

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Kota Semarang. Universitas Katolik Soegijapranata yang terletak di Jalan Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur Semarang 50234 memiliki berbagai Program Pendidikan dan Fakultas, salah satunya yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis terdapat 3 program studi, yaitu manajemen, akuntansi, dan perpajakan. Dalam penelitian ini lebih terfokus pada mahasiswa program studi Manajemen

#### 4.2. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan kepada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Kota Semarang dengan jumlah responden 47 mahasiswa. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin dan tahun angkatan. Berikut merupakan hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan tahun Angkatan:

**Tabel 4.2.1**

Karakteristik Responden

JK/TA	2019	2018	2017	Presentase
Perempuan	27	-	-	57,4%
Laki-laki	20	-	-	42,6%
Total	47	-	-	100%

Sumber: data primer diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki. Responden

perempuan sebanyak 27 dan responden laki-laki sebanyak 20 dengan Tabel diatas menunjukkan sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa keseluruhan responden yang ikut serta dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan tahun Angkatan 2019. Jumlah responden terbanyak berdasarkan tahun Angkatan yaitu tahun angkatan 2019 sejumlah 47 mahasiswa.

### **4.3. Analisis Data**

#### **4.3.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan menganalisis variabel *Employer Branding*, *E-Recruitment*, dan Minat Melamar Kerja. Analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabel nilai skor dan kategorisasi untuk masing-masing variabel dengan tujuan untuk mendeskripsikan jawaban dari responden yang didapat dari kuesioner. Berikut adalah analisis deskriptif dari variabel *Employer Branding*, *E-Recruitment*, dan Minat Melamar Kerja:

##### **a. Distribusi Frekuensi Item Variabel *Employer Branding***

Variabel *Employer Branding* terbentuk oleh 4 indikator yaitu Budaya Kerja, Etika dan Corporate Social Responsibility (CSR), Keanekaragaman, dan Gaji dan Insentif yang terdiri dari 12 item pernyataan. Berikut merupakan nilai rata-rata dari setiap jawaban responden untuk masing-masing item pernyataan:

**Tabel 4.3.1.1**

Distribusi Frekuensi Item Variabel *Employer Branding*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Mean	Kategori
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor			
Budaya Kerja									
1.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang memberikan peluang untuk pelatihan	0 (0)	0 (0)	0 (0)	19 (76)	28 (140)	216	4,59	Sangat Menarik
2.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang memberikan pengakuan atau penghargaan untuk karyawan yang berhak mendapatkannya	0 (0)	0 (0)	0 (0)	19 (76)	28 (140)	216	4,59	Sangat Menarik
3.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang memberikan rasa aman dan nyaman dalam proses bekerja	0 (0)	0 (0)	0 (0)	8 (32)	39 (195)	227	4,82	Sangat Menarik
4.	Saya akan melamar pekerjaan di	0 (0)	0 (0)	6 (18)	21 (84)	25 (100)	202	4,29	Sangat Menarik

	perusahaan yang memberikan jam kerja yang fleksibel								
Jumlah							861	18,29	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							215,25	4,57	
Etika dan Corporate Social Responsibility (CSR)									
1.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang berkontribusi dalam kegiatan social kemanusiaan	0 (0)	0 (0)	6 (18)	24 (96)	17 (85)	199	4,23	Sangat Menarik
2.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang berkontribusi sebagai partner sponsorship dalam kegiatan yang positif	0 (0)	0 (0)	2 (6)	27 (108)	18 (90)	204	4,34	Sangat Menarik
Jumlah							403	8,57	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							201,5	4,285	
Keanekaragaman									
1.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang	0 (0)	0 (0)	7 (21)	26 (104)	14 (70)	195	4,14	Sangat Menarik

	menawarkan kegiatan yang bervariasi								
2.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang terbuka untuk seluruh karyawan dengan keberagaman budaya	0 (0)	0 (0)	2 (6)	21 (84)	24 (120)	210	4,46	Sangat Menarik
3.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang memberikan tugas yang bervariasi	1 (1)	5 (10)	14 (42)	17 (68)	10 (50)	171	3,63	Menarik
Jumlah							576	12,23	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							192	4,07	
Gaji dan Insentif									
1.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang menawarkan kompensasi dan tunjangan di atas rata-rata	0 (0)	0 (0)	0 (0)	18 (72)	29 (145)	217	4,61	Sangat Menarik
2.	Saya akan melamar pekerjaan di	0 (0)	0 (0)	0 (0)	16 (64)	31 (155)	219	4,65	Sangat Menarik

	perusahaan yang menawarkan tunjangan tambahan untuk memotivasi karyawan								
3.	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang akan memberikan tunjangan kesehatan yang membuat saya tertarik	0 (0)	0 (0)	0 (0)	17 (68)	30 (150)	218	4,63	Sangat Menarik
Jumlah							654	13,89	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							218	4,63	
Rata-rata total								4,424	Sangat Menarik

Sumber: data primer diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel diatas variabel *employer branding* masuk dalam kategori sangat menarik yang artinya mahasiswa atau responden ketika ingin melamar pekerjaan tertarik dengan *employer branding*, dengan indikator nya yaitu, Budaya Kerja, Etika dan Corporate Social Responsibility (CSR), Keanekaragaman, dan Gaji dan Insentif dari variabel *employer branding* juga masuk dalam kategori sangat menarik.

Pada indikator yang pertama dari variabel *employer branding* yaitu budaya kerja masuk dalam kategori sangat menarik. Hal ini menunjukkan bahwa saat melamar pekerjaan mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan peluang yang diberikan perusahaan untuk pelatihan, pengakuan atau penghargaan dari perusahaan kepada

karyawan, rasa aman dan nyaman selama proses bekerja dan jam kerja yang fleksibel yang diberikan oleh perusahaan.

Indikator yang kedua yaitu Etika dan Corporate Social Responsibility (CSR) masuk dalam kategori sangat menarik. Hal ini menunjukkan bahwa saat melamar pekerjaan mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan perusahaan yang berkontribusi dalam kegiatan kemanusiaan dan menjadi partner sponsorship dalam kegiatan yang positif atau tidak.

Indikator yang ketiga yaitu Keanekaragaman masuk dalam kategori sangat menarik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan perusahaan yang menawarkan kegiatan yang bervariasi dan terbuka untuk seluruh karyawan dengan keberagaman budaya. Terdapat 1 item pernyataan yang masuk dalam kategori menarik, yaitu responden tertarik dengan perusahaan yang memberikan tugas yang bervariasi.

Dan indikator yang terakhir adalah Gaji dan Insentif masuk dalam kategori sangat menarik. Indikator gaji dan insentif memiliki nilai rata-rata tertinggi, sebesar 4,63 Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa atau responden melihat gaji dan insentif sebagai salah satu yang terpenting ketika ingin melamar pekerjaan. Mahasiswa atau responden tertarik dengan perusahaan yang memberikan penawaran kompensasi dan tunjangan seperti tunjangan tambahan yang dapat memotivasi, dan tunjangan kesehatan yang ditawarkan oleh perusahaan.

#### **b. Distribusi Frekuensi Item Variabel *E-Recruitment***

Variabel *E-Recruitment* terbentuk oleh 5 indikator yaitu *Perceived of usefulness, perceived of ease of use, Perceived enjoyment, Perceived of stress, Intention to use* yang terdiri dari 17 item pernyataan. Berikut merupakan nilai rata-rata dari setiap jawaban responden untuk masing-masing item pernyataan:

**Tabel 4.3.1.2**

Distribusi Frekuensi Variabel *E-Recruitment*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Mean	Kategori
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor			
<i>Perceived of usefulness</i>									
1.	Menggunakan <i>E-recruitment</i> mempercepat saya dalam mencari pekerjaan	0 (0)	0 (0)	3 (9)	22 (88)	22 (110)	207	4,4	Sangat Menarik
2.	Menggunakan <i>E-recruitment</i> meningkatkan pencarian kerja yang diinginkan	0 (0)	0 (0)	1 (3)	23 (92)	23 (115)	210	4,46	Sangat Menarik
3.	Menggunakan <i>E-recruitment</i> sangat efektif bagi saya dalam mencari pekerjaan	0 (0)	2 (4)	3 (9)	20 (80)	22 (110)	203	4,31	Sangat Menarik
4.	Menggunakan <i>E-recruitment</i> memudahkan saya dalam mencari pekerjaan	0 (0)	1 (2)	2 (6)	21 (84)	23 (115)	207	4,4	Sangat Menarik
Jumlah							827	17,57	Sangat Menarik



Rata-rata indikator							206,75	4,39	
<i>Perceived of ease of use</i>									
1.	Saya mudah menggunakan <i>e-recruitment</i>	0 (0)	0 (0)	6 (18)	30 (120)	11 (55)	193	4,1	Sangat Menarik
2.	<i>E-recruitment</i> memudahkan saya dalam melakukan hal terkait dengan mencari pekerjaan	0 (0)	0 (0)	1 (3)	24 (96)	22 (110)	209	4,44	Sangat Menarik
3.	Saya jelas, mudah mengerti, mudah bisa berinteraksi dengan <i>E-recruitment</i>	0 (0)	0 (0)	7 (21)	29 (116)	11 (55)	192	4,08	Sangat Menarik
4.	Saya mudah menjadi mahir dalam menggunakan <i>E-recruitment</i>	0 (0)	0 (0)	15 (45)	21 (84)	11 (55)	184	3,91	Menarik
Jumlah							778	16,53	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							194,5	4,13	
<i>Perceived enjoyment</i>									
1.	Saya senang menggunakan <i>E-recruitment</i>	0 (0)	0 (0)	4 (12)	28 (112)	15 (75)	199	4,23	Sangat Menarik
2.	Menggunakan <i>E-recruitment</i> adalah	0 (0)	0 (0)	2 (6)	31 (124)	14 (70)	200	4,25	Sangat Menarik

	hal yang menarik buat saya								
3.	Secara keseluruhan, saya enjoy menggunakan <i>E- recruitment</i>	0 (0)	0 (0)	5 (15)	30 (120)	12 (60)	195	4,14	Sangat Menarik
Jumlah							594	12,62	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							198	4,20	
<i>Perceived of stress</i>									
1.	Saat menggunakan <i>E- recruitment</i> halaman <i>e- recruitment</i> tidak eror tiba-tiba	0 (0)	2 (4)	20 (60)	21 (84)	4 (20)	168	3,57	Menarik
2.	Saya tidak mengalami gangguan saat login ke halaman <i>e- recruitment</i>	0 (0)	0 (0)	19 (57)	22 (88)	6 (30)	175	3,72	Menarik
3.	Saya tidak perlu menunggu waktu lama untuk masuk ke halaman <i>E- recruitment</i>	0 (0)	1 (2)	16 (48)	22 (88)	8 (40)	178	3,78	Menarik
Jumlah							521	11,07	Menarik
Rata-rata Indikator							173,6	3,69	

<i>Intention to use</i>									
1	Kemungkinan besar saya akan menggunakan <i>e-recruitment</i> untuk mencari pekerjaan	0 (0)	1 (2)	5 (15)	26 (104)	15 (75)	196	4,17	Sangat Menarik
2	Saya bersedia menggunakan situs <i>e-recruitment</i> untuk mencari lowongan pekerjaan	0 (0)	0 (0)	1 (3)	30 (120)	16 (80)	203	4,31	Sangat Menarik
3	Dalam waktu dekat, saya akan mempertimbangkan menggunakan situs <i>e-recruitment</i> untuk mencari lowongan pekerjaan	0 (0)	1 (2)	2 (6)	28 (112)	16 (80)	200	4,25	Sangat Menarik
Jumlah							599	12,73	Sangat Menarik
Rata-rata Indikator							199,6	4,24	
Rata-rata total								4,15	Sangat Menarik

Sumber: data primer diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *E-recruitment* masuk dalam kategori sangat menarik, yang artinya mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan *e-recruitment* ketika ingin melamar pekerjaan, dengan indikator nya yaitu *Perceived of usefulness, perceived of ease of use, Perceived enjoyment, Intention to use*

yang juga masuk dalam kategori sangat menarik dan indikator *Perceived of stress* masuk dalam kategori menarik.

