasi telah menjadi sumber utama keakraban dan citra perusahaan, Situs web organisasi juga membantu membentuk kesan pertama bagi pelamar (Intindola et al., 2019). Jumlah pencari kerja yang menggunakan metode rekrutmen ini terus meningkat, dan portal rekrutmen elektronik (atau situs web karir) serta situs jejaring sosial mengalami pertumbuhan yang signifikan (El Ouiridi et al., 2016) Rekrutmen daring tidak hanya mengubah sudut pandang pencari kerja dalam mencari dan melamar pekerjaan, tetapi juga mengubah cara organisasi menarik kandidat baru ke posisi pekerjaan. Kandidat menganggap perekrutan berbasis situs web sebagai pendekatan yang bermanfaat untuk mengumpulkan informasi komprehensif terkait pekerjaan dan perusahaan (Kaur & Kaur, 2022a). Allen et al. (2007) juga menyatakan bahwa betapa pentingnya informasi tentang pekerjaan dan atribut organisasi dalam daya tarik.

Rekrutmen daring menjadi topik yang masih kurang diteliti, khususnya dalam penelitian mengenai faktor eksternal yang mempengaruhi niat pencari kerja terhadap adopsi sistem *e-recruitment*. Kaur & Kaur (2022a) mengemukakan bahwa *Perceived usefulness* dalam *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja, Rumangkit & Dwiyan (2018) juga mengungkapkan bahwa *e-recruitment* mempengaruhi minat pencari kerja untuk berpartisipasi dalam proses rekrutmen. Namun, beberapa penelitian lain mengemukakan bahwa *e-Recruitment* tidak berpengaruh terhadap minat melamar kerja (Ekhsan, 2022; Wijaya et al., 2023).

Selain adanya rekrutmen daring yang menjadi pertimbangan pelamar kerja menentukan pilihannya, faktor yang menjadi pertimbangan lainnya adalah perihal kompensasi yang ditawarkan perusahaan. Chi et al. (2018) menyatakan bahwa kompensasi menjadi suatu faktor penting ketika pencari kerja membuat pilihan pekerjaan karena tujuan utama bekerja adalah untuk mendapatkan gaji guna memenuhi kebutuhan pribadi. Oleh karena itu, desain gaji sangat penting dalam menarik dan mempertahankan tenaga kerja.

Kompensasi ialah suatu hal yang karyawan terima sebagai imbalan atas usahanya, baik finansial maupun nonfinansial, dan juga termasuk fasilitas perusahaan (Febrianti & Hendratmoko, 2022). Pemberian kompensasi kepada pegawai harus wajar dan adil, karena dapat meningkatkan kemampuan pegawai untuk meningkatkan produktivitas kerja, karena pegawai dapat merasakan kepuasan dalam melaksanakan pekerjaannya. Pemberian kompensasi kepada karyawan dapat memotivasi dan memberikan kepuasan kerja, pada level sebelumnya penawaran kompensasi juga menarik calon karyawan untuk melamar kerja (Saman, 2020).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chi et al. (2018) menyatakan bahwa dengan menawarkan kompensasi yang menarik akan mengarahkan calon karyawan memiliki tingkat niat yang lebih tinggi untuk melamar pekerjaan. Hasil serupa dikemukakan oleh penelitian yang dilakukan oleh Gupta & Saini (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa *economic value* yang ditawarkan akan menciptakan daya tarik khusus untuk pencari kerja bergabung sebagai karyawan di perusahaan tersebut. Namun, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Cannaby (2018) dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketika kompensasi mengalami kenaikan atau penurunan penawaran, hal tersebut tidak mempengaruhi tingkat minat melamar pekerjaan

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan adalah lingkungan kerja. Lingkungan kerja suatu perusahaan menjadi pertimbangan bagi calon karyawan agar kelak di masa depan mereka dapat bekerja dengan senang dan penuh semangat karena ditopang oleh lingkungan kerja perusahaan yang baik (Permadi & Netra, 2015). Fadilah & Rosidi (2017) mengungkapkan bahwa lingkungan kerja dapat terbentuk dari karakteristik pekerjaan, budaya, dan aturan yang diterapkan dalam suatu organisasi. Maka dari itu, faktor lingkungan kerja merupakan salah satu bahan pertimbangan untuk memilih pekerjaan.

