

PENGARUH ONLINE REKRUTMEN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA GENERASI Z PENGGUNA PLATFORM TIKTOK DI PT. ES TEH INDONESIA

Hafidhatul Chaeriyah¹, Yan Kristian Halomoan²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹ hafidhatulchaeriyah@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ² dosen02487@unpam.ac.id

Abstract

This research aims to determine the influence of online recruitment and company reputation on interest in applying for jobs among Gen Z users of the TikTok platform at PT. Indonesian Iced Tea Research was conducted among Generation Z users of the TikTok platform, with a population consisting of individuals born between 1995-2010, with a total of 96 respondents. The sampling technique used was purposive sampling, while data collection was carried out by distributing questionnaires online to 96 respondents. This study uses a quantitative approach. The collected data was analyzed using SPSS 26 software. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, determination analysis and hypothesis testing. The research results show that company reputation has a significant and positive impact on interest in applying for jobs, while online recruitment also has a positive and significant influence on interest in applying for jobs. Based on the results of the analysis, the value of t calculated $> t$ tally altalu ($7.694 > 1.98552$) means that $H01$ is rejected and $Ha1$ is accepted, this shows that there is a positive and significant influence on Online Recruitment Alntalral ($X1$) in relation to Employee Hiring (Y). and the value of t calculated $> t$ tallel altalu ($6.165 > 1.98552$) means that $H02$ is rejected and $Ha2$ is accepted, this shows that there is a positive influence which is significant in terms of the overall reputation of the company ($X2$) on the employee turnover interest (Y). The value of F count $> F$ table ($40,549 > 3.09$), this is also confirmed by the significance of $0.000 < 0.05$. Thus, $Ho3$ is rejected and $Ha3$ is accepted, so it can be concluded that the variables Online Recruitment ($X1$) and Company Reputation ($X2$) have a joint (simultaneous) effect on Interest in Applying for a Job (Y).

Keywords : Online Recruitment, Company Reputation, Interest in Applying Work

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Online Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Gen Z pengguna platform tiktok di PT. Es Teh Indonesia Penelitian dilakukan di kalangan Generasi Z Pengguna Platform tiktok, dengan populasi terdiri dari individu yang lahir antara 1995-2010, dengan jumlah responden 96 orang. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah purposive sampling, sementara pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online kepada 96 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan software SPSS 26, Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan, sedangkan online rekrutmen juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel altalu ($7,694 > 1,98552$) beralrti H_01 ditolalk daln Hal1 diterimal, hall ini menunjukaln balhwal terdalpalt pengalruh yang positif daln signifikaln secalral palrsiall alntalral Online Rekrutment (X1) terhadalp Minalt Melalmalr Pekerjalaln (Y). dan nilai t hitung $>$ t tabel altalu ($6,165 > 1.98552$) beralrti H_02 ditolalk daln Hal2 diterimal, hall ini menunjukaln balhwal terdalpalt pengalruh yang positif daln signifikaln secalral palrsiall alntalral Reputalsi Perusalhalaln (X2) terhadalp Minalt Melalmalr Pekerjalaln (Y). Nilai Fhitung $>$ Ftabel ($40.549 > 3,09$), hal itu juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Online Rekrutmen (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) berpengaruh bersama-sama (simultan) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y).

Kata Kunci : Online Rekrutmen, Reputasi Perusahaan, Minat Melamar Pekerjaan

1. PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia adalah suatu pengelolaan sumber daya manusia dalam suatu perusahaan secara efektif dan efisien agar dapat membantu terwujudnya tujuan dari perusahaan (Jery Apranata, 2022). Menurut Hasibuan (2019:10) "Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar aktif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat". Sedangkan menurut Handoko (2018:4), "manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi".

Simpulan dari beberapa pendapat para ahli tentang manajemen sumber daya manusia adalah bahwa ini adalah suatu disiplin ilmu dan praktik yang berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengatur hubungan, peran, dan aktivitas tenaga kerja agar dapat berkontribusi secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan serta tujuan individu karyawan. Ini melibatkan berbagai proses seperti perekrutan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia agar dapat memberikan manfaat maksimal bagi organisasi dan perkembangan individu pegawai. Dengan demikian, manajemen sumber daya manusia merupakan suatu pendekatan yang holistik dalam mengelola aspek-aspek manusia dalam konteks organisasi.

