

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI
MAHASISWA FBE UAJY TERHADAP *E-REKRUTMEN***



Disusun Oleh :

I Putu Adi Lababa

NPM : 160322805

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

SKRIPSI
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI
MAHASISWA FBE UAJY TERHADAP *E-REKRUTMEN*



Disusun Oleh:

I Putu Adi Lababa

NPM : 160322805

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Daniel Yudistya Wardhana", is positioned above the name of the supervisor.

Daniel Yudistya Wardhana S.E. MEI.

SKRIPSI

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI
MAHASISWA FBE UAJY TERHADAP *E-REKRUTMEN***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

I Putu Adi Lababa

NPM : 160322805

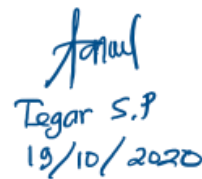
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk menerima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Anggota Panitia Penguji



Tegar S.P
19/10/2020

**Yogyakarta,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 814/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 9 Oktober 2020 dengan susunan pengujian sebagai berikut:

- | | |
|--|---------------|
| 1. Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si. | Ketua Penguji |
| 2. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. | Anggota |
| 3. Tegar Satya Putra, SE., M.Sc. | Anggota |

Tim Pengujian Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : I Putu Adi Lababa
NPM : 160322805

Dinyatakan
Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi I Putu Adi Lababa telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia pengujian. Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA FBE UAJY TERHADAP *E-REKRUTMEN*

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



I Putu Adi Lababa

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan segala ciptaannya. Peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mahasiswa FBE UAJY terhadap *e-recruitment*. Penulisan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

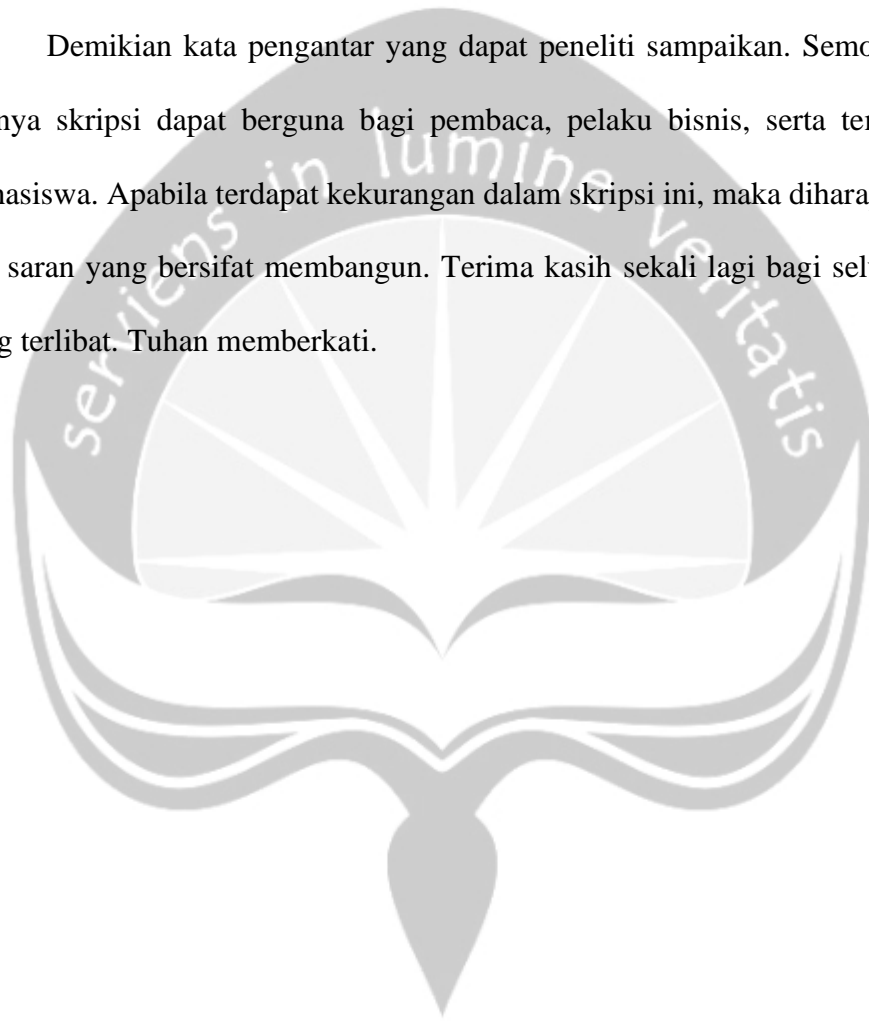
Dalam proses menulis tugas akhir ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberi dukungan, semangat dan pencerahan. Maka dari itu saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan karuniamu hingga akhirnya penulis dapat menuntaskan tugas akhir ini.
2. Bapak Daniel Yudhistya Wardhana S.E. MEI. yang telah memberikan dukungan dan waktunya untuk membimbing peneliti selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Lababa Fam yang telah memberiksn *support* berupa semangat, motivasi, dan doa hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Sahabat Bali dan Jogja (Evan, Angga, Anggie, Tiffanie, Ayudiah, Lia, Pingkan, Ospeng, Tika, Rency, Della, Nanda, Dicky, Ayu M,) yang bersedia menemani, mendukung, berproses hingga mendengarkan keluh kesah peneliti bersama sejak awal bertemu hingga pada saat menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Pengurus Inti Mahatma (Somia, Kikik, Angga) yang bersedia menemani bertukar pikiran dan berproses selama setahun untuk membuat Mahatma semakin lebih baik.
6. Keluarga Besar Senat Mahasiswa FBE UAJY yang sudah memberikan kesempatan untuk mendapat pengalaman berdinamika dan pembelajaran berharga diluar perkuliahan, menjadi semangat dan motivasi bagi penulis agar dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Keluarga Besar KMHD Mahatma yang telah menjadi keluarga bali di Jogja yang selalu menemani dan mengatasi permasalahan saat rindu kampung halaman. Sangat senang dan berterima kasih kepada teman-teman yang sudah mempercayakan peneliti menjadi kepala keluarga selama satu tahun untuk menuangkan tenaga dan pikiran kepada KMHD Mahatma.
8. Pecund'16 yang menjadi teman selama masa perkuliahan yang telah bersedia menemani masa susah dan senang peneliti. Semoga Tuhan memberkati dan semua cerita yang sudah kita ciptakan akan selalu teringat dan bermakna.
9. Seluruh *staff* CS dan Parkir (Si Mbah dan rekan-rekan) FBE UAJY yang menjadi teman cerita dan berbagi pengalaman kepada peneliti selama masa perkuliahan.
10. Seluruh sahabat di Jogja dan Bali yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu atas kebersamaan dan kepergian yang menjadi pengalaman dan cerita bagi peneliti.

11. Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah menjadi rumah dan memberikan restu bagi peneliti untuk menuntut ilmu, pengalaman dan menjadi saksi setiap perjalanan hidup peneliti dari tahun 2016 hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian kata pengantar yang dapat peneliti sampaikan. Semoga dengan adanya skripsi dapat berguna bagi pembaca, pelaku bisnis, serta teman-teman mahasiswa. Apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, maka diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Terima kasih sekali lagi bagi seluruh pihak yang terlibat. Tuhan memberkati.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Later Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	12
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	14
2.1.2 Rekrutmen	15
2.1.3 <i>E-Recruitment</i>	17
2.1.4 <i>Tachnology Accaptance Model (TAM)</i>	23
2.1.5 <i>User Friendliness</i>	24
2.1.6 <i>Information Provision</i>	25
2.1.7 <i>Website Usability</i>	27
2.1.8 Persepsi Percari Kerja Terhadap <i>E-Recruitment</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Penelitian	33
2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.4.1 Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap Persepsi <i>E-Recruitment</i>	34
2.4.2 Pengaruh <i>Information Provision</i> terhadap Persepsi <i>E-Recruitment</i> ..	35
2.4.3 Pengaruh <i>Website Usability</i> terhadap Persepsi <i>E-Recruitment</i>	36
BAB III: METODELOGI PENELITIAN	38

3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Lingkup Penelitian	38
3.3	Sumber Data	39
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel.....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Definisi Oprasional Variabel.....	42
3.6.1	Definisi <i>User Friendliness</i>	45
3.6.2	Definisi <i>Information Provision</i>	45
3.6.3	Definisi <i>Website Usability</i>	45
3.6.4	Definisi Persepsi Terhadap <i>E-Recruitment</i>	45
3.7	Metode Pengujian Instrumen Penelitian	46
3.7.1	Uji Validitas	46
3.7.2	Uji Reabilitas.....	47
3.8	Metode Analisis Data	48
3.8.1	Analisis Deskriptif	48
3.8.2	Analisis Regresi Berganda	50
3.8.3	Uji F	51
3.8.4	Uji t	51
3.8.5	Uji Koefisien Determinasi	52
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Analisis Profil Responden	53
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Angkatan	55
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan	56
4.2	Analisis Deskriptif Statistik Variabel	57
4.3	Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.3.1	Hasil Uji Parsial (Uji T)	61
4.3.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
4.3.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
4.4	Pembahasan	63
4.4.1	Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap Persepsi Mahasiswa pada <i>E-Recruitment</i> 63	
4.4.2	Pengaruh <i>Information Provision</i> terhadap Persepsi Mahasiswa pada <i>E-Recruitment</i>	64
4.4.3	Pengaruh <i>Website Usability</i> terhadap Persepsi Mahasiswa pada <i>E-Recruitment</i> 64	
BAB V: PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66

5.2	Implikasi Manajerial	68
5.3	Keterbatasan Penelitian	69
5.4	Saran	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN.....	75