Munawaroh & Ekhsan (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Kompensasi dan lingkungan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, beberapa penelitian lainnya juga menyatakan hal serupa bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap minat melamar kerja (Nurqamar et al., 2022; Permadi & Netra, 2015). Namun, penelitian yang dilakukan oleh Fadilah & Rosidi (2017) menemukan bahwa lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap minat melamar kerja.

Faktor lainnya yang juga bisa berpengaruh pada minat untuk melamar pekerjaan adalah reputasi perusahaan. Junça Silva & Dias (2022) juga menyatakan bahwa pencari kerja sering mempertimbangkan beberapa organisasi ketika mereka bermaksud melamar pekerjaan dan dapat menggunakan reputasi perusahaan sebagai sumber informasi mengenai kondisi kerja di organisasi yang berbeda. Xie et al. (2015) juga menambahkan bahwa reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam proses rekrutmen.

Weigelt & Camerer (1988) dalam (Junça Silva & Dias, 2022) menyatakan bahwa reputasi adalah seperangkat karakteristik organisasi yang dibangun secara sosial dan berdasarkan tindakan organisasi sebelumnya. Oleh karena itu, keputusan awal untuk memilih pekerjaan sering dikaitkan dengan citra atau reputasi pemberi kerja (Choice et al., 1993). Meskipun reputasi perusahaan dan identitas organisasi adalah konstruksi yang terkait, kosnstruk yang tersusun memiliki perbedaan mendasar karena reputasi mengacu pada prestise dan status perusahaan, sedangkan identitas organisasi mengacu pada karakteristik yang menggambarkan stereotip organisasi, seperti yang dirasakan oleh anggota (Xie et al., 2015).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Junça Silva & Dias (2022) menyatakan bahwa organisasi dengan citra yang lebih baik di pasar memiliki tingkat niat yang lebih tinggi untuk melamar pekerjaan. Hasil serupa dikemukakan oleh penelitian yang dilakukan oleh Khan (2017) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa pelamar kerja lebih mungkin untuk bekerja di perusahaan dengan reputasi positif karena mereka merasa bangga dari asosiasi dengan perusahaan. Namun, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Gupta & Saini (2020) dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa tidak semua elemen dalam reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar kerja.

**Tabel 1.1 Beberapa Perusahaan yang Menggunakan Website *e-Recruitment***

NO	Nama Perusahaan	Tautan
1	Shopee Indonesia	<a href="https://careers.shopee.co.id/">https://careers.shopee.co.id/</a>
2	Tokopedia	<a href="https://www.tokopedia.com/careers/">https://www.tokopedia.com/careers/</a>
3	Djarum	<a href="https://career.djarum.com/home">https://career.djarum.com/home</a>
4	MNC Play	<a href="https://mncplay.id/careers/">https://mncplay.id/careers/</a>
5	Indofood	<a href="https://e-recruitment.indofood.com/">https://e-recruitment.indofood.com/</a>
6	Gojek	<a href="https://career.gojek.com/">https://career.gojek.com/</a>
7	Mayora	<a href="https://www.mayoraindah.co.id/landing/Karier-18">https://www.mayoraindah.co.id/landing/Karier- 18</a>

Data diatas adalah beberapa perusahaan yang menerapkan *e-recruitment* dengan Menyusun website khusus *recruitment* milik perusahaan sendiri. Beberapa perusahaan lain juga menerapkan *e-recruitment* dengan menggunakan platform penyedia layanan *e-recruitment*, seperti Jobstreet, karir.com, glints, dan sebagainya. Berdasarkan rangkuman Goodstats.id berdasarkan data yang di dapat dari Jobstreet Indonesia diketahui sangat banyak baik perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan maupun pelamar kerja yang melamar pekerjaan melalui platform mereka.