Perbedaan generasi dalam lingkungan kerja menjadi salah satu subjek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia, dan konsep perbedaan generasi terus

berkembang dari waktu ke waktu. Ada perbedaan karakteristik yang signifikan antara generasi Z dengan generasi lain. Salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z, informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan, karena generasi Z lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup. Bangkitnya generasi Z juga akan menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia

Tabel 1. 1
Perbedaan Generasi

Tahun Kelahiran	Generasi
1925-1946	Generasi Veteran
1946-1960	Generasi Baby Boomers
1960-1980	Generasi X
1980-1995	Generasi Y
1995-2010	Generasi Z
10+	Generasi Alpha

Sumber : Putra (2017)

Tabel di atas menggambarkan generasi X dan Y bersama dengan sebagian anggota Generasi Z yang baru akan memasuki dunia kerja. Salah satu perbedaan utama dalam karakteristik Generasi Z dibandingkan generasi sebelumnya adalah dalam kemampuan atau keahlian dalam bidang teknologi dan informasi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa Generasi Z dilahirkan pada saat perkembangan 3 teknologi sedang pesat-pesatnya, di mana informasi dan teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari Generasi Z. Hal ini memengaruhi kualitas, pandangan, dan

tujuan mereka, terutama dalam hal pemilihan karir (Tambuwun & Sahrani, 2023).

PT. Es Teh merupakan perusahaan di industri minuman yang telah menarik perhatian platform tiktok. Konten pertama yang mereka bagikan adalah kisah inspiratif tentang awal perjalanan usaha mereka. Selain fokus pada produknya PT. Es Teh juga aktif berbagai cerita mengenai sejarah dan identitas perusahaannya, memberikan wawasan kepada netizen Tiktok tentang perusahaan tersebut secara tidak langsung. Tak hanya itu, perusahaan ini menggunakan Tiktok sebagai wadah mencari dan merekrut karyawan. Awalnya dilakukan secara tidak sengaja, namun sekarang rekrutment online telah menjadi bagian resmi dengan adanya divisi khusus yang bertanggung jawab atas hal tersebut. Ternyata, konten-konten yang mereka bagikan dan rekrutment online platform Tiktok memiliki dampak yang signifikan pada perkembangan perusahaan. Mereka berhasil mencatat omset milyaran rupiah dan merencanakan ekspansi dengan membuka cabang baru, menandai dampak positif dari kehadiran mereka di platform media tersebut

Gambar 1. 1
 Demografi Pengguna Tiktok Indonesia



Sumber: Giane.com (2021)

Usia pengguna TikTok di Indonesia pada gambar di atas adalah rata-rata 18-24 tahun dengan persentase 40%. Sementara usia 25-34 tahun, 37% diantaranya juga masih mengakses TikTok. Dengan demikian, ada sebanyak 76% masyarakat Indonesia berusia 18-34 tahun yang mengakses TikTok.

Berdasarkan penjabaran mengenai Perusahaan Es Teh diatas, dapat disimpulkan

bahwa Perusahaan Es Teh menggunakan platform TikTok sebagai media untuk menarik minat melamar pekerjaan. Menurut yang dikatakan oleh Donny Eryastha sebagai Head of Public Policy platform Tiktok Indonesia, bahwa yang mendominasi penggunaan platform Tiktok di Indonesia yaitu dari generasi generasi Z. Artinya generasi yang saat ini mendominasi penggunaan platform Tiktok di Indonesia merupakan generasi angkatan kerja.

Berikut terdapat hasil pra survei yang dilakukan kepada 30 orang generasi Z pengguna Platform Tiktok

Tabel 1. 2
 Hasil Pra Survey Online Rekrutmen

No	Komponen	Respon nden	Menjawab			
			Iya	%	Tidak	%
1	Menggunakan Online recruitment mempercepat saya dalam mencari pekerjaan	30	22	73%	8	27%
2	Menggunakan Online recruitment meningkatkan pencarian kerja yang diinginkan	30	24	80%	6	20%
3	Online recruitment sangat aman untuk melamar pekerjaan	30	22	73%	8	27%
4	Online recruitment memudahkan saya dalam melakukan hal terkait dengan mencari pekerjaan	30	22	80%	8	20%
5	Saya jelas, mudah mengerti, mudah bisa berinteraksi dengan Online Rekrutment	30	24	80%	6	20%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden Gen Z bahwa dengan memberikan pertanyaan “Online recruitment sangat aman untuk melamar pekerjaan”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa 73% menjawab IYA karena online rekrutmen yang di terapkan di Es Teh Indoneisa umumnya memiliki kebijakan privasi yang transparan yang menjelaskan bagaimana data pengguna dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi. Dengan memiliki pemahaman yang jelas tentang kebijakan privasi ini, pengguna dapat merasa lebih yakin bahwa informasi pribadi mereka dikelola dengan benar. Sedangkann 27% Responden menjawab TIDAK, karena Beberapa individu merasa bahwa kurangnya interaksi personal mengurangi kesempatan mereka untuk membuat kesan yang kuat atau menjelaskan situasi mereka dengan baik.