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Internet Terbesar di Dunia 2019	2
Tabel 1.2 Persentase Penggunaan Internet Pada Tahun 2018.....	3
Tabel 1.3 Daftar Perusahaan Yang Menerapkan dan tidak Menerapkan Rekrutmen Online Menurut BEI.....	4
Tabel 1.4 Status Kerja Mahasiswa.....	6
Tabel 1.5 Persentase Penetrasi Pengguna Internet 2018 Berdasarkan Usia.....	7
Tabel 2.1 Proses Perekrutan Tradisional dan <i>E-Recruitment</i>	20
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Definisi Oprasional.....	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas.....	48
Tabel 3.4 Kategori Skala.....	49
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Angkatan.....	56
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	58
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	34
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	75
Lampiran 2. Kuesioner Daring	80
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	87
Lampiran 4. Hasil Olah Data	123



FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA FBE UAJY TERHADAP *E-REKRUTMEN*

**Disusun Oleh:
I Putu Adi Lababa
NPM: 160322910**

**Pembimbing:
Daniel Yudistya Wardhana S.E.,MEI.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari No. 44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat bertujuan untuk menguji pengaruh *user friendliness*, *information provision*, *website usability* terhadap persepsi mahasiswa pada *e-recruitment*. Responden penelitian ini berjumlah 232 orang yang merupakan mahasiswa S1 FBE UAJY yang sudah menempuh pendidikan perkuliahan minimal 3 tahun dan pernah menggunakan situs *e-recruitment*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* serta pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan media *google forms* dan menggunakan skala likert 5 poin. Analisis data dilakukan dengan metode analisis regresi berganda dengan *software SPSS* versi 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *user friendliness*, *information provision*, *website usability* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa tentang *e-recruitment*.

Kata kunci: *User Friendliness*, *Information Provision*, *Website Usability*, Persepsi, *E-Recruitmen*

BAB I

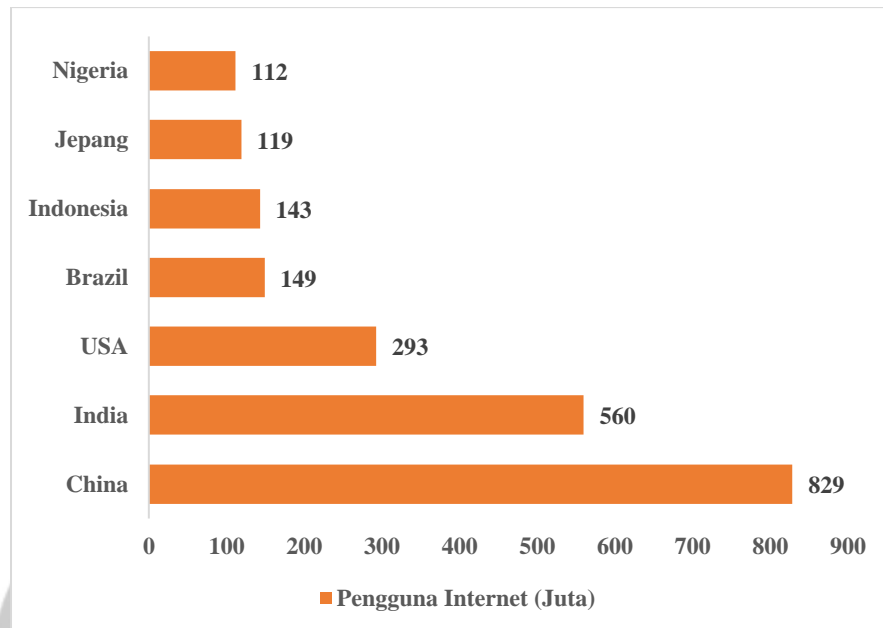
PENDAHULUAN

1.1 Later Belakang Masalah

Revolusi elektronik dan globalisasi mengubah kehidupan orang-orang yang hidup di zaman sekarang. Fasilitas internet kini telah menjadi kebutuhan hidup dan dianggap sama pentingnya dengan kebutuhan hidup lainnya. Perkembangan teknologi sudah semakin cepat dan peran teknologi semakin diperlukan. Perkembangan teknologi harus selalu diimbangi dengan penggunaan dan pemanfaatan teknologi yang tepat agar dapat mempermudah aktivitas pekerjaan manusia.

Menurut Kumar & Priyanka (2014) internet telah mengubah dunia dalam banyak hal dan ini berdampak pada berbagai kalangan. Salah satu bidang teknologi terbaru yang telah mengubah dunia korporat adalah e-rekrutmen. Rekrutmen merupakan proses yang sangat penting dalam organisasi. Proses rekrutmen tradisional melibatkan praktik-praktik dan kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mengidentifikasi dan menarik karyawan potensial. Munculnya internet telah secara radikal mengubah komunikasi dan penyebaran informasi di dunia bisnis dan di masyarakat pada umumnya. Pertumbuhan teknologi telah menjadikan dunia ini benar-benar global yang menjadikannya penting bagi organisasi untuk menjadi lebih kompetitif dan efisien.

Tabel 1.1 Pengguna Internet Terbesar Di Dunia 2019



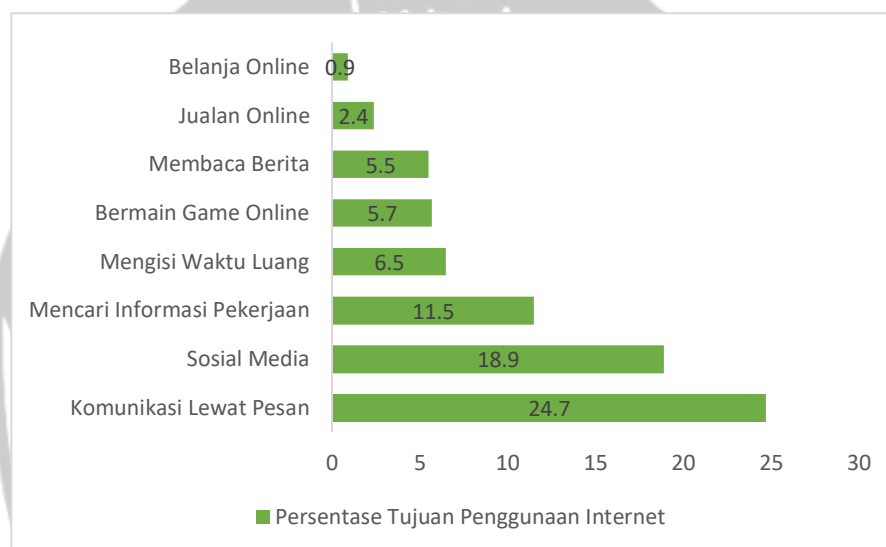
Sumber : Statista (2019)

Berdasarkan penelitian Statista (2019) total pengguna internet di Indonesia berjumlah 143 juta yang membuat Indonesia berada di peringkat 5 sebagai negara dengan pengguna internet terbesar. Hal tersebut seharusnya menjadi hal positif untuk pencari pekerjaan dan HRM untuk mencari dan menemukan pekerjaan dan SDM yang lebih besar jangkauan dan kemampuannya.

Di era globalisasi, revolusi teknologi dan elektronik sudah mendominasi aktivitas manajemen perusahaan termasuk dalam aktivitas rekrutmen dan *selection*. internet sudah menjadi aspek yang penting dalam organisasi, menyamakan aspek kebutuhan penting lain dalam berorganisasi. Bahkan, masyarakat di Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh teknologi internet. Tabel 1.2 menunjukkan bahwa, seseorang rela menghabiskan beberapa jam hanya untuk mencari informasi, komunikasi lewat pesan, bermain sosial media, bermain game online, dan bahkan

melamar pekerjaan. Dalam beberapa tahun terakhir, organisasi di Indonesia berusaha untuk meningkatkan praktik manajemen mereka dan mengadopsi teknologi baru di dalam praktik SDM mereka. Terdapat organisasi swasta dan pemerintah di Indonesia sudah menggunakan *e-recruitment* and *selection*. (Purwanti, Franksiska, & Paramita, 2013)

Tabel 1.2 Presentase Penggunaan Internet Pada Tahun 2018



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018)

Berdasarkan penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) persentase komunikasi lewat pesan menjadi tujuan penggunaan internet tertinggi pada tahun 2018 dengan persentase 24,7%. Sedangkan presentase mencari informasi terkait pekerjaan hanya 11,5% yang berada dalam peringkat ketiga sebagai tujuan penggunaan internet pada tahun 2018, dibawah sosial media yang berada dalam peringkat kedua dengan persentase sebesar 18,9%.

Menurut Braugh & Starke (2000) internet untuk mengidentifikasi dan menarik karyawan potensial ke organisasi telah didefinisikan sebagai *e-recruitment*. *E-recruitment* sudah menjadi salah satu budaya baru yang dilakukan

oleh suatu perusahaan atau instansi. Internet adalah media yang menghubungkan pencari kerja dan pemberi kerja untuk tujuan rekrutmen secara virtual. *E-recruitment* menangani seluruh proses rekrutmen, mulai dari menempatkan iklan pekerjaan, menerima resume dan memilih kandidat yang tepat untuk pekerjaan yang tepat dengan cara yang disederhanakan dan hemat biaya. Menurut Khan, Awang, & Ghouri (2013) penerapan teknologi dan internet dalam organisasi mengarah pada peningkatan kinerja dan keunggulan kompetitifnya.

Menurut Kumar & Priyanka (2014) Internet merupakan salah satu alat perekrutan yang tersedia bagi perusahaan saat ini untuk mencari kandidat pekerja yang berkualitas, menjadikan iklan surat kabar sebagai metode perekrutan yang usang dan mulai ditinggalkan. Organisasi berusaha menarik orang-orang yang tepat dengan keterampilan yang tepat. Menyebabkan banyak perubahan dalam bentuk rekrutmen. Salah satu perkembangan baru yang telah terjadi adalah proses menggunakan internet untuk menarik kandidat yang tepat.