## **HIPOTESIS**

### **1.e-Recruitment terhadap Minat Melamar Kerja**

*E-recruitment* mengacu pada posting lowongan di situs web perusahaan atau website vendor rekrutmen online, dan memungkinkan pelamar untuk mengirimkan resume mereka secara elektronik melalui e-mail atau dalam beberapa format elektronik. Kemudahan dan praktisnya menggunakan *e-recruitment* akan mempengaruhi minat *freshgraduate* untuk melamar pekerjaan pada perusahaan yang menerapkan *e-recruitment*.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rumangkit & Dwiyan (2018) yang menyatakan bahwa *e-recruitment* mempengaruhi minat pencari kerja untuk berpartisipasi dalam proses rekrutmen. Kaur & Kaur (2022b) juga menyatakan bahwa *Percieved usefulness* dalam *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja. Berdasarkan hal tersebut di disusun hipotesis awal sebagai berikut:

**H1: e-Recruitment berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja**

### **2. Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja**

Kompensasi merupakan jumlah paket yang ditawarkan organisasi kepada pekerja sebagai imbalan atas penggunaan tenaga kerjanya. Kompensasi menjadi kontraprestasi terhadap penggunaan tenaga atau jasa yang telah diberikan oleh tenaga kerja. Kompensasi yang semakin sepadan dan menarik akan membentuk minat calon tenaga kerja untuk melamar pada perusahaan tersebut.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Chi et al. (2018) yang menyatakan bahwa menawarkan gaji yang menarik meningkatkan kemauan calon karyawan untuk melamar pekerjaan. Penelitian lain juga menemukan hal serupa bahwa kompensasi akan berpengaruh pada minat untuk melamar pekerjaan (Febrianti & Hendratmoko, 2022; Munawaroh & Ekhsan, 2019). Berdasarkan hal tersebut di disusun hipotesis awal sebagai berikut:

**H2: Kompensasi berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.**

### **3. Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Kerja**

Lingkungan kerja berkaitan dengan kondisi dari suatu pekerjaan yang meliputi karakteristik dan beban-beban yang dihasilkan dari pekerjaan tersebut. Lingkungan kerja yang dirasa sesuai dengan keinginan dan kepribadian dapat menjadi daya tarik untuk menumbuhkan minat melamar pekerjaan. Sebaliknya, *freshgraduate* yang tidak sesuai dengan lingkungan kerja pada suatu perusahaan akan memilih pekerjaan di perusahaan lainnya.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh & Ekhsan (2019) yang menyatakan bahwa Kompensasi dan lingkungan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Penelitian lain juga menemukan hal serupa bahwa terdapat pengaruh positif antara lingkungan kerja dengan minat melamar kerja (Nurqamar et al., 2022; Permadi & Netra, 2015). Berdasarkan hal tersebut di disusun hipotesis awal sebagai berikut:

**H3: Lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.**

### **4. Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja**

Reputasi perusahaan yakni persepsi atau pandangan dari masing-masing pemangku kepentingan secara kompleks terkait kinerja perusahaan yang bisa dimanfaatkan menjadi pertimbangan untuk dapat menarik minat dari pencari kerja pekerjaan dalam melamar pekerjaan. Perusahaan harus dapat menghubungkan kinerja dengan kebijakan untuk menciptakan reputasi yang positif, semakin baik reputasi perusahaan akan meningkatkan minat melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Junça Silva & Dias (2022) yang menyatakan bahwa organisasi dengan citra yang lebih baik di pasar memiliki tingkat minat yang lebih tinggi untuk melamar pekerjaan. Penelitian lainnya juga menemukan hal serupa bahwa terdapat hubungan positif antara reputasi perusahaan dengan minat melamar kerja (Ekhsan, 2022; Khan, 2017). Berdasarkan hal tersebut di disusun hipotesis awal sebagai berikut:

**H4: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.**

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hubungan antar variabel maka peneliti dapat memberikan hipotesis sebagai berikut:

H1: *e-Recruitment* berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.

H2: Kompensasi berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.

H3: Lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.

H4: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.