Tabel 1. 3
 Hasil Pra Survey Reputasi Perusahaan

No	Komponen	Respon den	Menjawab			
			Iya	%	Tidak	%
1	Prestasi yang tercermin dari rekam jejak perusahaan dalam industri sangat memengaruhi Saya	30	22	73%	8	27%
2	Kredibilitas perusahaan menjadi faktor penting dalam pertimbangan saya untuk melamar pekerjaan	30	24	80%	6	20%
3	Kultur perusahaan menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih tempat kerja	30	22	73%	8	27%
4	Ketepatan bayaran menjadi faktor yang sangat memengaruhi minat saya untuk bekerja	30	22	80%	8	20%
5	Komitmen sosial dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat menjadi faktor yang saya perhatikan.	30	24	80%	6	20%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden Gen Z bahwa dengan memberikan pertanyaan “Prestasi yang tercermin dari rekam jejak perusahaan dalam industri sangat memengaruhi saya ”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa 73% menjawab IYA karena perusahaan dengan rekam jejak yang kuat dalam mencapai prestasi dan kesuksesan dalam industri cenderung memiliki reputasi yang baik. Orang-orang seringkali tertarik untuk bekerja di perusahaan yang dihormati dan diakui karena kualitasnya, karena hal ini bisa meningkatkan status profesional mereka. Sedangkann 27% Responden menjawab TIDAK, karena beberapa orang tidak memiliki akses atau akses yang terbatas terhadap informasi tentang prestasi perusahaan dalam industri tersebut. Keterbatasan ini dapat mengurangi pengaruh prestasi perusahaan terhadap minat seseorang untuk melamar pekerjaan.

Dunia kerja yang saat ini semakin digitalisasi, menjadikan rekrutmen online sebagai jalan yang harus dilakukan oleh perusahaan karena memberikan kemudahan baik untuk pencari tenaga kerja dan pencari kerja. Menurut Parry dan Tyson (2021), rekrutmen online ialah proses merekrut karyawan dengan menggunakan situs perusahaan atau papan pengumuman lowongan secara online. Terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa rekrutmen online berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan dan rekrutmen online berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Akan tetapi terdapat perbedaan hasil pada penelitian terdahulu lainnya yang menunjukkan bahwa rekrutmen online berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, tidak terdapat pengaruh signifikan antara rekrutmen online terhadap minat melamar pekerjaan, dan tidak terdapat pengaruh

antara rekrutmen online terhadap minat melamar pekerjaan.

Perusahaan Es Teh menggunakan platform TikTok sebagai media untuk merekrut karyawan yang mana rekrutmen online seperti ini belum pernah dilakukan sebelumnya. Rekrutmen online dan Reputasi yang diterapkan oleh Perusahaan Es Teh tentu memiliki nilai tersendiri dari netizen TikTok khususnya para pencari kerja. Dengan begitu pada penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis apakah rekrutmen online dan reputasi perusahaan memengaruhi minat melamar pekerjaan pada generasi Z pengguna platform TikTok diperusahaan Es Teh Indonesia

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Yuliana Aise Hayomi, Suharnomo Jurnal Imiah Ekonomi Islam : Vol 10. No 1 2024 ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534 Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate di Semarang) Berdasarkan pengujian analisis data yang telah dilakukan, hasil pengujian secara parsial atau uji statistic t pada variabel e-Recruitment memiliki nilai sig. 0,026 angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu α 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel e-Recruitment berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-Recruitment memiliki pengaruh positif dalam upaya meningkatkan minat melamar pekerjaan. Artinya dengan adanya penerapan e-Recruitment akan meningkatkan minat freshgraduate di Kota Semarang untuk melamar pekerjaan.