Tabel 1.3. Daftar Perusahaan yang Menerapkan dan Tidak Menerapkan Rekrutmen Online menurut BEI

Kode Sektor	Sektor	Memakai Rekrutmen Online	Tidak Memakai Rekrutmen Online	Jumlah Perusahaan	Persentasi Perusahaan Yang Memakai Rekrutmen Online Tiap Sektor
1	Pertanian	2	3	5	40%
2	Bahan Tambang	2	7	9	22%
3	Industri Dasar dan Bahan Kimia	1	7	8	12,50%
4	Industri Lainnya	3	3	6	50%
5	Hasil Industri Untuk Konsumsi	6	3	9	67%
6	Properti, Real Estate, dan Konstruksi Bangunan	13	11	24	54.17%
7	Transportasi, Infrastruktur, dan Utilitas	6	5	11	55%
8	Keuangan	5	6	11	45%

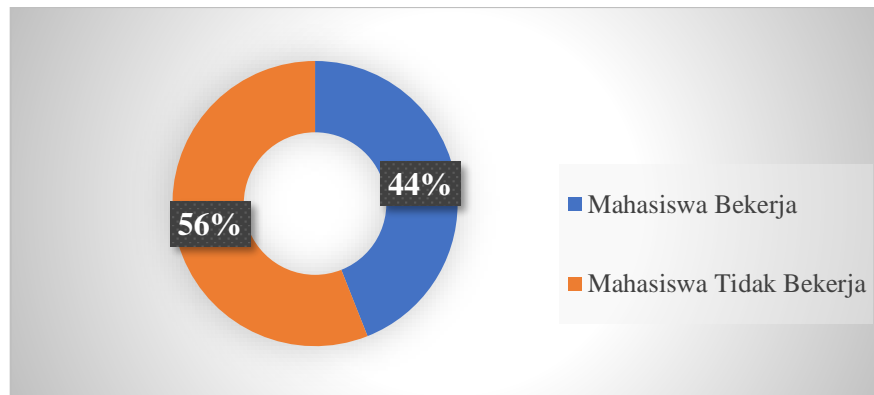
9	Perdagangan, Jasa, dan Investasi	10	7	17	59%
	Jumlah	48	52	100	48%

Sumber : Atmoko (2017)

Berdasarkan penelitian Atmoko (2017) terdapat 9 sektor usaha yang menjadi sempel. Bila dilihat dari jumlah perusahaan, yang memakai rekrutmen online paling tinggi dibandingkan sektor-sektor lainnya adalah Sektor Properti dan Konstruksi Bangunan dengan jumlah 13 perusahaan. Sedangkan Sektor Industri Dasar dan Bahan Kimia merupakan sektor dengan jumlah perusahaan yang memakai rekrutmen online yang paling sedikit dengan jumlah 1 perusahaan. Bila dilihat dari persentase, sektor Hasil Industri Untuk Konsumsi yang mempunyai persentase memakai rekrutmen online yang paling besar dengan persentase 67%. Berbanding terbalik dengan Sektor industri dan bahan kimia menjadi sektor yang persentase pemakaian rekrutmen online paling kecil dengan persentase 12.5%.

Berdasarkan penelitian Madelina & Muhson (2017) persentase mahasiswa yang bekerja di tahun 2017 memiliki persentase yang cukup tinggi yaitu 44%. Walaupun sebagian besar mahasiswa memilih untuk tidak bekerja, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa persentase mahasiswa bekerja dapat meningkat. Fenomena yang menunjukkan bahwa mahasiswa juga sudah melakukan aktivitas pekerjaan bukan merupakan hal yang baru. Terdapat sebagian mahasiswa yang memanfaatkan waktu luangnya untuk bekerja, ada yang mencoba bekerja *part-time* dan ada juga yang memulai bisnisnya sendiri.

Grafik 1.4 Status Kerja Mahasiswa



Sumber : Mardelina & Muhson, 2017

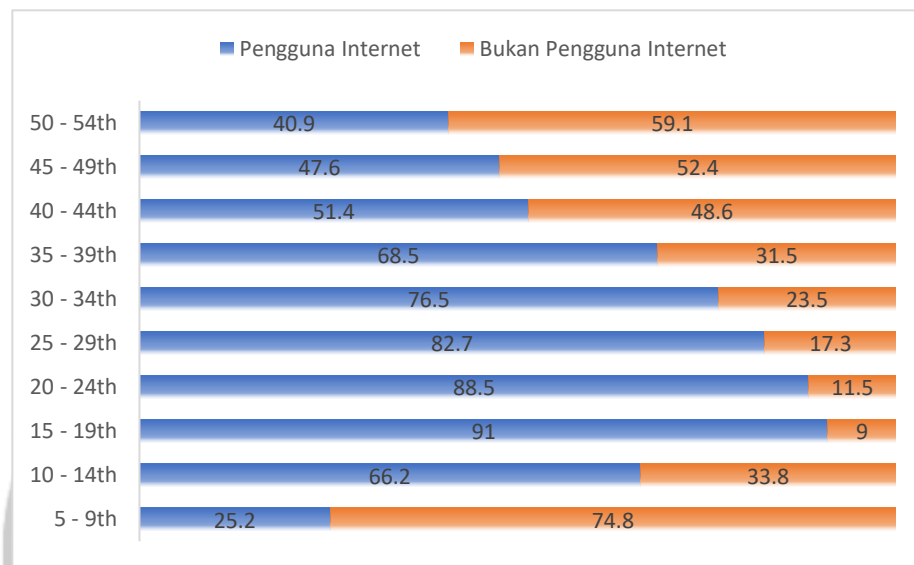
Menurut Powell (1983), menjelang usia *adolescence* dan *young adulthood*. Banyak para remaja yang sudah memikirkan tentang bagaimana mencari *part-time job*, mengembangkan kemampuannya dalam masalah personal, mengembangkan pendidikan, atau masuk dalam dunia pekerjaan, dan presentase remaja yang bekerja meningkat sampai pada usia 21 tahun.

Menurut Anoraga (2001), alasan umum individu bekerja adalah karena uang. Tak hanya itu, menurut (Motte & Schwartz, 2009) ada beberapa alasan lain yang membuat mahasiswa bekerja seperti; Bekerja untuk membantu orang tua dalam membiayai kuliah, bekerja untuk membayar aktivitas waktu luang, bekerja sebagai suatu cara hidup mandiri, dan bekerja untuk mencari pengalaman.

Sebagian besar mahasiswa paham menggunakan internet dan menurut data dari riset Kemenkominfo dan UNICEF mengenai “Prilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internat” setidaknya 30 juta anak-anak dan remaja di Indonesia merupakan pengguna internet, dan media digital saat ini menjadi pilihan utama saluran komunikasi yang mereka gunakan. Studi ini menemukan bahwa 98 persen

dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet (Kemenkominfo, 2014).

Tabel 1.5 Presentase Penetrasi Pengguna Internet 2018 Berdasarkan Usia



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018)

Berdasarkan penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) persentase pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 paling tinggi berada pada usia 15-19 tahun dengan persentase 91%. Dapat dilihat usia 10-44 tahun sebagai pengguna mayoritas internet dengan memiliki presentase diatas 50%. Dan penduduk usia kerja di Indonesia yaitu 15 tahun dan lebih memiliki presentase pengguna internet yang sangat tinggi sekitar lebih dari 75%. Usia mahasiswa berada pada kisaran 18-24 tahun yang memiliki persentase penetrasi pengguna internet sebesar >88% hal tersebut menunjukkan mudahnya mereka dalam mencari informasi terkait pekerjaan.

Ada faktor-faktor yang mungkin dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap penggunaan *platform e-recruitment*. Menurut Tong (dalam Teoh et al.,

2013) *User Friendliness* adalah tingkat dimana suatu sistem mudah digunakan sedemikian rupa sehingga sedikit upaya yang diperlukan oleh pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan penggunaan. Sebagian besar generasi mahasiswa saat ini berada pada generasi z, atau yang lahir pada tahun 1997-2012, dimana generasi z memiliki sifat berperilaku instan dibandingkan generasi yang lain. Generasi z menyukai pemecahan masalah yang lebih praktis. Mereka enggan meluangkan proses panjang untuk mencermati suatu masalah. Sifat ini dapat meningkatkan kemungkinan penggunaan dan kepuasan *e-recruitment* dan menurut Birgelen et al., (dalam Teoh et al., 2013) banyak penelitian telah menemukan bahwa *User Friendliness* adalah salah satu penentu utama kepuasan pelamar dan penggunaan rekrutmen internet.

Selain itu *Information Provision* juga bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap penggunaan *e-recruitment*. Menurut Sylva & Mol (2009) *Information Provision* mengacu pada sejauh mana pelamar secara aktif mencari informasi terkait organisasi dan pekerjaan melalui situs web. Menurut Tong (dalam Teoh et al., 2013), banyak dari informasi tidak dapat disediakan oleh iklan surat kabar. Hal tersebut sangat menguntungkan E-Rekrutmen karena dapat memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pelamar.

Informasi pekerjaan yang dapat disediakan dibagian karier di situs web perusahaan mencakup lowongan pekerjaan tertentu, informasi gaji, proses wawancara, artikel karier unggulan, nasihat menulis resume yang efektif, penilaian diri, dan kemungkinan instruksi untuk pencari kerja yang saat ini dalam proses rekrutmen. Menurut Chou et al., (dalam Teoh et al., 2013), informasi ini merupakan

tambahan informasi perusahaan umum, seperti pengantar (sejarah, struktur organisasi) dan informasi layanan untuk berkomunikasi dan memberikan layanan terbaik (misalnya, kontak, alamat pusat layanan), yang dapat meningkatkan kepercayaan pencari kerja terhadap perusahaan. Karena banyak informasi yang didapatkan tersebut menjadi Kelebihan yang dapat meningkatkan kesiapan, keyakinan dan kepercayaan pelamar untuk mendaftarkan diri.