Indikator yang pertama dari variabel *E-recruitment* adalah *Perceived of usefulness* masuk dalam kategori sangat menarik. Indikator *Perceived of usefulness* termasuk indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu sebesar 4,39. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan manfaat dari *E-recruitment* seperti membantu responden dalam mempercepat mencari pekerjaan, meningkatkan pencarian kerja yang diinginkan, dan *E-recruitment* efektif bagi responden dalam mencari pekerjaan.

Indikator yang kedua adalah *perceived of ease of use* masuk dalam kategori sangat menarik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan kemudahan ketika menggunakan *E-recruitment*, kemudian tertarik dengan *E-recruitment* yang memudahkan responden dalam hal mencari pekerjaan dan berinteraksi.

Indikator yang ketiga adalah *Perceived enjoyment* masuk dalam kategori sangat menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan mahasiswa atau responden terhadap *E-recruitment* adalah suatu hal yang menyenangkan, menarik, dan responden enjoy saat menggunakan *E-recruitment*.

Indikator yang keempat adalah *Perceived of stress* masuk dalam kategori menarik. Indikator *Perceived of stress* termasuk indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa atau responden tertarik dalam menggunakan *E-recruitment* walaupun mahasiswa atau responden pernah mengalami eror tiba-tiba, mengalami gangguan saat login ke halaman *E-recruitment*, membutuhkan waktu yang lama untuk masuk ke halaman *E-recruitment*.

Indikator yang terakhir adalah *Intention to use* masuk dalam kategori sangat menarik. Hal ini menunjukkan mahasiswa atau responden sangat tertarik dengan *E-recruitment* dan kemungkinan untuk mahasiswa atau responden menggunakan *E-recruitment* untuk mencari pekerjaan dan mahasiswa atau responden akan mempertimbangkan menggunakan *E-recruitment* untuk mencari pekerjaan.

### c. Distribusi Frekuensi Item Variabel Minat Melamar Kerja

Variabel Minat Melamar Kerja terbentuk oleh 5 indikator yaitu Berminat menerima tawaran pekerjaan di perusahaan, Berminat untuk memprioritaskan perusahaan sebagai pilihan utama, Berminat datang saat mendapatkan undangan untuk wawancara, Berminat memberikan usaha yang maksimal untuk bisa bekerja di perusahaan, Menyarankan perusahaan kepada teman yang sedang mencari pekerjaan untuk melamar di perusahaan yang terdiri dari 5 item pernyataan. Berikut merupakan nilai rata-rata dari setiap jawaban responden untuk masing-masing item pernyataan:

**Tabel 4.3.1.3**

Distribusi Frekuensi Item Variabel Minat Melamar Kerja

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Mean	Kategori
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor			
1.	Saya berminat menerima tawaran pekerjaan dari perusahaan yang saya inginkan	0 (0)	0 (0)	0 (0)	13 (52)	34 (170)	222	4,72	Sangat Tinggi
2.	Saya berminat memprioritaskan perusahaan yang saya inginkan sebagai pilihan yang utama	0 (0)	0 (0)	1 (3)	16 (64)	30 (150)	217	4,61	Sangat Tinggi
3.	Saya berminat untuk datang saat menerima undangan wawancara	0 (0)	0 (0)	0 (0)	13 (52)	34 (170)	222	4,72	Sangat Tinggi

	pekerjaan dari perusahaan yang saya inginkan								
4.	Saya berminat berusaha dengan maksimal agar bisa bekerja diperusahaan yang saya inginkan	0 (0)	0 (0)	1 (3)	14 (56)	32 (160)	219	4,65	Sangat Tinggi
5.	Saya berminat merekomendasikan perusahaan kepada teman yang sedang mencari pekerjaan	0 (0)	0 (0)	1 (3)	20 (80)	26 (130)	213	4,53	Sangat Tinggi
Jumlah							1.093	23,23	Sangat Tinggi
Rata-rata total							218,6	4,64	