Handi, Wiji Safiri Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis : Vol 6. No.1, Mei 2023 E-ISSN 2622-1616 Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi Berdasarkan tabel 10. diatas, nilai signifikansi Reputasi Perusahaan (X1) $0,002 < 0,05$ dan nilai thitung $3,158 > t$ tabel 1,984. Artinya, Reputasi Perusahaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja (Y). lalu nilai signifikansi E-Recruitment (X2) $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $3,543 > t$ tabel 1,984. Artinya, E-Recruitment (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja (Y). Selanjutnya, nilai signifikansi

Kompensasi (X3) $0,173 > 0,05$ dan nilai thitung $1,374 < t_{tabel} 1,984$. Artinya Kompensasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar kerja (Y). Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa H1 diterima dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Reputasi Perusahaan (X1) terhadap Minat Melamar Kerja (Y). H2 diterima dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ERecruitment (X2) terhadap Minat Melamar Kerja (Y). H3 ditolak dimana tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara Kompensasi (X3) terhadap Minat Melamar Kerja (Y).

Chika Dewi Kholipah Jurnal Ekonomi & Bisnis: Vol. 9 No. 1, Juni 2023 Determinan Rekrutmen Online Generasi Y dan Z di Perusahaan ABC variabel mediasi reputasi perusahaan antara daya tarik perusahaan dengan reputasi perusahaan ialah mediasi yang penuh (full mediation) yaitu karena hubungan antara daya tarik perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan adalah tidak signifikan dengan nilai t-statistic sebesar $.455 (< 1.98)$. Sedangkan hubungan antara variabel daya tarik perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan melalui reputasi perusahaan adalah signifikan dengan nilai t-statistic sebesar $4.094 (> 1.96)$.

Febriana Angelia Purba Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 12, No. 2, 2021 e-ISSN: 2301-8313 Pengaruh Proses Rekrutmen Secara Online Dan Offline Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Startup 1). Terdapat pengaruh variabel proses rekrutmen melalui secara online terhadap kinerja karyawan pada bagian Information Technology dengan nilai KPI sebesar 87.00%. Ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen secara online terhadap kinerja karyawan tidak berbeda secara signifikan. 2). Terdapat pengaruh variabel proses rekrutmen melalui secara online terhadap kinerja karyawan pada bagian Marketing & Product Development dengan nilai KPI sebesar 90.52%. Ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen secara online terhadap kinerja karyawan lebih baik dan berbeda secara signifikan. 3). Adanya perbedaan pengaruh proses rekrutmen dengan melalui secara online pada bagian Information Technology dan bagian Marketing & Product Development sebesar $(90.52\% - 87.00\% = 3.52\%)$. Ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen secara online terhadap

kinerja karyawan pada bagian Marketing & Product Development lebih tinggi sebesar 3.52%.

Putu Erika Meita Rina Dewi, Ni Wayan Mujiati, I Made Artha Wibawa, I Made Dana E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis: Vol. 12 No. 12, Desember 2023, pages: 2405-2413 e-ISSN: 2337-3067 Engaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Hasil analisis diperoleh bahwa tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$, yang berarti bahwa deskripsi pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Koefisien regresi sebesar $0,149$ menunjukkan bahwa semakin meningkatnya deskripsi pekerjaan maka akan meningkatkan minat melamar kerja.

Ilham Nur Cahyo Jurnal Informatika dan Teknologi : Vol.4 No. 2, Desember 2023 E-ISSN 2722-9386 Pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus pada generasi z solo raya) 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 H1 diterima dan H0 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.

Farosah Ramadani, Maulidiyah. A.R Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan : Vol. 13 No. 1 2024 ISSN 2622-0806 (Online) Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan Dan Website Rekrutment Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang Di PT. Bank Syariah Mandiri Terdapat pengaruh positif dan signifikan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan Bank Syariah Mandiri Terdapat pengaruh negatif dan signifikan website rekrutment terhadap minat melamar pekerjaan Bank Syariah Mandiri

Rahmadi Wirohikmawan, Kustini Kustini (2023) Jurnal Manajemen dan Sains ISSN 2541-6243 (Online), ISSN 2541-688X (Print) Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN "Veteran" Jawa Timur 1. Daya Tarik Perusahaan (X1) mempunyai suatu pengaruh secara positif akan Minat Melamar Pekerjaan (Y) bisa diterima, perolehan nilai path coefficients sejumlah 0,252973, serta perolehan untuk T-Statistic sejumlah 3,082540 > 1,96 (berdasar perolehan $Z\alpha = 0,5$) atau dengan P Value 0,003 < 0,05, bisa disimpulkan Signifikan (positif). 2. Reputasi Perusahaan (X2) mempunyai pengaruh secara positif akan minat melamar pekerjaan (Y) bisa diterima, dengan perolehan nilai untuk path coefficients sejumlah 0,611366, serta perolehan untuk T-Statistic sejumlah 6,797380 > 1,96 (berdasar perolehan $Z\alpha = 0,5$) atau dengan P Value 0,000 < 0,05, maka bisa disimpulkan Signifikan (positif).