Selain dua faktor tadi, terdapat juga satu lagi faktor yang mungkin dapat menciptakan pengaruh positif persepsi terhadap e-rekrutmen yaitu *Website Usability*. Menurut Flavian et al., (dalam Teoh et al., 2013) *Website Usability* adalah atribut kualitas yang menilai seberapa mudah antarmuka pengguna digunakan. Oleh karena itu, Menurut Karat (dalam Teoh et al., 2013) kegunaan situs web mengacu pada persepsi pencari kerja bahwa situs web perusahaan menawarkan cara yang efisien dan efektif untuk mencari peluang kerja. Kemudahan merupakan suatu hal yang diinginkan semua orang, *e-recruitment* memiliki kelebihan yang tidak dimiliki *recruitment source* lain seperti koran. Hal tersebut dapat meningkatkan penggunaan e-rekrutmen sebagai proses pencarian pekerjaan yang tepat.

Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Yogyakarta Terhadap E-Rekrutmen”. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan mahasiswa di FBE UAJY sebagai responden. Sehingga, akan dilihat apakah mahasiswa di FBE UAJY melihat adanya hubungan positif *user friendliness*, *information provision*, *website usability* dan persepsi mahasiswa FBE UAJY terhadap *e-recruitment*. Mahasiswa

di FBE UAJY yang dianggap sebagai responden valid adalah mahasiswa yang sudah menempuh pendidikan universitas minimal 3 tahun. Hal ini dimaksudkan agar responden tersebut sudah memiliki pengalaman menggunakan *platform e-recruitment*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh positif *User Friendliness* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY tentang *E-Recruitment* ?
2. Adakah pengaruh positif *Information Provision* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY tentang *E-Recruitment* ?
3. Adakah pengaruh positif *Website Usability* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY tentang *E-Recruitment* ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih spesifik dan terfokus, serta untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti, maka disusun batasan penelitian.

Batasan penelitian ini mencakup hal-hal sebagai berikut ini :

1. Responden penelitian ini adalah mahasiswa di FBE UAJY Yogyakarta yang mengetahui dan pernah menggunakan situs *e-recruitment*.
2. Responden penelitian dilakukan dengan pengambilan sampel pada mahasiswa sudah menempuh pendidikan di universitas FBE UAJY minimal 3 tahun.

3. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, seperti penelitian Teoh, Tan dan Chong (2013) membuktikan bahwa adanya hubungan positif *user friendliness*, *information provision*, dan *website usability* terhadap persepsi mahasiswa menggunakan *e-recruitment*.
4. Proses *e-recruitment* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dari proses pengguna situs melamar pekerjaan dari daftar pekerjaan yang ditawarkan hingga pihak perusahaan menghubungi pelamar yang sudah disortir.
5. Penelitian dilakukan di masa pandemi, sehingga hasil bisa tidak objektif karena responden (mahasiswa) dalam posisi lockdown resiko dapat terjadinya bias.
6. Riset ini menggunakan portal kerja seperti Karir.com, Loker.id, Glints, Jobstreet, JobDS, LinkedIn.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh positif *User Friendliness* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY pada *E-Recruitment*.
2. Mengetahui pengaruh positif *Information Provision* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY pada *E-Recruitment*.
3. Mengetahui pengaruh positif *Website Usability* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY pada *E-Recruitment*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu informasi yang bermanfaat bagi perusahaan penyedia *e-recruitment* atau dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan layanan kepada pencari kerja dan perusahaan.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun bahan bacaan yang bermanfaat sehingga dapat menambah dan memperkaya ilmu tentang penelitian-penelitian mengenai *e-recruitment*, dan selanjutnya penelitian ini dapat dikembangkan menjadi sebuah penelitian yang lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika dari pembahasan skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai keseluruhan bab yang akan dibahas. Pembahasan akan dibagi 5 bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Didalam BAB I mencakup bagian seperti latar belakang, masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Didalam BAB II mencakup beberapa teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Didalam BAB III menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel yang diambil, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data yang dilakukan, metode pengukuran data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam BAB IV berisi tentang hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data, dan pembahasan temuan penelitian yang terkait dengan penemuan penelitian terdahulu.

BAB V : PENUTUP

Didalam BAB V merupakan laporan penutup yang memuat kesimpulan yang dapat ditarik dari analisa dan pembahasan dari BAB IV, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang sesuai dengan kesimpulan-kesimpulan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian uraian dasar teori dari hasil penelitian terdahulu terkait *e-recruitment* dan niat untuk melamar pekerjaan yang diambil dari berbagai sumber. Dalam bab ini juga akan membahas kerangka penelitian dan hipotesis.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merupakan salah satu bagian penting dari manajemen yang fokus membahas tentang Sumber Daya Manusia (SDM) dengan mempelajari dan mengembangkan kemampuan dan potensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki untuk memajukan organisasi. Disemua organisasi swasta dan pemerintah memerlukan peran Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) untuk mengatur karyawan secara efektif dan efisien dalam mencapai visi misi organisasi. Menurut Mathis et al. (dalam Hasibuan, 2012) juga berpendapat, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) diartikan sebagai ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien dalam penggunaan kemampuan manusia agar dapat mencapai tujuan di setiap perusahaan.

Mendukung pendapat di atas, Dessler (2007) mengatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merupakan kebijakan dan praktik yang

dibutuhkan seseorang untuk menjalankan aspek orang atau sumber daya manusia dari posisi seorang manajemen, meliputi perekrutan, penyaringan, pelatihan, pengembangan dan penilaian. Dan Simamora (2004) juga menyatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) menyangkut desain dan implementasi sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karier, evaluasi kinerja, kompensasi dan hubungan ketenagakerjaan yang baik. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) memiliki fungsi-fungsi manajemen antara lain; Rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, dan kompensasi.

Secara umum, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dalam organisasi selalu mengutamakan pengelolaan karyawannya karena dalam suatu organisasi merekalah inti dan pokok organisasi dapat berjalan dan berkembang. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) wajib diterapkan oleh perusahaan kecil maupun besar untuk membuat perusahaan berkembang. Karena keberhasilan suatu organisasi bergantung pada peran karyawan di dalam organisasi tersebut. Penelitian ini akan membahas tahap awal atau fungsi pertama yang harus dilakukan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dalam organisasi yaitu rekrutmen.

2.1.2 Rekrutmen

Rekrutmen merupakan salah satu fungsi manajemen yang memiliki peran dan proses penting dalam organisasi. Menurut Neo et al. (2010) rekrutmen didefinisikan sebagai pelaksanaan atau aktifitas organisasi awal dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mencari tenaga kerja yang potensial. Dessler (2013) juga

menjelaskan bahwa rekrutmen adalah proses mengumpulkan informasi yang relevan tentang tugas yang berhubungan dengan pekerjaan dan karakteristik manusia yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan sehingga dapat membantu manajer menentukan kualifikasi dan jenis keterampilan yang dibutuhkan dalam proses rekrutmen.

Mendukung pendapat di atas Mathis dan Jackson (2010) mengatakan bahwa rekrutmen adalah proses menghasilkan kumpulan pelamar yang memenuhi syarat untuk melakukan pekerjaan organisasi. Rekrutmen adalah proses awal di mana organisasi harus dapat merumuskan persyaratan sumber daya manusia termasuk kualifikasi dan kebutuhan kompetensi. Proses perencanaan rekrutmen merupakan langkah awal yang baik bagi perusahaan untuk mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan. Sistem yang baik tidak akan dapat berjalan secara optimal jika tidak didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) dengan kompetensi yang unggul. Ini merupakan tantangan awal bagi perusahaan untuk menjalankan organisasi secara kompetitif dengan merekrut orang yang tepat, baik dari segi keahlian maupun kemampuan dalam mencapai tujuan organisasi (Azmy, 2019).

Perkembangan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) terutama proses rekrutmen dari masa ke masa semakin maju dan terus mengalami perkembangan sehingga menciptakan modifikasi dan pengembangan dalam prosesnya yang dapat memudahkan organisasi untuk mencari kandidat yang tepat secara efisien dan efektif dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang dapat menciptakan suatu sistem baru yang biasa disebut sebagai *e-recruitment*.

2.1.3 *E-Recruitment*

Menurut Dysart (dalam Taylor, 2011) *e-recruitment* memiliki definisi penerimaan kandidat karyawan baru yang sesuai dengan persyaratan melalui media elektronik yang terhubung secara *online*. Menurut Parry (2006), *e-recruitment* adalah penggunaan internet untuk menarik karyawan yang potensial ke dalam suatu organisasi, termasuk di dalamnya adalah penggunaan dari situs perusahaan itu sendiri, organisasi dan penggunaan papan pengumuman lowongan pekerjaan komersial secara *online*. *E-recruitment* didefinisikan dengan proses *recruitment* secara *online* mengacu pada *posting* lowongan di situs web perusahaan atau website vendor rekrutmen *online*, dan memungkinkan pelamar untuk mengirimkan *resume* mereka secara elektronik melalui *e-mail* atau dalam beberapa format elektronik (Galanaki dalam Teoh et al., 2013)

Mendukung pendapat di atas, Tong (dalam Teoh et al., 2013) mengatakan bahwa *e-recruitment* adalah cara menggunakan teknologi informasi (TI) untuk melakukan, mempercepat atau meningkatkan proses rekrutmen. *E-recruitment* adalah metode yang dilakukan untuk menjangkau kandidat melalui internet dan hal ini akan menjadi lebih efisien dan lebih kompetitif (Ramdhani, 2007). Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan *e-recruitment* merupakan proses memilih sejumlah orang yang potensial menjadi karyawan dengan menggunakan teknologi informasi berbasis internet yang dipercaya akan menjadi proses rekrutmen yang lebih efisien dan efektif.