Sumber: data primer diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan variabel minat melamar kerja masuk dalam kategori sangat tinggi, yang artinya mahasiswa atau responden memiliki minat yang tinggi untuk berminat untuk menerima tawaran pekerjaan di perusahaan yang diinginkan, mahasiswa atau responden juga berminat untuk memprioritaskan perusahaan yang dituju sebagai pilihan utama, berminat untuk datang ketika mendapatkan undangan wawancara dari perusahaan yang diinginkan, berminat untuk berusaha dengan maksimal supaya bisa bekerja di perusahaan yang diinginkan, dan responden berminat untuk merekomendasikan perusahaan kepada teman yang sedang mencari pekerjaan.

Pada indikator pertama dan ketiga memiliki nilai tertinggi yang sama , yaitu 4,72 masuk dalam kategori sangat tinggi, yang artinya mahasiswa atau responden memiliki minat yang tinggi ketika perusahaan yang diinginkan memberikan tawaran pekerjaan

kepada mahasiswa atau responden, maka mahasiswa atau responden akan menerima tawaran yang diberikan oleh perusahaan, dan ketika mendapatkan undangan untuk wawancara dari perusahaan yang diinginkan oleh mahasiswa atau responden, maka mahasiswa atau responden memiliki minat yang tinggi untuk datang dan menerima undangan untuk wawancara.

Pada indikator kedua masuk dalam kategori sangat tinggi, yang artinya mahasiswa atau responden memiliki minat yang tinggi untuk memprioritaskan perusahaan yang diinginkan menjadi pilihan yang utama.

Pada indikator keempat masuk dalam kategori sangat tinggi, yang artinya mahasiswa atau responden memiliki minat yang tinggi untuk memaksimalkan usaha agar bisa bekerja di perusahaan yang diminati

Pada indikator yang kelima masuk dalam kategori sangat tinggi, yang artinya mahasiswa atau responden memiliki minat yang tinggi untuk merekomendasikan perusahaan kepada teman yang sedang mencari pekerjaan

#### 4.4. Analisis Inferensial

Analisis inferensial dalam penelitian ini menganalisis regresi linier berganda.

Berikut adalah hasil persamaan regresi linier berganda:

**Tabel 4.4.1**  
Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.249	3.293		2.809	.007
	employer branding	.169	.075	.354	2.254	.029
	e recruitment	.072	.044	.255	1.627	.111

a. Dependent Variable: minat melamar kerja

Sumber: data primer diolah, Januari 2023

Pada tabel 4.4.1 dapat dijelaskan persamaan regresi liner berganda adalah sebagai berikut:



$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 9,249 + 0,169 (\text{Employer Branding}) + 0,072 (\text{E-Recruitment}) + \varepsilon$$

Hasil persamaan regresi diatas, dapat diartikan bahwa konstanta dalam penelitian ini adalah sebesar 9,249, nilai koefisien regresi variabel *employer branding* adalah 0,169 dengan nilai sig 0,029. Nilai koefisien regresi variabel *e-recruitment* adalah 0,072 dengan nilai sig 0,111.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji H1 dan H2 dengan hasil sebagai berikut:

**i. Pengujian Hipotesis 1: *Employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa semester akhir program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata**

- a.  $H_0: \beta = 0$ , *Employer Branding* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan
- b.  $H_1: \beta > 0$ , *Employer Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