## METODE

Penelitian eksplanatori dengan metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono (2019) menyatakan metode *explanatory research* adalah metode yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta pengaruh variabel yang satu terhadap variabel yang lain. Penulis penelitian ini mencoba menjelaskan metode hubungan yang digunakan dalam bentuk survei berdasarkan konsep teoritis yang telah dikemukakan sebelumnya, mengenai pengaruh variabel *e-recruitment*, kompensasi, lingkungan kerja, dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja *freshgraduate* di Kota Semarang.

### Teknik Analisis Data Uji

#### Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat dari bentuk distribusi datanya. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Jika variabel bebas (independen) saling korelasi maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas dengan nol. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi karena  $VIF = 1/tolerance$ . Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  (Ghozali, 2018).

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel dalam model tidak sama atau konstan. Menurut Ghozali (Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas memiliki tujuan menguji apakah dalam model regresi berlangsung ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. salah satu cara untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas

dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot antara SRESID dan ZPRED, yaitu sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi dikurangi Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Selain menggunakan grafik scatterplot, uji heteroskedastisitas juga bisa diuji menggunakan uji glejser. Uji glejser merupakan pengujian dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Profil Responden

Penelitian ini dilakukan dengan membagi kuesioner pada para *freshgraduate* di Kota Semarang, total sampel yang dibutuhkan sejumlah 100 responden. Berikut karakteristik dari responden yang mengisi kuesioner :

#### 1) Jenis Kelamin

Responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelaminnya sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentasi (%)
1	Laki-Laki	53	53%
2	Perempuan"	47	47%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 4.1 menggambarkan bahwa responden laki-laki mempunyai jumlah lebih banyak dengan jumlah 53 responden, sedangkan responden perempuan mempunyai jumlah lebih kecil yaitu sebanyak 47 responden.

#### 2) Usia

Pengelompokkan responden juga dilakukan berdasarkan usia responden :

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	23	51	51%
2	24	42	42%
3	25	7	7%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 4.2 menggambarkan bahwa responden mayoritas berumur 23 tahun

**Tabel 2.** Hasil Hipotesis

**Tabel 4.10 R Square**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577a	0.333	31%	2.44

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas nilai R square yang didapatkan adalah 0,333 sehingga disimpulkan bahwa minat melamar kerja dapat dijelaskan oleh *e-recruitment*, kompensasi, lingkungan pekerjaan, dan reputasi perusahaan sebesar 33,3%. Sedangkan 66,7 % lainnya di jelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Coefficients		
	(Constant)	4.237	5.439		0.779	0.438
1	X1	0.176	0.088	0.181	2.006	0.048
	X2	0.242	0.096	0.254	2.528	0.013
	X3	0.336	0.126	0.26	2.66	0.009
	X4	0.2	0.098	0.172	2.034	0.045

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

1. Uji  $H_1$  Pengaruh *e-Recruitment* Terhadap Minat Melamar Kerja Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel *e-Recruitment* mendapatkan nilai t hitung 2,006 dengan nilai signifikan  $0,048 < 0,05$ . Sehingga  $H_1$  yang menyatakan bahwa *e-Recruitment* berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja **diterima**.
2. Uji  $H_2$  Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel kompensasi mendapatkan nilai t hitung 2,528 dengan nilai signifikan  $0,013 < 0,05$ . Sehingga  $H_2$  yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja **diterima**.
3. Uji  $H_3$  Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Kerja

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel lingkungan kerja mendapatkan nilai t hitung 2,660 dengan nilai signifikan  $0,009 < 0,05$ . Sehingga H<sub>3</sub> yang menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja **diterima**.

4. Uji H<sub>3</sub> Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel reputasi perusahaan mendapatkan nilai t hitung 2,034 dengan nilai signifikan  $0,045 < 0,05$ . Sehingga H<sub>4</sub> yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja **diterima**.

## REFERENSI

- Abdullah, W., & Utomo, T. (2018). Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Stres Kerja Karyawan pada PT Pln (Persero) Wilayah Sulawesi Selatan Tenggara dan Barat Sektor Pembangkitan Bakaru Pusat Listrik Bakaru. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*.
- Alam, A. R. P. (2015). Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Pemasaran Celebes TV di Kota Makassar. *Jurnal Economix*, 3(1), 118–124. <https://ojs.unm.ac.id/economix/article/view/3962/2326>
- Allen, D. G., Mahto, R. V., & Otondo, R. F. (2007). Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational Brand, and Attitudes Toward a Web Site on Applicant Attraction. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1696–1708. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1696>
- Alsheikh, G. A. A., Halim, M. S. B. A., Shafeeq, M., Alremawi, A., & Tambi, A. M. B. A. (2017). The mediating role of organizational culture on the relationship between employee performance and antecedents in the hotel sector. *Journal of Reviews on Global Economics*, 6, 489–497. <https://doi.org/10.6000/1929-7092.2017.06.49>
- Cannaby, B. W. I. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Freshgraduate ke Bank Syariah dengan Lingkungan Keluarga Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Alumni Jurusan Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi). *Perbankan Syariah IAIN Salatiga*.
- Chi, H., Yeh, H., & Guo, T. (2018). Salary or job interest? How salary and job interest moderates the willingness to apply for a job. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(1), 64–78. <https://doi.org/10.1108/APJBA-09-2017-0086>
- Choice, J., Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate Image, Recruitment Image, and Initial. *Source: The Academy of Management Journal*, 36(2), 414–427.

- Dolphin, R. R. (2004). Corporate reputation – a value creating strategy. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 4(3), 77–92. <https://doi.org/10.1108/14720700410547521>
- Ekanayaka, E. M. M. S., & Gamage, P. P. (2019). Factors Influencing Job Seeker's Intention to Use E-Recruitment: L Evidence from a State University in Sri Lanka. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 7(8), 1–12. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0708001>
- Ekhsan, M. (2022). The Effect of E-recruitment on Interest in Applying for Jobs with Company Reputation as a Mediation Variable. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 4(1), 1–9.
- El Ouiridi, M., El Ouiridi, A., Segers, J., & Pais, I. (2016). Technology adoption in employee recruitment: The case of social media in Central and Eastern Europe. *Computers in Human Behavior*, 57, 240–249. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.043>
- Fadilah, D. H., & Rosidi. (2017). Determinan Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Sebagai Akuntan Publik (Studi Pada Mahasiswa Strata Satu Jurusan Akuntansi Universitas Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2), 257–267. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i2.10927>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What ' S In A Name ? Reputation Building And Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233–259. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/256324>
- Fridantara, A. S., & Muafi. (2018). Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y : Peran Reputasi Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi*.
- Ghozali, I. (2018). MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 EDISI 9. In *Alfabeta Bandung* (Issue April). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Goodstats.id. (2021). *Industri dengan Jumlah Lowongan dan Pelamar Kerja Terbanyak 2021*. <https://goodstats.id/article/industri-dengan-jumlah-lowongan-dan-pelamar-kerja-terbanyak-2021-LbaM>
- Gorondutse, A. H., & Hilman, H. (2019). Does organizational culture matter in the relationship between trust and SMEs performance. *Management Decision*, 57(7), 1638–1658. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2018-0557>
- Gupta, S., & Saini, G. K. (2020). Information Source Credibility and Job Seekers' Intention to Apply: The Mediating Role of Brands. *Global Business Review*, 21(3), 743–762. <https://doi.org/10.1177/0972150918778910>

- Hasibuan, H. M. (2019). *manajemen sumber daya manusia*.
- Intindola, M. L., Lewis, G., Flinchbaugh, C., & Rogers, S. E. (2019). Web-based recruiting's impact on organizational image and familiarity: too much of a good thing? *International Journal of Human Resource Management*, 30(19), 2732–2753. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1332672>
- Iswahyuni, Y. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik oleh Mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE AKA Semarang. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 1–12.
- Junça Silva, A., & Dias, H. (2022). The relationship between employer branding, corporate reputation and intention to apply to a job offer. *International Journal of Organizational Analysis*. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2022-3129>
- Kamaludin. (2010). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dan Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Akuntansi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 4(2), 69–79. <http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- Kaur, D., & Kaur, R. (2022a). Does electronic word-of-mouth influence e- recruitment adoption? A mediation analysis using the PLS-SEM approach. *Management Research Review*. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2021-0322>
- Kaur, D., & Kaur, R. (2022b). Elucidating the role of gender differences via TAM in e-recruitment adoption in India: a multi-group analysis using MICOM. *Bottom Line*, 35(2–3), 115–136. <https://doi.org/10.1108/BL-11-2021-0104>
- Khan, R. N. (2017). Relationship between Reputation Perception and Job Pursuit Intention in Private Sector. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 06(03). <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000422>
- Lewis, S. (2001). Measuring corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 31–35. <https://doi.org/10.1108/13563280110381198>
- Marwansyah. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (2nd ed.). Alfabeta.
- Mubarq, R. A., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kompensasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada Shadiq Sharia Ex. BPRS Cipaganti Bandung. *Jurnal Ilmiah Mea*, 1(3), 72–89.
- Munawaroh, S., & Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Cikarang Utara). *Jurnal FEB UNMUL*, 1–10.
- Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhilah, N., & Rahmi, N. (2022). The Intention of Generation Z To Apply For a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218–247. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i3.16493>
- Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3256–3286.
- Priansa, D. J. (2019). *Perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia*. Alfabeta.
- Purnomo, T. S. (2013). Rekrutment Online (E-Recruitment) Sebagai Suatu Inovasi Dalam Perekrutan Perusahaan. *Jurnal JIBEKA*, 7(3), 54–59.
- Rahmawati, R., & Ratnasari, S. D. (2021). Pengaruh online recruitment dan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan (studi pada mahasiswa semester akhir di kota malang. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 266. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1500>

- Riel, C. B. M. Van, & Balmer, J. M. T. (1997). Corporate identity : the concept , its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31(5), 340–355.
- Rivai, V. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Rajawali Press.
- Rumangkit, S., & Dwiyan, M. (2018). Effect of E-Recruitment on The Effectiveness of Employee Recruitment. In *ICITB* (Issue 2006, pp. 358-358–20). <https://doi.org/10.1520/stp35839s>
- Saman, A. (2020). Effect of Compensation on Employee Satisfaction and Employee Performance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 185–190. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.947>
- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>
- Siagian, T. S., & Khair, H. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 59–70. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2241>
- Sihaloho, R. D., & Siregar, H. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Super Setia Sagita Medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(2), 273–281. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socio/article/view/413/406>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. (2014). Pengaruh reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan, dan kompensasi yang ditawarkan perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 184–192.
- Suryani, N. L., & Hastono, H. (2020). Pengaruh Kompensasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mitra Agung Persada Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(3), 322. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v3i3.4870>
- Wartick, S. L. (2002). Measuring Corporate Reputation: Definition and Data. *Business & Society*, 41(4), 371–392. <https://doi.org/10.1177/0007650302238774>
- Weigelt, K., & Camerer, C. (1988). Review of Recent Theory and Applications. *Strategic Management Journal*, 9(September 1988), 443–454.
- Wheeler, K. G., & Mahoney, T. A. (1981). The Expectancy Model in the Analysis of Occupational Preference and Occupational Choice. *Journal of Vocational Behavior*, 122, 113–122.
- Wibowo, E., & Utomo, H. (2016). Pengaruh Keselamatan Kerja Dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Karyawan Bagian Produksi Unit Serbuk Effervescent PT Sido Muncul Semarang). *Among Makarti*, 9(1), 38–59. <https://doi.org/10.52353/ama.v9i1.126>
- Wijaya, C. N., Mustika, M. D., Bulut, S., & Bukhori, B. (2023). The power of e- recruitment and employer branding on Indonesian millennials' intention to apply for a job. *Frontiers in Psychology*, 13(January). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1062525>

- Williamson, I. O., Jr, J. E. K., Lepak, D., & Sarma, A. (2010). Firm Reputation, Recruitment Web Sites, And Attracting Applicants. *Human Resource Management, 49*(4), 127–145. <https://doi.org/10.1002/hrm>
- Xie, C., Bagozzi, R. P., & Meland, K. V. (2015). The impact of reputation and identity congruence on employer brand attractiveness. *Marketing Intelligence & Planning, 33*(2), 124–146