Menurut Schermerhorn (2010) *employee recruitment* adalah sekumpulan aktifitas yang didesain oleh perusahaan untuk menarik minat sekumpulan pelamar

kerja yang memiliki kemampuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Sedangkan Dessler (2013) berpendapat *employee recruiting* adalah mencari dan menarik minat pelamar kerja untuk posisi yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.1.3.1 Proses E-Recruitment

Cappelli (2001) menjelaskan proses *e-recruitment* terdiri dari 4 langkah sebagai berikut:

1. Kandidat perlu ditarik dengan menggunakan reputasi organisasi, teknologi *online*, dan metode lain untuk menarik pelamar potensial sebanyak mungkin ke situs web organisasi. Organisasi dapat melakukan hal ini dengan memberi informasi mengenai pekerjaan dan kondisi kerja. Apabila calon pelamar tertarik, calon pelamar harus membuat akun yang biasanya menggunakan *e-mail*. Setelah memiliki akun, calon melamar dapat melihat lowongan pekerjaan yang ditawarkan. Apabila calon pelamar tertarik pada pekerjaan tersebut, calon pelamar akan mengajukan lamaran dengan melampirkan CV.
2. Organisasi akan melakukan penyortiran pelamar. Pelamar yang layak mengikuti tahap selanjutnya akan diinformasikan melalui *e-mail* yang telah mereka daftarkan. Hal ini juga berkaitan dengan melakukan tes secara *online*, wawancara melalui telepon, melihat probabilitas kecocokan kompetensi pelamar dengan kebutuhan perusahaan dari data diri dan CV yang diberikan pelamar.

3. Organisasi akan menghubungi calon yang diinginkan. Dengan menggunakan internet, organisasi dapat bekerja dengan lebih cepat untuk menghubungi calon yang paling diinginkan melalui *e-mail* ataupun memberi informasi melalui situs perusahaan. Idealnya, sebuah proses *e-recruitment* dimulai dari proses perencanaan sumber daya manusia yang sistematis, dimana sebuah organisasi melakukan analisis dan rencana untuk keluar masuknya pegawai dari suatu organisasi (Chapman dan Webster, 2003).
4. Langkah keempat yang cukup penting, yaitu pertemuan secara langsung yang berkaitan dengan membuat kesepakatan akhir antara perusahaan dan calon pekerja. Hal ini mengacu pada membuat panggilan telepon ataupun *e-mail* untuk menyiapkan pertemuan dan adanya kontak fisik secara langsung. Oleh karena itu, Cappelli (2001) menyoroti pentingnya pertemuan secara langsung pada akhir proses perekrutan.

Tabel 2.1 akan menampilkan langkah yang diambil selama proses perekrutan menggunakan rekrutmen tradisional dan *e-recruitment*.

Tabel 2.1: Proses perekrutan tradisional dan *e-recruitment*

Proses rekrutmen	Rekrutmen secara tradisional	E-Rekrutmen
Menarik kandidat	Menggunakan sumber-sumber yang tidak didukung teknologi, seperti iklan, brosur, juru bicara, untuk menarik sebanyak mungkin pelamar untuk menghubungi perusahaan	Menggunakan reputasi organisasi, citra produk, teknologi online dan metode lain untuk menarik sebanyak pelamar potensial sebanyak mungkin ke situs web organisasi. di sana organisasi dapat hadir
Melakukan seleksi terhadap kandidat	Menggunakan tes berbasis kertas bagi pelamar untuk membuat kolom pemohon dikelola	Mempekerjakan canggih, tes online standar untuk calon layar, dan untuk menampi kelompok pelamar ke nomor dikelola
Melakukan kontak	Menghubungi pelamar diurutkan melalui telepon atau surat dan memiliki muka dengan muka percakapan	Menggunakan sistem manajemen mempekerjakan otomatis untuk menghubungi calon yang paling diinginkan sangat cepat, sebelum mereka tersentak oleh perusahaan lain
Membuat kesepakatan	Membuat panggilan telepon, menyiapkan pertemuan dan berjabat tangan	Membuat panggilan telepon, menyiapkan pertemuan dan berjabat tangan

Sumber: Cappelli (2001)

2.1.3.2 Keuntungan *E-Recruitment*

Terdapat perubahan pandangan perusahaan dalam cara merekrut karyawan. Kesuksesan dan kemudahan penggunaan situs dengan tingkat penetrasi internet terus meningkat, pembatas geografis tidak menjadi penghalang (Ramaabaanu & Saranya, 2014). Menurut Karim, Miah, & Khatun (2015) *e-recruitment* memiliki 8 kelebihan diantara lain :

1. Hemat biaya: Iklan di internet jika dibandingkan dengan koran, majalah, dan agen tenaga kerja sangat murah. Seperti dalam sumber-sumber lain, misalnya perusahaan ingin iklan mereka muncul pada setiap hari minggu selama sebulan dengan demikian mereka harus membayar untuk empat iklan. Tetapi itu tidak berlaku di internet.
2. Hemat waktu: Hemat waktu dalam mengirim dan berkomunikasi antara *recruiters* dan *job-seekers*. Responnya yang langsung dan tanpa penundaan.

3. Memperluas pencarian: Di era internet jangkauan tidak dapat dibatasi di satu tempat saja. Jangkauan yang global menuju berbagai jenis informasi dan kegiatan dalam waktu yang tepat dan efisien biaya. Yang dapat menciptakan kandidat potensial berjumlah besar.
4. Memberikan kejelasan: Iklan dalam berita ketenagakerjaan, surat kabar lain, dan majalah akan memiliki batas kata, sehingga terkadang disalah artikan dan tidak cukup untuk menjelaskan profil lengkap. Sedangkan di internet tidak ada pembatasan kata.
5. Ruang lingkup untuk kecocokan yang lebih baik: Informasi secara terperinci disediakan dengan jelas sehingga memungkinkan kecocokan kandidat.
6. Standardisasi: Informasi para kandidat dikumpulkan dalam format standar. Selain mengumpulkan data, itu juga mengkonsolidasikan informasi yang diterima dari berbagai sumber.
7. *Reservoir*: Bertindak sebagai *reservoir* informasi, dari profil pekerjaan hingga profil kandidat tersedia bersama dengan data pemohon sebelumnya.
8. Mengurangi penggunaan kertas: Saat pengumpulan data, pengarsipan, pekerjaan administratif dilakukan secara elektronik sehingga penggunaan kertas atau dokumentasi berkurang.

2.1.3.3 Kendala *E-Recruitment*

Walaupun memiliki beberapa keuntungan dalam menggunakan *e-recruitment* tidak menutup kemungkinan juga terdapat beberapa kendala yang akan

muncul dari penggunaan *e-recruitment*. Menurut Karim, Miah, & Khatun (2015) *e-recruitment* memiliki 5 kendala diantara lain :

1. Membutuhkan Ilmu Komputer: Proses ini dibatasi hanya untuk kandidat yang mengerti akan pengguna komputer.
2. Konsekuensi Hukum: Sama seperti sumber perekrutan lainnya, sumber ini juga harus mewaspadaai kata-kata yang digunakan dalam iklan jika tidak maka dapat menimbulkan tuduhan diskriminasi.
3. Kelompok Pemohon yang Luas: Ini menguntungkan organisasi dan juga merugikan bagi mereka juga. Karena, basis data yang sangat besar tidak dapat dipindai dengan cepat secara mendalam. Entah beberapa banyak kandidat yang akan dipanggil untuk wawancara atau *resume* akan disaring berdasarkan beberapa kata kunci.
4. Pelamar Non-serius: Banyak pelamar meneruskan *resume* mereka hanya untuk mengetahui mereka nilai pasar. Secara pribadi tidak diketahui apakah para kandidat serius atau tidak serius. Pada saat wawancara, perekrut mungkin menyadari bahwa kandidat tidak serius meninggalkan pekerjaannya saat ini. Tetapi pada saat itu beberapa kandidat yang serius mungkin telah ditolak.
5. Keterbukaan Informasi: Profil kandidat dan perincian perusahaan tersedia untuk umum. Para pelamar tidak ingin *recruiters* tahu bahwa mereka sedang menutupi sesuatu. Mungkin nomor telepon, informasi alamat yang dapat menyebabkan banyak masalah keamanan.

2.1.4 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology acceptance model (TAM) adalah tingkat dimana suatu model penerimaan sistem TI yang digunakan oleh penggunanya. *Technology acceptance model (TAM)* pertama kali dikembangkan oleh Davis et al. (1989) berdasarkan model *theory of reasoned action (TRA)* (Jogiyanto, 2008). Dalam TAM, terdapat dua konstruk yang memengaruhi penerimaan pengguna dalam penggunaan sistem informasi, yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). *Technology acceptance model (TAM)* menjelaskan bahwa menggunakan teknologi informasi ditentukan oleh persepsi seseorang. Model ini menggambarkan bahwa menggunakan teknologi informasi yang diterima dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat penggunaan (*perceived usefulness*) (Adhiputra, 2015).

Menurut (Hartono, 2008) menyebutkan beberapa kelebihan yang dimiliki oleh teori *technology acceptance model* yaitu:

1. TAM adalah model berperilaku yang bermanfaat dalam menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai keinginan untuk menggunakannya.
2. TAM memiliki teori dasar yang kuat.
3. TAM telah diuji oleh sebagian besar peneliti yang menghasilkan bahwa sebagian besar mendukung dan dapat disimpulkan bahwa TAM adalah model yang baik.
4. Memiliki model yang sederhana akan tetapi mendapatkan hasil yang valid.