Jazimatul Husna, Argha Prasetya, Salsabila Shadiqin, Sesilia Fanisa Berliansa Pungki, Yahya Muhaimin (Juni 2021) Jurnal Ilmiah: Vol.2 (1) 45-54 e-ISSN: 2723-2778 Efektivitas Metode Rekrutmen Melalui Media Sosial (ERecruitment) Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh madiunpos dengan Haidhar selaku founder PT Es Teh Indonesia Makmur, ia menjelaskan perekrutan melalui tiktok tidak sulit. Beberapa tahapannya sebagai berikut: PT Es Teh Indonesia Makmur membuka lowongan pekerjaan atau biasa disebut dengan open recruitment. Open recruitment ini disampaikan melalui video kreatif yang dibuat oleh salah satu founder PT Es Teh Indonesia Makmur yaitu Haidhar Wurjayanto melalui salah satu platform yang saat ini sedang digemari oleh banyak kalangan yaitu tiktok. Video ini sudah disaksikan lebih dari 3,2 juta tayangan. Banyak platform yang digunakan oleh PT Es Teh Indonesia Makmur membuat para pelamar semakin gencar untuk melamar. Beberapa platform yang digunakan antara lain instagram, facebook, dan yang paling banyak dikunjungi adalah tiktok. "Pia Ricadonna, Jurnal Ekonomi & Bisnis: Vol. 1 No. 1, Desember 2021 Pengaruh Proses Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan Terhadap Peningkatan Jumlah Karyawan di PT. Mitra Berkas Terpilih Nilai f hitung (49,217) > (2,46) dan f tabel signifikandi 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho

ditolak dan Ha diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara proses rekrutmen dan reputasi perusahaan terhadap peningkatan jumlah karyawan di PT Mitra Berkas Terpilih.

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika r -hitung > r -tabel maka instrument dikatakan valid. Jika r -hitung < r -tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode cronbach alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum St} \right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.
- 2) Uji Multikolinieritas
Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).
- 3) Uji Heteroskedastisitas
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).
- 4) Uji Autokorelasi
Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

- 1) Analisis Regresi Linier Sederhana
Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

- 2) Analisis Regresi Linier Berganda
Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah

satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{y_{x_1}.x_2} = \frac{ry_{x_1} - ry_{x_2}.rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2_{x_1x_2}} \sqrt{1 - r^2_{yx_2}}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

- 1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

- 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas

signifikansi > 0.05 , maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4. 9

Hasil Uji Validitas Variabel Independen Online Rekrutmen

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.470	0.1986	Valid
2	0.530	0.1986	Valid
3	0.509	0.1986	Valid
4	0.532	0.1986	Valid
5	0.575	0.1986	Valid
6	0.490	0.1986	Valid
7	0.541	0.1986	Valid
8	0.513	0.1986	Valid
9	0.477	0.1986	Valid
10	0.562	0.1986	Valid

Hasil data pengolahan data (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 10 butir pertanyaan untuk variabel Gaya Online Rekrutmen (X1) diperoleh dari nilai r hitung $>$ r tabel. Disimpulkan bahwa 10 butir pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$ dari r tabel. Hal ini dibuktikan dengan semua 10 item pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel 0,1986. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian, dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu uji validitas variabel Reputasi Perusahaan (X2) yang ada pada tabel 4.9 sebagai berikut

Tabel 4. 10

Uji Validitas Variabel Independen Reputasi Perusahaan (X2)

No	R Hitung	R tabel	Keterangan
1	0.684	0.1986	Valid
2	0.577	0.1986	Valid
3	0.484	0.1986	Valid
4	0.640	0.1986	Valid
5	0.532	0.1986	Valid
6	0.478	0.1986	Valid
7	0.565	0.1986	Valid
8	0.677	0.1986	Valid
9	0.585	0.1986	Valid
10	0.385	0.1986	Valid

Hasil data pengolahan data (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 10 butir pertanyaan untuk variabel Reputasi Perusahaan (X2) diperoleh dari nilai r hitung $>$ r tabel. Disimpulkan bahwa 10 butir pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$

dari r tabel. Hal ini dibuktikan dengan semua 10 item pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel 0,1986. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian, dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu uji validitas variabel Minat Melamar Pekerjaan (Y) yang ada pada tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4. 11

Uji Validitas Variabel Dependen Minat Melamar Pekerjaan (Y)

No	R Hitung	R tabel	Keterangan
1	0.439	0.1986	Valid
2	0.406	0.1986	Valid
3	0.558	0.1986	Valid
4	0.532	0.1986	Valid
5	0.483	0.1986	Valid
6	0.530	0.1986	Valid
7	0.568	0.1986	Valid
8	0.509	0.1986	Valid
9	0.505	0.1986	Valid
10	0.567	0.1986	Valid

Hasil data pengolahan data (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 10 butir pertanyaan untuk variabel Minat Melamar Pekerjaan (Y) diperoleh dari nilai r hitung $>$ r tabel. Disimpulkan bahwa 10 butir pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$ dari r tabel. Hal ini dibuktikan dengan semua 10 item pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel 0,1986. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 12

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronback Alpha	Standar Nilai Cronvach's Alpha	Keterangan
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	0.685	0.60	Reliabel
Reputasi Perusahaan (X2)	0.760	0.60	Reliabel
Online Rekrutment (X1)	0.697	0.60	Reliabel

Hasil data Pengolahan data (2024)

Dari tabel di atas yakni hasil uji reliabilitas atas variabel Gaya Online Rekrutment dan Reputasi Perusahaan menunjukkan semua item pertanyaan semuanya reliabel sebab memiliki nilai cronbach's alpha

dias 0,60. Maka dikatakan instrument penelitian tersebut reliabel

- c. Uji Asumsi Klasik
 1) Uji Normalitas

Tabel 4. 13
 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.41608877
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.075
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
Sumber : Data Output Spss 26 (2024)		

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai sig (2-tailed) 0.166 > 0.05 maka data berdistribusi normal.

- 2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 14
 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Online Rekrutment	.995	1.005	
Reputasi Perusahaan	.995	1.005	
a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan			
Sumber : Data Output spss 26 (2024)			

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas nilai tolerance X1 (0.995) dan X2 (0.995) > 0.100 sedangkan nilai VIF X1 (1.005) dan X2 (1.005) < 10.00 maka di simpulkan tidak terjadi gejala multikolineritas

- 3) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 16
 Hasil Uji Auto Korelasi Durbin Watson

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.578 ^a	.334	.320	2.442	1.834
a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Online Rekrutment					
b. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan					
Sumber : Data Output Spss (2024)					

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Durbin – Watson sebesar 1.834 yang dimana nilai Durbin – Watson berada

diantara interval (1,576-2,460) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak ada autokorelasi

- 4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 17
 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glesjer

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.003	3.262			.614	.541
Online Rekrutment	.066	.056		.119	1.165	.247
Reputasi Perusahaan	-.072	.052		-.141	-1.374	.173
a. Dependent Variable: Abs_Res						
Data Output Spss 26 (2024)						

Berdasarkan analisis tabel data diatas diperoleh nilai sig X1 (0.247) dan (X2 0.173) > maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Pengujian juga dapat dilakukan dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID

- d. Uji Regresi Linier

Tabel 4. 18
 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Online Rekrutmen (X1)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	33.826	4.397		7.694	.000
Online Rekrutment	.217	.100	.220	2.182	.032
a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan					
Data Output Spss (2024)					

Untuk persamaan Y dari penelitian ini dapat dilihat dari Unstandardized Coefficients B. Hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 26.

$$Y = 33.826 + 0,217X1$$

Tabel 4. 19 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Reputasi Perusahaan (X2)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	21.375	3.467		6.165	.000
Reputasi Perusahaan	.505	.079	.549	6.368	.000
a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan					
Data Output Spss 26 (2024)					

Untuk persamaan Y dari penelitian ini dapat dilihat dari Unstandardized Coefficients B. Hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 26.

$$Y = 21,375 + 0,505X1$$

Tabel 4. 20
 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.967	4.851			2.879	.005
Reputasi Perusahaan	.493	.078		.536	6.321	.000
Online Rekrutment	.180	.084		.182	2.142	.035

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

1. Nilai Konstanta a menunjukkan nilai sebesar 13,967, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai $X_2=0$) Maka nilai variabel dependen (nilai Y) sebesar 13,967
2. Nilai koefisien regresi variabel harga (X_1) adalah 0,493 bernilai positif, sehingga jika setiap peningkatan Online Rekrutment 1 satuan, maka Minat Melamar Pekerjaan akan meningkat sebesar 0,49
3. Nilai koefisien regresi variabel harga (X_2) adalah 0,180 bernilai positif, sehingga jika setiap peningkatan Reputasi Perusahaan 1 satuan, maka Minat Melamar Pekerjaan akan meningkat sebesar 0,180

e. Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4. 21

Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel Online Rekrutmen (X_1) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Correlations			
		Minat Melamar Pekerjaan	Online Rekrutment
Pearson Correlation	Minat Melamar Pekerjaan	1.000	.220
	Online Rekrutment	.220	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Melamar Pekerjaan		.016
	Online Rekrutment	.016	
N	Minat Melamar Pekerjaan	96	96
	Online Rekrutment	96	96

Data Output Spss 26 (2024)

Dari tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,220 dapat disimpulkan bahwa variabel Online Rekrutment (X_1) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y) mempunyai tingkat hubungan yang rendah

Tabel 4. 22

Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel Reputasi Perusahaan (X_2) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Correlations			
		Minat Melamar Pekerjaan	Reputasi Perusahaan
Pearson Correlation	Minat Melamar Pekerjaan	1.000	.549
	Reputasi Perusahaan	.549	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Melamar Pekerjaan		.000
	Reputasi Perusahaan	.000	
N	Minat Melamar Pekerjaan	96	96
	Reputasi Perusahaan	96	96

Data Output Spss 26 (2024)

Dari tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,549 dapat disimpulkan bahwa variabel Reputasi Perusahaan (X_2) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y) mempunyai tingkat hubungan yang sedang

Tabel 4. 23

Uji Koefisien Korelasi Variabel Online Rekrutmen (X_1) dan Reputasi Perusahaan (X_2) Terhadap Variabel Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Correlations				
		Minat Melamar Pekerjaan	Online Rekrutment	Reputasi Perusahaan
Pearson Correlation	Minat Melamar Pekerjaan	1.000	.220	.549
	Online Rekrutment	.220	1.000	.071
	Reputasi Perusahaan	.549	.071	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Melamar Pekerjaan		.016	.000
	Online Rekrutment	.016		.247
	Reputasi Perusahaan	.000	.247	
N	Minat Melamar Pekerjaan	96	96	96
	Online Rekrutment	96	96	96
	Reputasi Perusahaan	96	96	96

Data Output Spss 26 (2024)

Dari tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,220 dan 0,549 dapat disimpulkan bahwa variabel Online Rekrutment (X_1) dan Reputasi Perusahaan (X_2) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y) mempunyai tingkat hubungan yang sedang

f. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. 24

Uji Koefisien Determinasi Variabel Online Rekrutmen (X_1) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.220 ^a	.048	.038	2.904

a. Predictors: (Constant), Online Rekrutment

Data Output Spss 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,048 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Online Rekrutment (X_1) mempunyai pengaruh 4,8 %.

Tabel 4. 25
 Uji Koefisien Determinasi Variabel Reputasi Perusahaan (X2) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.301	.294	2.488

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

Data Output Spss 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,301 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Online Rekrutmen (X1) mempunyai pengaruh 30,1 %

Tabel 4. 26
 Uji Koefisien Determinasi Variabel Online Rekrutmen (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322 ^a	.104	.078	3.067

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Online Rekrutmen

Data Output Spss 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,322 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Online Rekrutmen (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) berpengaruh terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y) sebesar 32, 2% sedangkan sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh faktor lain

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 27
 Hasil Uji T Variabel Online Rekrutmen (X2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	33.826	4.397		7.694	.000
	Online Rekrutmen	.217	.100	.220	2.182	.032

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Data Output Spss 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,694 > 1,98552) berarti H01 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Online Rekrutmen (X1) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y).

Tabel 4. 28
 Hasil Uji T Variabel Reputasi Perusahaan (X2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.375	3.467		6.165	.000
	Reputasi Perusahaan	.505	.079	.549	6.368	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (6,165 > 1.98552) berarti H02 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Reputasi Perusahaan (X2) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y).

Tabel 4. 29
 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.027	1	251.027	40.549	.000 ^b
	Residual	581.931	94	6.191		
	Total	832.958	95			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
 b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

Data Output Spss 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai f hitung > f tabel atau (40.549 > 3,09), hal itu juga diperkuat dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Online Rekrutmen (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) berpengaruh bersama-sama (simultan) terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden. Responden penelitian ini adalah generasi Z pengguna platform tiktok. Berdasarkan uraian dalam penelitian yang telah diterangkan sebelumnya, maka dengan informasi yang telah didapatkan bisa ditarik beberapa kesimpulan serta saran. Berikut ini adalah kesimpulan dan saran akan disampaikan :

- a. Online Rekrutmen berperan positif dan signifikan dalam memengaruhi minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil uji t (Uji Parsial) nilai t hitung > t tabel atau (7,694 > 1,98552) dan probabilitas (signifikan) 0,032 < 0,05. Dengan kata lain, peningkatan penggunaan online rekrutmen dapat

- meningkatkan minat generasi Z pengguna platform tiktok untuk mengajukan lamaran pekerjaan di PT. Es Teh Indonesia
- b. Reputasi perusahaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan Hasil uji t (Uji Parsial) nilai t hitung $>$ t tabel atau $(6,165 > 1,98552)$ dan probabilitas (Signifikan) $0,00 < 0,05$. Artinya, peningkatan reputasi perusahaan berpotensi meningkatkan minat generasi Z pengguna platform tiktok untuk mencari pekerjaan di PT. Es Teh Indonesia.
- c. Secara bersama-sama, reputasi perusahaan dan e-recruitment memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z pengguna platform tiktok di PT. Es Teh Indonesia. Berdasarkan hasil uji F (Uji Simultan) pada variabel Online Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan menunjukkan nilai f hitung Lebih besar dari f tabel dan probabilitas (Signifikan) lebih kecil dari 0,05 yaitu : F hitung $40,549 >$ F tabel $3,09$ dan Probabilitas $0,000 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa penerapan keduanya secara efektif dapat meningkatkan minat melamar pekerjaan pada populasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustyani dan Santoso. (2019). ANALISIS LOWONGAN PEKERJAAN Studi Kasus: Portal Lowongan Kerja Jobstreet (Job Vacancy Analysis Case Study: Jobstreet Portal). Jakarta: Seminar Nasional Official Statistics 2019: Pengembangan Official Statistics dalam mendukung Implementasi SDG's
- [2] Allden, Natasha, and Lisa Harris. "Building a Positive Candidate Experience: Towards a Networked Model of e-Recruitment." *Journal of Business Strategy* 34 (2019): 36–47.
- [3] Baum dan Kabst. (2014). The Effectiveness Of Recruitment Advertisements And Recruitment Websites: Indirect And Interactive Effects On Applicant ATTRACTION. University of Kaiserslautern: Human Resource Management
- [4] Cahyo dan Waskito. (2023). Pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus pada generasi z solo raya). Surakarta: INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi.
- [5] Darmawan dan Sukaja. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Sinar Alami Kreasi Denpasar. Bali: Jurnal Mbe
- [6] Doorley, John, and Helio Fred Garcia. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. 4th ed. New York: Routledge, 2020.
- [7] Ekanayaka et al. (2019). Factors Influencing Job Seeker's Intention to Use Erecruitment: Evidence from a State University in Sri Lanka. Sri Lanka: International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)
- [8] Ekhsan Dan Ernasari. (2022). The Effect Of E-Recruitment On Interest In Applying For Jobs With Company Reputation As A Mediation Variable. Bekasi: Journal Of Research In Business, Economics, And Education.
- [9] Erlinda Dan Safitri. (2020). The Relationship Between Employer Branding, Corporate Reputation, And Recruitment Web On Intention To Apply. Malang: Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan.
- [10] Fombrun C et al. (2013). *Corporate Reputations*. London: Business Publishers Roundtable.com (PBR).
- [11] Fridantara, Angga Swasdita dan Muafi. (2018). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-Rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y : Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi
- [12] Handi dan Safitri. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi. Bekasi: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS.
- [13] Hasibuan dan Aslami. (2021). Strategi Pemasaran Global di Pasar Indonesia. Sumatera Utara: El- Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- [14] Hasibuan, Malayu S.P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi* Jakarta: Bumi Aksara. Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [15] Lee, In. "The Evolution of E-Recruiting: A Content Analysis of Fortune 100 Career Web Sites." *Journal of Electronic Commerce in Organizations* 3 (2019): 57–68.
- [16] Lestari, S. and Afifah, D. (2020) 'Pengaruh disiplin kerja dan pelatihan kerja

- terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada PT Ardena Artha Mulia bagian produksi)', *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), pp. 93–110.
- [17] Milala, S (2022) Analisis Kinerja Karyawan Pada Cu Merdeka Berastagi (Skripsi thesis, Universitas Quality Berastegi) <http://portaluqb.ac.id:808/470/>
- [18] Putra, Y. S. (2017). Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(1952), 123– 134. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/142/133>
- [19] Putri, Rachmatika Pramuna Mahardika, and Surya Raharja. "Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan." *Journal of Accounting 2* (2019): 1–12.
- [20] Sugiono. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective. Banten: *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)*.
- [21] Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- [22] Sumardana dkk. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Bali: *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*.
- [23] Susanto, A. B, and R. Masri Sareb Putra. *60 Management Gems*. 1st ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.