Dari hasil output diatas dapat dilihat nilai Sig untuk pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat Melamar Kerja yaitu sebesar  $0,029 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,254 > t$  tabel 2,0153. Maka Hipotesis 1 diterima, yang artinya *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

**ii. Pengujian Hipotesis 2: *E-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa semester akhir program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata**

- a.  $H_0: \beta = 0$ , *E-Recruitment* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan
- b.  $H_2: \beta > 0$ , *E-Recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa nilai Sig untuk pengaruh *E-Recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja sebesar  $0,111 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,627 < t$  tabel 2,0153. Maka Hipotesis 2 ditolak, yang artinya *e-*



*recruitment* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Hasil pengujian H3 dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil pengujian H3 dengan Uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4.2**  
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.240	2	29.620	9.329	.000 <sup>b</sup>
	Residual	139.696	44	3.175		
	Total	198.936	46			
a. Dependent Variable: mk_y1						
b. Predictors: (Constant), er_x2, eb_x1						

Sumber: data primer diolah, Januari 2023

**iii. Pengujian Hipotesis 3: *Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa semester akhir program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata**

a. H0:  $\beta_1$  &  $\beta_2 = 0$ , *Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

b. H1:  $\beta_1$  &  $\beta_2 \neq 0$ , *Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui Nilai Sig  $0,000 < 0,05$ . Nilai F hitung  $9,329 > F$  tabel 3,20. Maka Hipotesis 3 diterima, yang artinya *Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap Minat Melamar Kerja

**4.5. Pembahasan**

Pembahasan mengenai pengaruh variabel *employer branding* terhadap minat melamar kerja untuk membuktikan hipotesis “*Employer branding*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa angkatan 2019 program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata”. Dari hasil uji yang telah dilakukan, hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *employer branding* terhadap minat melamar kerja. Dari hasil jawaban responden hanya terdapat 1 item pernyataan yang memiliki nilai menarik, yang artinya responden memperhatikan *employer branding* ketika ingin melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Ekhsan dan Fitri (2019) dan Erlinda (2020) yang juga menunjukkan hasil bahwa *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Menurut Forsey (2020) menyatakan bahwa *employer branding* adalah suatu proses dalam mengelola perusahaan sehingga perusahaan memiliki citra yang baik. Hal ini juga didukung oleh hasil analisis deskriptif yang menurut responden masuk dalam kategori sangat menarik. Dengan demikian menunjukkan bahwa mahasiswa program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata memperhatikan *branding* dari sebuah perusahaan terlebih dahulu sebelum melamar pekerjaan di perusahaan yang diinginkan/diminati.

Pembahasan selanjutnya adalah mengenai pengaruh variabel *E-Recruitment* terhadap minat melamar kerja untuk membuktikan hipotesis “*E-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa angkatan 2019 program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata”. Dari hasil uji yang telah dilakukan, hipotesis ditolak, yang artinya *e-recruitment* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Terdapat 1 indikator yang masuk dalam kategori menarik, yaitu *perceived of stress*. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Erlinda dan Safitri (2020) yang menunjukkan hasil bahwa *e-recruitment/website recruitment* memiliki pengaruh yang negatif. Menurut Cushway (2017) *e-recruitment* adalah pemanfaatan teknologi untuk menarik dan membantu dalam proses rekrutmen di sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh hasil analisis deskriptif yang

menyatakan bahwa variabel *e-recruitment* masuk dalam kategori sangat menarik. Dengan demikian membuktikan bahwa *E-Recruitment* kurang mampu memberikan pengaruh kepada mahasiswa semester akhir Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata ketika ingin melamar pekerjaan di perusahaan yang diinginkan.

Untuk hipotesis “*Employer Branding* dan *E-Recruitment* bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan”. Hipotesis tersebut diterima dan terbukti, ditunjukkan dari tanggapan responden yang menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel minat melamar kerja masuk dalam kategori sangat minat, yang artinya responden memiliki minat dalam dirinya untuk melamar pekerjaan dengan memperhatikan variabel *employer branding* dan *e-recruitment*.