Pada penelitian ini variabel yang digunakan dari TAM adalah *perceived ease of use* atau *user friendliness*). Penelitian ini juga menambahkan variabel yang diadaptasi dari penelitian yang digunakan oleh Teoh, Tan & Chong (2013) yaitu *information provision dan website usability* untuk mengetahui persepsi yang oleh pengguna selama menggunakan situs *e-recruitment*.

2.1.5 *User Friendliness*

Menurut Tong (dalam Teoh et al., 2013), *user friendliness* adalah tingkat dimana suatu sistem mudah digunakan sehingga memerlukan upaya yang lebih sedikit diperlukan untuk penggunaan, sehingga meningkatkan kemungkinan penggunaan. *User friendliness* memengaruhi persepsi pelamar terhadap rekrutmen *online* karena merupakan fitur yang berpengaruh (Tania & Srimannarayana, 2014)

Menurut Brahmama & Brahmama (2013), *user friendliness* dipahami ketika pencari kerja dapat dengan mudah mengoperasikan situs web / portal pekerjaan *online* tanpa menghadapi kesulitan, seperti kemudahan dalam menemukan iklan pekerjaan (lokasi iklan), kemudahan dalam mengunggah data diri dan aplikasi, kemudahan dalam mengakses tautan navigasi dalam kemudian situs dan stabilitas kemudian mengakses web atau aktivitas rekrutmen dan seleksi berbasis *online*. Membuat situs web yang menarik dari sudut pandang pencari kerja dapat ditingkatkan dengan memastikan bahwa aplikasi *online* berfungsi dengan baik dan mudah digunakan, serta estetika dan desain tata letak serta kegunaan iklan itu sendiri. Ketika pencari kerja dihadapkan dengan aplikasi pekerjaan *online* yang

kompleks, mereka akan mencoba untuk menghindari proses dan langkah-langkah perekrutan yang rumit.

Menurut Feldman & Klaas (dalam Khan et al., 2013) setelah menanyakan nasihat pencari kerja, mereka menerima *feedback* tentang membuat media rekrutmen *online* yang lebih ramah pengguna dengan menyarankan fokus kegunaan seperti memperbaiki prosedur untuk mengirimkan *resume*. Itulah sebabnya dalam konteks ini, penelitian sebelumnya membuktikan bahwa navigasi yang mudah terkait dengan kualitas situs yang ditandai dengan warna dan tata letak yang menarik, *font* teks yang menarik, dan alat navigasi yang mudah.

Menurut Sylva & Mol (2009) hasil dari persepsi *user friendliness* tidak dapat digeneralisasi karena bagaimana pelamar memiliki persepsi yang berbeda tentang sistem *online* tergantung pada keakraban mereka dengan penggunaan internet yang dilaporkan secara signifikan lebih positif dari *user friendliness* dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dengan sistem aplikasi *online* dalam persaingan dengan pelamar yang melamar sendiri karena kurang terbiasa dengan penggunaan internet. Banyak penelitian telah menemukan bahwa *user friendliness* adalah salah satu penentu utama kepuasan pelamar dan penggunaan perekrutan internet.

2.1.6 Information Provision

Menurut Cober et al. (dalam Tania & Srimannarayana, 2014) pencari kerja secara aktif mencari informasi terkait organisasi dan pekerjaan sebagai cara mereka mengharapkan informasi terperinci dari apa yang mereka cari. Sifat pencari kerja

ditandai dengan memiliki harapan dan rasa ingin tahu yang tinggi, maka dengan sifat tersebut mereka akan berusaha mengumpulkan sebanyak mungkin informasi.

Dalam kasus rekrutmen, pencari kerja memiliki akses yang luas ke lebih banyak informasi tentang organisasi dari berbagai sumber seperti halaman diskusi dan forum. Hal ini memungkinkan pelamar mendapatkan informasi dari rekan lain (calon pelamar) serta karyawan organisasi yang ada dengan mendapatkan pandangan yang lebih holistik akan posisi, pekerjaan ataupun organisasi. (Tania & Srimannarayana, 2014)

Menurut Kumudha & Saranyapriyadarshini (2015), Pengalaman penting yang berkontribusi terhadap pencari kerja adalah kelengkapan informasi yang disediakan oleh aplikasi pekerjaan berbasis online tentang profil perusahaan termasuk jenis industri dan unit bisnisnya. Memberikan informasi tentang tugas-tugas pekerjaan yang diiklankan serta kualifikasi dari posisi tersebut, dan juga rincian yang terkait dengan pekerjaan dan posisi sebagai contoh; apakah peran bersifat permanen atau peran bersifat sementara, penempatan posisi, tujuan organisasi dari posisi itu, fungsi pekerjaan, gaji dan tunjangan, budaya organisasi, peluang pelatihan, dll.

Karakteristik penting dari *information provision* memengaruhi persepsi seseorang terhadap rekrutmen internet termasuk penyediaan informasi karir yang benar, jujur, dan tepat waktu Teoh, Tan & Chong (2013). Ketentuan semacam itu penting karena situs web perusahaan tidak hanya memberi para kandidat peluang untuk belajar tentang institusi, termasuk informasi tentang nilai-nilai dan manfaat korporat mereka (Lievens et al., dalam Teoh et al., 2013), tetapi juga untuk menilai

informasi yang disajikan. Dan yang terpenting lagi, bagian karir harus memberikan informasi yang relevan dan dapat diterapkan kepada pencari kerja pada waktu yang tepat untuk memenuhi kebutuhan mereka (Birgelen et al., dalam Teoh et al., 2013). Fountain (dalam Teoh et al., 2013) menyatakan informasi pekerjaan yang tersedia merupakan faktor penting yang dibutuhkan pencari kerja karena mereka bergantung itu saat melamar pekerjaan. *Information provision* telah diindikasikan sebagai faktor penting dalam konteks terkait ketenagakerjaan karena merupakan bagian dari nilai dan harapan pelamar (Deros et al., dalam Teoh et al., 2013)

2.1.7 Website Usability

Usability telah menjadi tema penting yang dipelajari secara ekstensif di Internet bidang interaksi antara manusia dengan komputer, dan peneliti di bidang ini telah menekankan interaksi yang sukses antara manusia dan manusia komputer sebagai faktor kunci dalam merancang dan mengimplementasikan berbagai sistem komputasi (Lee & Kozar, 2012). *Usability* didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk secara efektif, efisien dan memuaskan mencapai tujuan tertentu (Musa et al., dalam Teoh et al., 2013).

Menurut Aganwal & Venkatesh (2002) *website usability* mengacu pada sejauh mana situs web dapat digunakan oleh pengguna yang ditentukan untuk mencapai tujuan yang ditentukan untuk dikunjungi dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan dalam konteks penggunaan situs web yang ditentukan.

Menurut Flavian et al. (dalam Teoh et al., 2013), *website usability* dapat didefinisikan dengan mempertimbangkan hal berikut aspek;

5. Kemudahan memahami struktur situs web, fungsinya, antarmuka, dan kontennya bisa diamati oleh pengguna.
6. Kesederhanaan penggunaan situs web dalam tahap awal.
7. Kecepatan di mana pengguna dapat menemukan apa yang mereka miliki mencari.
8. Persepsi kemudahan navigasi situs dalam hal diperlukan waktu dan tindakan untuk mendapatkan yang diinginkan hasil.
9. Kemampuan pengguna untuk mengendalikan apa yang mereka lakukan, dan di mana mereka berada, pada saat tertentu.

Atribut *website usability* meliputi penyelesaian efektif aplikasi online selama perekrutan internet, *user interface* dan tata letak menarik yang mencakup penggunaan teks, warna, gambar, dan foto yang menarik, ketersediaan fungsi dan kemampuan yang diharapkan oleh pencari kerja dalam menjelajahi situs web, dan integrasi berbagai fungsi ke situs web rekrutmen. Niat mahasiswa untuk menggunakan rekrutmen internet dipengaruhi oleh persepsi kegunaan navigasi (Cober et al., dalam Teoh et al., 2013). Namun, banyak situs web rekrutmen internet Malaysia ditemukan memiliki kegunaan yang rendah dan buruk (Bartram dalam Musa et al., 2006). Williamson et al. (dalam Teoh et al., 2013) menunjukkan bahwa persepsi terhadap kegunaan situs web secara tidak langsung akan memengaruhi minat mereka pada suatu organisasi. Kegunaan yang buruk dapat menyebabkan pelamar memiliki persepsi negatif keseluruhan terhadap perekrutan internet (Gibson & Swift dalam Teoh et al., 2013)

2.1.8 Persepsi Pencari Kerja Terhadap *E-Recruitment*

Schermerhorn et al., (2012) mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana seseorang menerima dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan. Sedangkan Robin & Judge (2013) menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan sensorik mereka untuk memberi makna pada lingkungannya.

Pengaruh teknologi termasuk di dalam fitur *online* untuk persepsi pengguna akan dimoderasi oleh usia, pengalaman, dan jenis kelamin. Dengan demikian efeknya akan lebih kuat untuk wanita, ditahap awal pengalaman (Venkatesh et al., 2010)

Menurut Sylva & Mol (2009), perlunya memahami dan mengungkap reaksi dan preferensi pencari kerja (pada kelompok tertentu) melalui persepsi mereka terhadap *e-recruitment* untuk tujuan dari pencarian pekerjaan hingga wawancara kerja, harus dipenuhi dengan memeriksa alasan psikologis, kognisi, dan sikap. Dengan cara ini dapat mengidentifikasi variabel yang penting yang memengaruhi persepsi pencari kerja terhadap *e-recruitment* yang akan menentukan persepsi mereka tentang penggunaan teknologi tersebut.

