

## BAB 5

### KESIMPULAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan dapat meningkatkan minat melamar pekerjaan. Reputasi perusahaan terbukti memediasi pengaruh daya tarik perusahaan terhadap keinginan melamar pekerjaan. Namun *e-recruitment* tidak berpengaruh terhadap keinginan melamar pekerjaan. Secara khusus penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif daya tarik perusahaan terhadap keinginan melamar pekerjaan sehingga dengan tingginya daya tarik perusahaan akan meningkatkan keinginan untuk melamar pekerjaan di perusahaan terkait.
2. Terdapat pengaruh positif reputasi perusahaan terhadap keinginan melamar pekerjaan sehingga dengan tingginya reputasi perusahaan akan meningkatkan keinginan untuk melamar pekerjaan di perusahaan terkait.
3. Reputasi Perusahaan memediasi pengaruh daya tarik perusahaan terhadap keinginan untuk melamar pekerjaan
4. Tidak terdapat pengaruh signifikan *E-recruitment* terhadap keinginan melamar pekerjaan

## 5.2 Implikasi manajerial

Berdasarkan penelitian ini, dihasilkan bahwa daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap keinginan melamar pekerjaan pada seseorang. Dengan demikian perusahaan dapat menggunakan daya tarik dan reputasi perusahaan sebagai referensi untuk menarik perhatian generasi Y sebagai angkatan kerja terbaru. Dalam penelitian ini, daya tarik perusahaan dengan indikator nilai minat dan reputasi perusahaan dengan indikator produk dan jasa memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat melamar pekerjaan.

Pada nilai minat, hendaknya perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang penuh semangat, kreyiitas dan tantangan, mengingat karakteristik angkatan kerja yang baru saat ini menyukai tantangan dan kreativitas. Adapun yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan menyusun suatu kebijakan yang mendukung kreativitas karyawannya. Sebagai contoh trend kerja saat ini adalah bekerja tidak dikantor, namun di *café* atau *working space*. Dengan demikian perusahaan mengizinkan karyawannya untuk mengerjakan proyek dengan suasana yang diinginkan. Diharapkan karyawan semakin kreatif sehingga mampu menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas.

Pada produk dan jasa yang dihasilkan, perusahaan bisa menginformasikan bahwa mereka adalah produsen dengan produk yang berkualitas. Hak tersebut dapat dilakukan dengan mengkomunikasikan

produk-produk yang telah diterima oleh masyarakat. Tingginya tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk tentunya mengindikasikan bahwa produk tersebut memang disenangi oleh masyarakat dan menciptakan persepsi bahwa perusahaan tersebut memang memproduksi barang atau jasa yang berkualitas.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan untuk kepentingan praktisi dan penelitian selanjutnya:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-recruitment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan melamar pekerjaan. Hal tersebut bisa terjadi karena layout situs lowongan pekerjaan dinilai kurang menarik, dan penggunaannya masih rumit. Untuk menarik perhatian dalam penggunaan situs lowongan pekerjaan, hendaknya didesain semenarik mungkin. Selain itu kemampuan situs lowongan pekerjaan harus mudah dipahami oleh pengguna.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan responden dengan cakupan yang lebih luas, seperti latar belakang program studi yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mengetahui hal-hal apa saja yang membuat responden dari latar belakang program studi yang berbeda tertarik untuk melamar pekerjaan. Namun jika ingin tetap menggunakan responden yang sama, yaitu mahasiswa magister manajemen, maka pada penelitian

selanjutnya dapat menambahkan sampel dari perguruan tinggi yang lain. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan.