

PENGARUH *WEBSITE* REKRUITMEN TERHADAP DAYA TARIK PELAMAR  
DIMEDIASI REPUTASI PERUSAHAAN

JURNAL PUBLIKASI



Oleh:

Nama : Moh Eka Wasis L

Nomor Mahasiswa : 14311712

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2018**

# PENGARUH *WEBSITE* REKRUITMEN TERHADAP DAYA TARIK PELAMAR DIMEDIASI REPUTASI PERUSAHAAN

**Moh Eka Wasis**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia  
ekawasis@gmail.com**

## **Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana *website* rekrutmen berpengaruh terhadap daya tarik pelamar dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *website* rekrutmen berpengaruh terhadap daya tarik pelamar kerja dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sensus dengan jumlah 78 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang sudah melakukan sidang skripsi. Alat uji analisis yang digunakan adalah SmartPLS v.3.2.7 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website* rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik pelamar, reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik pelamar, *website* rekrutmen terbukti memediasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar.

**Kata Kunci:** *Website* rekrutmen, reputasi perusahaan, daya tarik pelamar

## **Abstract**

*This study discusses how recruitment websites affect the attractiveness of applicants with company reputation as an intervening variable. The purpose of this study is to test and analyze the influence of recruitment websites affecting the attractiveness of job applicants with the company's reputation as an intervening variable. The sampling technique uses census techniques with a total of 78 respondents who are students of the Faculty of Economics, Indonesian Islamic University who have conducted thesis hearings. The analytical test tool used is SmartPLS v.3.2.7 with SEM (Structural Equation Modeling) analysis method.*

*The results of this study indicate that recruitment websites have a positive and significant effect on the attractiveness of applicants, the company's reputation has a positive and significant impact on the attractiveness of applicants, the website recruitment proved to mediate the influence of the company's reputation on the attractiveness of applicants.*

**Keywords:** *Website* recruitment, company reputation, applicant attraction

## PENDAHULUAN

Proses rekrutmen dimulai saat adanya bidang pekerjaan baru di perusahaan, seperti adanya lowongan pekerjaan baru sehingga membutuhkan karyawan baru dan adanya bagian yang kosong sehingga perlu menambah karyawan baru untuk mengisi kekosongan itu. Proses rekrutmen harus konsisten dengan strategi, visi, dan nilai-nilai organisasi. Rekrutmen tidak hanya kegiatan untuk mendapatkan kandidat yang paling sesuai untuk perusahaan tetapi juga kandidat yang bersedia menerima tawaran jabatan yang ada dan memiliki keinginan yang kuat untuk tetap bersama perusahaan.

Internet telah berevolusi dan digunakan oleh banyak orang untuk mencari pekerjaan sehingga tes kerja saat ini bagi sebuah perusahaan besar tidak membosankan dan berkesan formal. Menarik pelamar kerja didefinisikan sebagai mendapatkan calon karyawan untuk melihat sebuah organisasi sebagai tempat yang positif untuk bekerja (Rynes, 1991 dalam Braddy *et al.*, 2006). Cara mendapatkan pelamar kerja yang memenuhi kualifikasi adalah dengan meningkatkan ukuran bakat ketika perusahaan dapat memilih karyawan yang mungkin dapat meningkatkan kualitas atau hasil outcome perusahaan dari mempekerjakan karyawan yang kompeten. Salah satu alat utama yang digunakan oleh organisasi untuk menarik pelamar adalah situs web perekrutan (Cappeli, 2001 dalam Braddy *et al.*, 2006). Sebuah situs lapangan kerja merupakan situs web yang khususnya berkaitan dengan pekerjaan atau karir. Media jejaring memberikan beberapa potensi keunggulan tidak sedikit dari mereka yang secara signifikan biaya perekrutan media *website / online / jejaring* jauh lebih rendah dari biaya perekrutan media tradisional (misalnya, koran, dan pameran karir (Cober, 2000 dalam Braddy *et al.*, 2006). Contohnya ketika melalui pameran karir, perusahaan membutuhkan alokasi biaya tambahan untuk sewa tempat, iklan, dan juga karyawan atau orang yang dipercaya untuk menyeleksi calon karyawan baru atau para pelamar kerja.

Kelebihan internet bagi pelamar kerja ini adalah efisiensi waktu dan biaya, seperti lamaran yang dikirim bisa dengan mudah, cepat, dan langsung dikirim oleh perusahaan bahkan dalam hitungan detik. Menerima pemberitahuan otomatis untuk lowongan – lowongan yang cocok dengan resumennya. Informasi lowongan kerja yang sesuai dengan *Curriculum Vitae* (CV) pelamar juga dapat diterima secara gratis dan cepat. Namun, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pelamar yaitu memaksimalkan fitur yang ada dengan melengkapi seluruh form pengisian resume dan mengaktifkan fitur pemberitahuan lowongan secara otomatis karena perusahaan akan mengirimkan informasi tentang lowongan kerja yang cocok dengan kita serta informasi penting lainnya ke alamat *e-mail* kita.

Permasalahan utama yang dihadapi dalam topik ini adalah sebagian perusahaan belum menerapkan secara optimal penggunaan situs *website* untuk media rekrutmen dan daya tarik pelamar. Sehingga peneliti tertarik untuk menguji, pengaruh *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar yang di mediasi reputasi perusahaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Website* Rekrutmen**

Situs *website* rekrutmen merupakan sebuah alat utama yang digunakan oleh organisasi untuk menarik pelamar kerja (Capelli, 2001). Di dalam situs *website* rekrutmen terdapat informasi mengenai sejarah perusahaan, deskripsi pekerjaan, info lowongan pekerjaan dan testimonial pekerja. Situs *website* juga memiliki potensi untuk lingkup komunikasi yang lebih luas dan lebih cepat antara perusahaan dengan calon palamar kerja dari pada media cetak (Pavlou dan Stewart, 2000).

Estetika situs *website*, khususnya memberikan kesempatan kepada para pencari kerja dengan pengalaman yang lebih baik dan itu juga akan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam suatu pekerjaan oleh kebanyakan mahasiswa (Peters, 2001).

### **Reputasi Perusahaan**

Reputasi merupakan suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi pada dasarnya adalah nama baik yang dinilai dari pihak eksternal dan internal (Basya, 2006).

Reputasi perusahaan adalah persepsi mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon eksternal. Reputasi kualitas perusahaan tidak terbatas hanya pada produk atau jasa yang dihasilkan tetapi sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan secara keseluruhan. Secara umum reputasi perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kinerja keuangan, ukuran perusahaan, paparan media, pengeluaran iklan, dan jenis industri (Fombrun, 1996).

### **Daya Tarik Pelamar**

Daya tarik pelamar terhadap perusahaan dapat didefinisikan sebagai kepentingan dari organisasi karena organisasi sebagai majikan dan kemungkinan para pencari kerja akan mengejar peluang pekerjaan di suatu perusahaan (Barber, 1998). Ketika pelamar memutuskan apakah akan menerima pekerjaan, suatu keputusan awal berfungsi sebagai mekanisme penyaringan yang mengurangi pikiran individu akan pesaing lain dalam memperoleh pekerjaan di organisasi tersebut.

Menurut Allen (2004) bahwa sikap dan niat cenderung sebagai prediktor utama dari perilaku individu untuk melamar pekerjaan di suatu organisasi. Dari kebanyakan sikap, individu dipengaruhi oleh informasi terhadap organisasi, sikap dipengaruhi oleh niat untuk mengejar pekerjaan, dan niat diposisikan sebagai prediktor perilaku paling maksimal.

### **Pengaruh *Website* Rekrutmen Terhadap Daya Tarik Pelamar**

Penelitian yang dilakukan oleh Cober *et al.*, (2004) membuktikan bahwa 90% perusahaan besar di Amerika Serikat menyatakan penggunaan situs web untuk mengkomunikasikan informasi rekrutmen kepada pelamar kerja. Dengan ini menunjukkan semakin pentingnya perekrutan organisasi dan situs web organisasi sebagai komponen kunci sumber daya manusia strategis.

Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis yang dapat dibangun adalah : **H1 *Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel website rekrutmen terhadap daya tarik pelamar.***

### **Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Daya Tarik Pelamar**

Penelitian yang dilakukan oleh Turban (2003) membuktikan bahwa dari 2361 wawancara terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel reputasi perusahaan dengan pelamar kerja. Dengan hasil signifikan ini juga berpengaruh terhadap kualitas pelamar kerja pada suatu perusahaan.

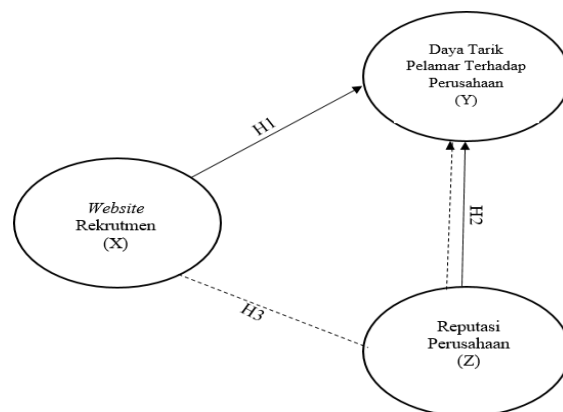
Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis yang dapat dibangun adalah : **H2 *Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar.***

## **Pengaruh *website* rekrutmen perusahaan dimediasi reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar**

Penelitian yang dilakukan oleh Williamson *et al.*, (2010) membuktikan bahwa informasi di dalam situs *website* rekrutmen dengan reputasi perusahaan sebagai mediasi berpengaruh positif terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Sebagai catatan semua kembali ke dalam kejelasan informasi di dalam situs *website* rekrutmen perusahaan tersebut.

Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis yang dapat dibangun adalah : **H3 Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *website* rekrutmen dimediasi reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar.**

### **KERANGKA PENELITIAN**



## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdapat 3 variabel, variabel eksogen adalah *website* rekrutmen. Variabel mediasi adalah reputasi perusahaan dan variabel endogen adalah daya tarik pelamar terhadap perusahaan.

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini populasinya mencakup *fresh graduate* dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 78 mahasiswa. Sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti (Arikunto, 1993). Mengingat jumlah populasi relatif sedikit, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus. Dengan demikian jumlah subyek dalam penelitian ini sebanyak 78 mahasiswa.

### **Metode Analisis Data**

#### ***Analisis Structural Equation Modeling (SEM)***

Metode pengolahan data didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan persamaan permodelan *structural equation modeling (SEM)*. Permodelan ini merupakan bagian dari tindak lanjut dari *path analysis*. Menurut Ghozali (2015) metode SEM memiliki kelebihan yaitu fleksibilitas bagi peneliti untuk menghubungkan antara teori dan data

#### ***Partial Least Square (PLS)***

*Partial least square* merupakan metode analisis yang powerfull dan sering disebut sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi regresi. (Ghozali 2015). Dalam alat uji analisis, PLS menggunakan dua evaluasi permodelan yaitu model pengukuran (*outer model*) untuk uji validitas dan reliabilitas dan model struktural (*inner model*) untuk menguji hipotesis dengan model prediksi. (Ghozali, 2015)



## HASIL ANALISIS

### Deskriptif data

Data dari tanggapan 78 responden yang valid ditunjukkan pada tabel 1. Deskripsi untuk karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini didasarkan pada status responden. Para responden dalam penelitian ini kebanyakan mengakses *website* Pertamina sebanyak 28 orang atau (35,9%), mengakses *website* mandiri sebanyak 11 orang atau (14,1%). Kemudian mengakses *website* BNI sebanyak 6 orang atau (7,7%), selanjutnya mengakses *website* BCA, PT Kai, PT KPC masing-masing sebanyak 4 orang atau (5,1%). Mengakses *website* BRI, Mandiri bni dll, sebanyak 3 orang atau (3,8%), mengakses *website* Academia.edu, Astra, Astra International, BTN, Mandiri dan BRI, PT. Krakatau Steel dan Wijaya Karya masing-masing sebanyak 2 orang atau (2,6%), yang terakhir mengakses *website* Waskita Karya sebanyak 1 orang atau (1,3%).

<i>Website</i>	Frekuensi	Persentase
Academia.edu	2	2,6%
Astra	2	2,6%
Astra International	2	2,6%
BCA	4	5,1%
BNI	6	7,7%
Bri	3	3,8%
Btn	2	2,6%
Mandiri	11	14,1%
Mandiri dan Bri	2	2,6%
Mandiri, bni, dll	3	3,8%
Pertamina	28	35,9%
PT kai	4	5,1%
PT KPC	4	5,1%

Pt Krakatau Steel	2	2,6%
Waskita Karya	1	1,3%
Wijaya karya	2	2,6%

Karakteristik Responden Tabel 1

### *Discriminant Validity*

*Discriminat validity* diukur dengan melakukan cross loading dan menggunakan perbandingan pada korelasi akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) terhadap laten konstruksi. *Discriminat validity* dari faktor pemuatan silang dapat dilihat di tabel 2.

	<b>WR</b>	<b>RP</b>	<b>DTP</b>
WR1	0,892	0,543	0,743
WR10	0,681	0,439	0,507
WR11	0,830	0,520	0,612
WR12	0,728	0,649	0,617
WR2	0,729	0,521	0,562
WR3	0,650	0,431	0,400
WR4	0,881	0,532	0,745
WR5	0,839	0,489	0,680
WR6	0,705	0,502	0,525
WR7	0,645	0,459	0,402
WR8	0,712	0,592	0,687
WR9	0,772	0,646	0,722
RP1	0,579	0,752	0,686
RP2	0,386	0,747	0,428
RP3	0,579	0,802	0,723
RP4	0,399	0,777	0,429

RP5	0,569	0,657	0,530
	<b>WR</b>	<b>RP</b>	<b>DTP</b>
RP6	0,513	0,790	0,607
RP7	0,535	0,684	0,621
RP8	0,566	0,794	0,540
DTP1	0,812	0,785	0,993
DTP2	0,794	0,755	0,982
DTP3	0,782	0,768	0,982

*Discriminat Validity Tabel 2.*

Tabel diatas menunjukkan bahwa *loading factor* untuk indikator WR (WR1 sampai dengan WR14) mempunyai *loading factor* kepada konstruk WR lebih tinggi daripada konstruk yang lain. Dengan demikian, item dianggap valid jika memiliki nilai AVE di atas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outher loading* dimensi variabel memiliki nilai  $> 0,5$  (Abdullah, 2015). Sedangkan indeks validitas disriminan dari nilai korelasi akar kuadrat AVE terhadap konstruksi laten dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

	<b>WR</b>	<b>RP</b>	<b>DTP</b>
WR	0,760		
RP	0,808	0,986	
DTP	0,702	0,781	0,752

*Correlation of the square root of AVE Tabel 3.*

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai AVE lebih tinggi daripada korelasi antara variabel lain, yang mengindikasikan bahwa variabel tersebut dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik. Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan dengan menggunakan *cross loading* dan perbandingan korelasi akar kuadrat AVE antara variabel

lain, maka variabel dalam penelitian ini memiliki indeks validitas diskriminan yang cukup baik.

### ***Convergent Validity***

*Convergent Validity* model pengukuran dengan item yang memiliki nilai berdasarkan korelasi antara skor item dan nilai konstruk. Indeks *Convergent Validity* adalah diukur dengan faktor AVE, *composite reliability*, *R square*, *cronbachs alpha*. Hasil indeks AVE, *composite reliability*, *R square*, *cronbachs alpha* dapat dilihat pada Tabel 4.

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha
WR	0,577	0,942		0,932
RP	0,565	0,912	0,492	0,890
DTP	0,972	0,990	0,736	0,985

*Convergent Validity* Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai-nilai kreativitas variabel *convergent validity*, lebih besar dari 0,5, yang menunjukkan bahwa ini variabel memiliki nilai validitas konvergen yang baik. Sedangkan indeks validitas konvergen terukur oleh nilai faktor loading dapat dilihat pada Tabel 5.

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings ( <i>convergent Validity</i> )	WR1-X1	0,892	0,5	Valid
	WR2-X1	0,729	0,5	Valid
	WR3-X1	0,650	0,5	Valid
	WR4-X1	0,881	0,5	Valid
	WR5-X1	0,839	0,5	Valid
	WR6-X1	0,705	0,5	Valid
	WR7-X1	0,645	0,5	Valid
	WR8-X1	0,712	0,5	Valid

	WR9-X1	0,772	0,5	Valid
	WR10-X1	0,681	0,5	Valid
	WR11-X1	0,830	0,5	Valid
	WR12-X1	0,728	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings ( <i>convergent Validity</i> )	RP1-Z	0,752	0,5	Valid
	RP2-Z	0,747	0,5	Valid
	RP3-Z	0,802	0,5	Valid
	RP4-Z	0,777	0,5	Valid
	RP5-Z	0,657	0,5	Valid
	RP6-Z	0,790	0,5	Valid
	RP7-Z	0,684	0,5	Valid
	RP8-Z	0,794	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings ( <i>convergent Validity</i> )	DTP1-Y	0,993	0,5	Valid
	DTP2-Y	0,982	0,5	Valid
	DTP3-Y	0,982	0,5	Valid

*Loading Factor* Tabel 5.

Untuk Uji signifikansi *outher loading* menunjukkan bahwa semua item memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), yang mengindikasikan bahwa semua item memiliki indeks validitas konvergen yang baik. Bisa juga dikatakan bahwa item kuisisioner dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik.

### ***Composite Reliability***

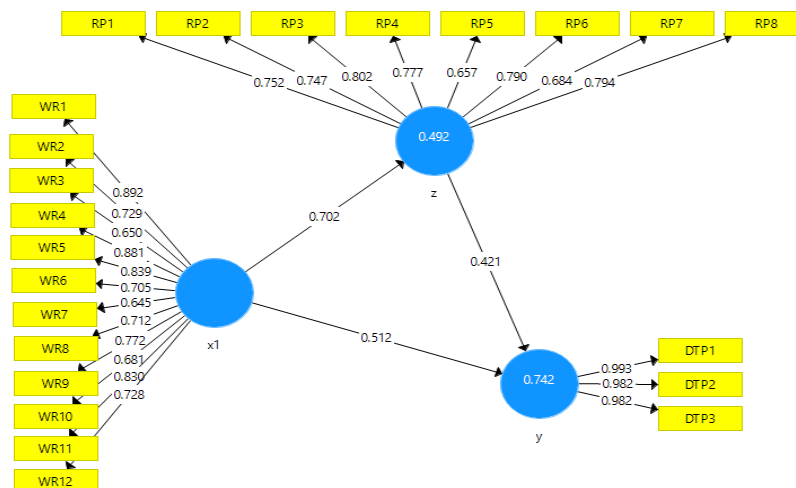
Hasil pengujian terhadap reliabilitas dapat di lihat pada Cronbach's Alpha sedangkan Composite Reliability dapat di lihat pada Tabel 6.

Variabel	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
WR	0,942	0,932
RP	0,912	0,890
DTP	0,990	0,985

Value of Cronbach's Alpha and Composite Reliability Tabel 6.

## Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis antar variabel dapat dilihat pada Tabel 7 dan Gambar 1.



Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) Gambar 1.

Hipotesis	Keterangan
<b>H1:</b> Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel <i>website</i> rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan.	Diterima
<b>H2:</b> Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan.	Diterima
<b>H3:</b> Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel <i>website</i> rekrutmen di mediasi reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan.	Diterima

## PEMBAHASAN

Uji hipotesis 1 mendapatkan hasil bahwa hubungan variabel *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan memiliki nilai t-statistik sebesar 6,768. dengan nilai *two tailed* 1,96 pada *signifinance level* 5% dimana kriteria yang berarti bahwa kriteria nilai t-statistik harus  $>1,96$ . Nilai *original sample* menunjukkan 0,512 yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif variabel *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima yang artinya bahwa *website* rekrutmen terbukti berpengaruh signifikan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Allen, Biggane, & Pitts (2013) yang menunjukkan bahwa individu yang terlibat dalam tugas pencarian pekerjaan berbasis web memberi perhatian visual yang lebih pada informasi teks dari pada gambar grafis. Didalam situs *website* rekrutmen terdapat informasi mengenai sejarah perusahaan, deskripsi pekerjaan, info lowongan pekerjaan dan testimonial pekerja.

Uji hipotesis 2 mendapatkan hasil bahwa hubungan variabel reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan memiliki nilai t-statistik sebesar 5,493. dengan nilai *two tailed* 1,96 pada *signifinance level* 5% dimana kriteria yang berarti bahwa kriteria nilai t-statistik harus  $>1,96$ . Nilai *original sample* menunjukkan 0,422 yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif variabel reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima yang artinya bahwa reputasi perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Walker *et all.*, (2011) hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara citra organisasi atau reputasi perusahaan dengan daya tarik pelamar terhadap perusahaan.