Teoh, Tan & Chong (2013), menyatakan bahwa persepsi tentang niat untuk menggunakan perekrutan internet dipengaruhi oleh *user friendliness*, *information provision*, dan *website usability* yang merupakan salah satu faktor umum yang memengaruhinya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan pada alumni dan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Persepsi Mahasiswa FBE UAJY Terhadap *E-recruitment*” dengan responden mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah menggunakan *e-recruitment*. Jika penelitian dibandingkan dengan penelitian terdahulu dapat dijelaskan dalam tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2: Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel	Metodologi Penelitian	Hasil
<p><i>Factors Influencing Perceptions of University Students Towards Internet Recruitment</i></p> <p>Wendy Ming-Yen Teoh, Sy-Cha Tan dan Siong Choy Chong (2013)</p>	<p>Independen: <i>User Friendliness, Information Provision, & Website Usability</i></p> <p>Dependen: <i>University students' perception towards Internet recruitment</i></p>	<p><i>A combination of stratified random, convenience, and snowball sampling methods</i></p> <p><i>Survey kuesioner dengan sampel valid sebanyak 250 responden.</i></p> <p><i>Quantitative method</i></p>	<p>Temuan dari hasil analisis koefisien korelasi pearson dan analisis regresi berganda antara variabel independent dan dependen menunjukkan bahwa semua variable secara signifikan berkorelasi positif dengan persepsi mahasiswa terkait dengan perekrutan internet.</p>
Peneliti	Variabel	Metodologi Penelitian	Hasil

<p><i>E-Recruitment: A study into applicant perceptions of an online application system.</i></p> <p>Hella Sylva dan Stefan T. Mol (2016)</p>	<p>Independen: Percived efficiency, User friendliness, Information provision, Fairness perception, Internet selection image of the company.</p> <p>Dependen: Applicant perceptions of an online application system</p>	<p>Survey kuesioner sebanyak 1325 responden</p> <p><i>Quantitative method</i></p>	<p>Hasil penelitian menyatakan bahwa rekrutmen online kurang dirasakan secara positif oleh beberapa subkelompok pelamar di Belgia daripada yang lain, menunjukkan bahwa keberhasilan sistem aplikasi online tidak dapat digeneralisasi untuk semua kelompok sasaran. Strategi SDM di internet mungkin secara tidak sengaja menyebabkan perbedaan dalam reaksi pelamar, statisfikasi, dan ketertarikan organisasi. Oleh karena itu ada rekomendasi untuk mengadakan survei lain dalam demografi lain untuk mengidentifikasi apakah beberapa pelamar memiliki persepsi positif lebih dari studi saat ini dan untuk mengidentifikasi apakah kesadaran e-rekrutmen telah mengglobal.</p>
--	--	---	--

Peneliti	Variabel	Metodologi Penelitian	Hasil
<p><i>What Factors Drive Job Seekers Attitude in Using E-Recruitment?</i></p> <p>Ritzky Karina Brahmna dan Rayenda Brahmna (2013)</p>	<p>Independen :</p> <p><i>Percived of Usefulness, Percived Ease of Use, Percived Enjoyment, Percived Stress</i></p> <p>Dependen :</p> <p>Intention to Use</p>	<p><i>Survey</i> kuisisioner sebanyak 281 responden.</p> <p>SEM SmartPLs 2.0.</p> <p><i>Quantitative method</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan 5 variabel sikap terhadap determinan perilaku, yaitu: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesenangan, Persepsi Stres, dan Niat Menggunakan. studi ini berfokus pada 5 variabel dan hasilnya tidak membahas efisiensi rekrutmen dan seleksi berbasis online serta persepsi pencari kerja yang menyesali keadilan rekrutmen itu sendiri. Hasilnya menunjukkan perlunya e-rekrutmen yang ramah pengguna dan menyenangkan, dan melalui perbaikan tata letak, desain, dan lain-lain. Selain itu, peran mediasi dari kegunaan yang dirasakan dan efek lanjutan dari persepsi</p>

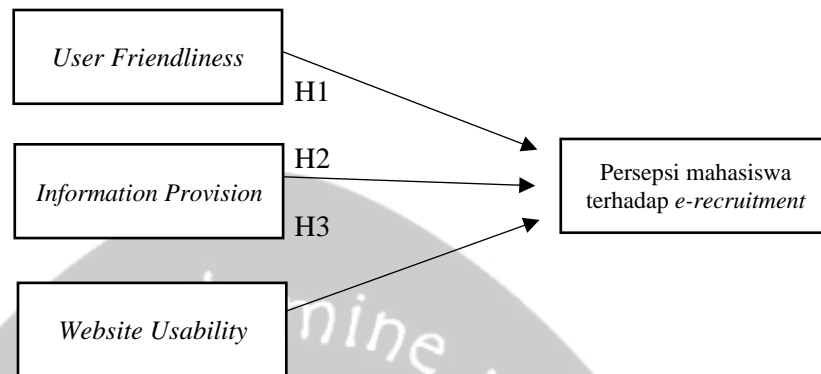
			stess untuk persepsi kemudahan penggunaan hasil. , adalah kontribusi utama studi.
Peneliti	Variabel	Metodologi Penelitian	Hasil
<i>Applicants Perceptions on Online Recruitment Procedures.</i> Tania RoyChowdhury & M. Srimannaraya (2014)	Independen : <i>Perceived efficiency, User friendliness, Information provision, Fairness perception, Internet Image of the company</i>	<i>Survey</i> kuoesioner dengan 133 responden. <i>Quantitative method</i>	Penelitian ini juga menghasilkan pernyataan bahwa pencarian di bagian karir perusahaan lebih disukai dabandingkan dengan pencarian kerja di portal pekerjaan (yaitu JobStreet, LinkedIn, ets.). Dan pengalaman kerja memiliki pengaruh yang berbeda-beda dengan preferensi responden.

Sumber: rangkuman jurnal

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penelitian Teoh, Tan & Chong (2013) terdapat faktor yang dapat memengaruhi persepsi mahasiswa menggunakan *e-recruitment* yaitu *user friendliness, information provision, dan website usability*. Dalam penelitian ini, *user friendliness, information provision, dan website usability* berfungsi sebagai variabel independen dan Persepsi Mahasiswa Terhadap *e-recruitment* sebagai

variabel dependen. Berdasarkan uraian di atas, maka digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1: Kerangka Penelitian

Sumber: Adaptasi dari Teoh, Tan & Chong (2013)

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *User Friendliness* terhadap Persepsi *E-Recruitment*

Banyak penelitian telah menunjukkan bahwa *user friendliness* adalah salah satu penentu utama kepuasan pelamar dan penggunaan rekrutmen internet (Sylva & Mol, 2009). Situs web rekrutmen yang *user friendliness* berisi beberapa karakteristik. Pertama, upaya minimal diperlukan untuk mencari informasi yang menarik. Kedua, informasi karier yang diinginkan dapat diperoleh dengan cepat dan mudah, yang mengarah pada penghematan waktu dan upaya (Childers et al., dalam Teoh et al., 2013). Ketiga, situs web berisi jalur pencarian yang mudah diikuti yang tidak akan membingungkan orang ketika mereka mencari pekerjaan. Keempat, situs web mudah digunakan dan tidak rumit (Tong, 2009). Mengamati manfaat dari rekrutmen Internet yang sangat *user friendliness*, seperti dapat menarik pelamar

dengan jumlah besar dan mengurangi biaya terkait rekrutmen, banyak organisasi saat ini menggunakan aplikasi *e-recruitment* web 2.0 (misalnya, jejaring sosial, *podcast*, *blog*, *video online*, dll.) Organisasi-organisasi percaya bahwa pendekatan ini dapat membantu mereka mencapai kandidat target untuk komunikasi dan berbagi informasi tentang tawaran pekerjaan, pemasaran citra perusahaan mereka di web, dan memenuhi harapan pengguna web organisasi (Pillai & Dhobale, dalam Teoh et al., 2013). Berdasarkan pemaparan di atas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Terdapat pengaruh positif antara *User Friendliness* dan persepsi mahasiswa FBE UAJY terhadap *E-Recruitment*

2.4.2 Pengaruh *Information Provision* terhadap Persepsi *E-Recruitment*

Information provision mengacu pada sejauh mana pencari kerja secara aktif mencari informasi terkait organisasi dan pekerjaan melalui situs web perusahaan (Sylva & Mol, 2009). Informasi pekerjaan yang dapat disediakan di bagian karier di situs web perusahaan mencakup lowongan pekerjaan tertentu, informasi gaji, proses wawancara, artikel karier unggulan, nasihat menulis resume yang efektif, penilaian diri, dan kemungkinan instruksi untuk pencari kerja yang saat ini terlibat dalam proses rekrutmen (Rosencrantz dalam Teoh et al., 2013). Informasi ini merupakan tambahan untuk informasi perusahaan umum, seperti pengantar (sejarah, struktur organisasi) dan informasi layanan untuk berkomunikasi dan memberikan layanan terbaik (misalnya, kontak, alamat pusat layanan), yang dapat meningkatkan kepercayaan pencari kerja terhadap perusahaan (Chou et al., dalam

Teoh et al., 2013). Banyak dari informasi ini tidak dapat disediakan oleh iklan surat kabar (Tong dalam Teoh et al., 2013). Akibatnya, penelitian sebelumnya telah menemukan hubungan positif antara *information provision* dan persepsi tentang perekrutan Internet (Birgelen et al dalam Teoh et al., 2013)

Fitur ini penting karena pencari kerja bergantung pada informasi pekerjaan yang tersedia bagi mereka ketika melamar pekerjaan (Fountain dalam Teoh et al., 2013). Berdasarkan pemaparan di atas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Terdapat pengaruh positif antara *Information Provision* dan persepsi mahasiswa FBE UAJY terhadap *E-Recruitment*

2.4.3 Pengaruh *Website Usability* terhadap Persepsi *E-Recruitment*

Usability didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk secara efektif, efisien dan memuaskan mencapai tujuan dalam konteks penggunaan tertentu (Musa et al., dalam Teoh et al., 2013). Oleh karena itu, *website usability* mengacu pada persepsi pencari kerja bahwa situs web perusahaan menawarkan cara yang efisien dan efektif untuk mencari peluang kerja (Karat dalam Teoh et al., 2013). *Usability* adalah atribut kualitas yang menilai seberapa mudah *user interface* digunakan (Flavianet al., dalam Teoh et al., 2013).