Uji hipotesis 3 mendapatkan hasil bahwa hubungan variabel *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan melalui reputasi perusahaan, yang memiliki nilai t-statistik sebesar 4,674. dengan nilai *two tailed* 1,96 pada *signifinance level* 5% dimana kriteria yang berarti bahwa kriteria nilai t-statistik harus  $>1,96$ . Nilai *original sample* menunjukkan 0,296 yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif variabel *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan melalui reputasi perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima yang artinya bahwa *website* rekrutmen terbukti berpengaruh signifikan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan melalui reputasi perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian Williamson, King, Lepak, & Sarma (2010) Dengan objek yang diteliti sebanyak 144 situs *website* rekrutmen perusahaan, menyatakan bahwa informasi di dalam situs *website* rekrutmen dengan reputasi perusahaan sebagai mediasi berpengaruh positif terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Sebagai catatan semua kembali ke dalam kejelasan informasi di dalam situs *website* rekrutmen perusahaan tersebut.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa *fresh graduate* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan melalui reputasi perusahaan.



Penelitian ini berfokus terhadap pengaruh *website* rekrutmen, reputasi perusahaan, dan daya tarik pelamar terhadap perusahaan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan, terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan, dan terdapat pengaruh *website* rekrutmen terhadap daya tarik pelamar terhadap perusahaan melalui reputasi perusahaan.

Dari hasil tersebut penulis menyarankan:

1. Perusahaan harus secara serius membuat *website* perusahaan. *Website* perusahaan harus dapat memberikan informasi yang jelas dan memenuhi kebutuhan pelamar pekerjaan yang mencakup; sejarah perusahaan, deskripsi pekerjaan, alamat, dan kontak perusahaan.

2. Mahasiswa *fresh graduate* harus memperhatikan *website* perusahaan, untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan perusahaan.
3. Perusahaan harus membangun reputasi perusahaan. Untuk menunjukkan bahwa perusahaan tersebut layak untuk bersaing dan memiliki karyawan yang berkompeten. Reputasi perusahaan yang baik akan mendorong pelamar pekerjaan untuk mengambil keputusan bekerja di perusahaan tersebut.
4. Perusahaan yang memiliki citra yang baik sangat diperhatikan oleh pelamar pekerjaan. Maka dari itu reputasi perusahaan harus dibangun dan dijaga secara serius karena bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat dan kualitas pelamar kerja.
5. Situs web memiliki kekayaan informasi yang lebih tinggi dari pada media cetak dalam hasil penelitian ada perbedaan yang sangat jauh antara media informasi cetak dengan media *website*. Oleh karenanya situs web perusahaan harus dikelola secara baik dan benar karena dapat meningkatkan pelamar dan mempunyai biaya yang sangat rendah dibandingkan dengan media cetak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Abdillah, W. dan Jogiyanto, H. M. (2009). *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM
- Allen *et all.*, (2013). *Reactions To Recruitment Web Sites: Visual And Verbal Attention, Attraction, And Intentions To Pursue Employment* . J Bus Psychol, 28, 263-28
- Braddy, Meade, dan Kroustalis. (2006). *Organizational Recruitment Website Effects On Viewers' Perceptions Of Organizational Culture*. Journal of Business and Psychology, Vol. 20, No. 4.
- Cober, Brown, Keeping, Levy. (2004). *Recruitment on the Net: How Do Organizational Web Site Characteristics Influence*. Journal of Management.
- Fombrun, Charles J. 1996. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Haryono, Siswoyo. 2017. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.
- Matthias dan Rudiger (2014). *The Effectiveness Of Recruitment Advertisements And Recruitment Websites: Indirect And Interactive Effects On Applicant Attractionc*. Human Resource Management. 2014, Vol. 53, No. 3. Pp. 353–378.

Turban dan Cable (2003). *Firm reputation and applicant pool characteristics* Journal of Organizational Behavior. DOI: 10.1002/job.215.

Walker *et al.*, (2011). *So what do you think of the organization? A contextual priming explanation for recruitment Web site characteristics as antecedents of job seekers' organizational image perceptions.* Organizational Behavior and Human Decision Processes 114 (2011) 165–178.

Williamson, King, Lepak, dan Sarma. (2010). *Firm Reputation, Recruitment Web Sites, And Attracting Applicants.* Published online in Wiley InterScience.