Karakteristik dari situs web mempengaruhi persepsi pengguna tentang *usability* (Teoh, Tan & Chong, 2013). Faktanya, Cober et al. (dalam Teoh et al., 2013) menemukan bahwa persepsi kegunaan navigasi memengaruhi niat untuk

menggunakan rekrutmen internet. Berdasarkan pemaparan di atas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Terdapat pengaruh positif antara *Website Usability* dan persepsi mahasiswa FBE UAJY terhadap *E-Recruitment*



BAB V

PENUTUP

Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian data yang telah dilakukan. Yang pertama akan diawali dengan membahas kesimpulan mengenai temuan utama dalam penelitian. Selanjutnya akan membahas mengenai implikasi manajerial dari penelitian yang dilakukan. Setelah itu, dilanjutkan dengan keterbatasan atau kendala dari penelitian yang dapat dijadikan sebagai saran untuk penelitian yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *user friendliness*, *information provision* dan *website usability* terhadap persepsi mahasiswa FBE UAJY terhadap *e-recruitment*. Responden penelitian ini adalah 232 mahasiswa yang sudah menempuh pendidikan universitas minimal selama 3 tahun dan pernah menggunakan situs *e-recruitment*.

Berdasarkan data dan hasil analisis penelitian ini maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *user friendliness* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment*. Ketika pemahaman pengguna terhadap *user friendliness* yang diterapkan oleh perusahaan situs *e-recruitment* semakin tinggi, maka persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment* untuk menggunakannya akan ikut meningkat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa

ketika pengguna merasa dapat dengan mudah mengakses dan mengoperasikan fitur-fitur pada situs pencari kerja, maka pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakan situs *e-recruitment*. Pengguna akan menggunakan suatu situs tertentu jika pengguna merasa situs tersebut sesuai dengan yang diharapkan.

2. Variabel *information provision* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment*. Ketika pemahaman pengguna terhadap *information provision* yang diterapkan oleh perusahaan situs *e-recruitment* semakin tinggi, maka persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment* untuk menggunakannya akan ikut meningkat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengguna merasa ketika mereka dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan menarik untuk mereka, maka pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakan situs *e-recruitment* tersebut. Pengguna akan menggunakan suatu situs tertentu jika pengguna merasa mendapatkan lebih banyak informasi yang dapat dipercaya dan relevan pada situs *e-recruitment* dalam mencari pekerjaan.
3. Variabel *website usability* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment*. Ketika pemahaman pengguna terhadap *website usability* yang diterapkan oleh perusahaan situs *e-recruitment* semakin tinggi, maka persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment* untuk menggunakannya akan ikut meningkat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengguna merasa ketika mereka dapat secara nyaman dan efektif menggunakan situs, maka pengguna akan lebih tertarik untuk

menggunakan situs *e-recruitment* tersebut. Pengguna akan menggunakan situs tertentu jika pengguna merasa mendapatkan fitur-fitur yang berkualitas dan dapat terintegrasi dengan baik.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan-perusahaan situs *e-recruitment* seperti Karir.com, Loker.id, Glints, Jobstreet, JobDS. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *user friendliness*, *information provision*, dan *website usability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengguna (mahasiswa FBE UAJY) terhadap *e-recruitment*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Ketika suatu situs menerapkan penerapan *user friendliness* maka tingkat kepuasan pengguna akan tinggi. Tampak dari hasil analisis deskriptif *user friendliness* mendapatkan nilai *mean* tertinggi. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat mengoptimalkan penerapan *user friendliness* di dalam situs perusahaan dengan menampilkan preferensi lowongan pekerjaan yang sesuai dengan pilihan yang diinginkan sehingga dengan kemudahan tersebut diharapkan akan dapat menjangkau pengguna baru dan dapat meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Saat ini teknologi informasi memiliki perkembangan yang semakin cepat. Perusahaan situs *e-recruitment* harus siap dan mampu mengikuti perkembangan agar dapat bersaing. Variabel *information provision*

memiliki nilai *mean* paling rendah dibanding tiga variabel lain. Hal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan situs *e-recruitment* harus meningkatkan *information provision* dalam situsnya dengan memberikan informasi yang semakin informatif dan relevan kepada penggunanya atau menambahkan kemitraan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih banyak dan bervariasi.

3. Untuk menjaga pengguna tetap merasa nyaman dan tetap mendapatkan fungsi dan kualitas yang di harapkan dalam situs *e-recruitment*, tetap menjaga keunggulan dan inovasi sistem merupakan salah satu daya tarik dari sebuah situs termasuk juga untuk menjangkau pengguna baru. Perusahaan diharapkan dapat menginovasi tampilan pada situs *e-recruitment* yang nyaman saat digunakan dan menarik dengan mengikuti tren yang terjadi. Hal tersebut diharapkan dapat beroperasi secara efektif saat pengguna melamar pekerjaan dengan menggunakan situs *e-recruitment*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan penelitian dan keterbatasan yang dimiliki penelitian ini adalah:

1. Karakteristik sampel yang diteliti kurang bervariasi karena sampel pada penelitian ini hanya pada lingkup mahasiswa FBE UAJY.

2. Akibat terjadinya pandemi COVID-19, kuesioner hanya dapat disebarakan secara daring sehingga tidak dapat melakukan pengawasan secara langsung selama proses pengisian kuesioner.
3. Penelitian ini hanya menganalisis beberapa variabel yang dianggap memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment*, padahal masih terdapat banyak faktor lain yang dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap *e-recruitment*.
4. Penelitian ini terlalu general terhadap berbagai situs *e-recruitment*, tidak berfokus terhadap satu perusahaan. Sehingga penelitian ini menampung persepsi pengguna dari berbagai situs *e-recruitment*.
5. Penelitian dilakukan pada masa pandemi, sehingga hasil bisa terjadi bias dan tidak objektif karena kebanyakan responden (mahasiswa) dalam posisi *lockdown*.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian di masa depan dan saran yang diberikan peneliti adalah:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih bervariasi (bukan hanya mahasiswa). Hal ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan dapat mendapatkan temuan baru yang lebih banyak.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menentukan satu objek perusahaan yang ingin diteliti. Agar penelitian ini tidak digeneralisasikan secara luas.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan cara-cara pengisian kuesioner dan peneliti dapat mengawasi secara langsung proses pengisian kuesioner sehingga dapat menurunkan kemungkinan terjadi bias.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah pertanyaan seputar karakteristik responden agar dapat memperoleh gambaran responden yang terlibat dengan lebih akurat. (contohnya: situs apa saja yang sudah pernah digunakan dan darimana anda mengetahui situs tersebut)
5. Pada penelitian ini, nilai adjusted *r-square* variabel independen terhadap variabel dependen adalah hanya sebesar 58,4%, masih banyak variabel lain yang dapat memengaruhi persepsi mahasiswa menggunakan *e-recruitment*. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan atau menggunakan variabel lain seperti *perceived efficiency*, *fairness perception*, *internet selection image* sebagai variabel independen karena terdapat juga beberapa penelitian tentang persepsi penggunaan situs *e-recruitment* yang menggunakan variabel tersebut sebagai variabel independennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., & Venkatesh, V. (2002). Assessing a Firm's Web Presence: a Heuristic Evaluation Procedure for The Measurement of Usability. *Information System and Reasearch*, 168-186.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Atmoko, F. K. (2017). Pemakaian Rekrutmen Online di Indonesia Pada Perusahaan-Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *AGORA*, 3.
- Brahmana, R. K., & Brahmana, R. (2013). What Factors Drive Job-seekers Attitudes in Using E-Recruitment. *The South East Asia Journal of Management*.
- Breaugh, J. A., & Starke, M. (2000). Research on Employee Recruitment: So Many Studies, So Many Remaining Questions. *Journal of Management*, 405-434.
- Cappelli, P. (2001). Making The Most of Online Recruiting. *Harvard Business Review*, 139-146.
- Chapman, D., & Webster, J. (2003). The Use of Teeh In The Reer, Screening, and Selection Processes for Job Candidates. *International Journal of Selection and Assessment*, 113-120.
- Dessler, G. (2007). *Human Resource Management*.
- Dessler, G. (2013). *Human Resource Management*. USA: Pearson Education.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hasibuan, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Karim, M., Miah, M., & Khatun, A. (2015). E-Recruitment in Practices: A Study on Jobseekers Perception in Bangladesh. *Global Disclosure of Economics and Business*, 35-36.
- Kemenkominfo. (2014, Februari 18). *kominfo.go.id*. Retrieved from Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet: <https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014->

tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers

- Khan, N., Awang, M., & Ghouri, A. M. (2013). Impact of E-Recruitment and Job-seekers Perception of Intention to Pursue The Job. *Management and Marketing*.
- Kumar, D., & Priyanka, S. (2014). A study on adoption of e-recruitment using Technology Acceptance Model (TAM) with reference to graduating students in University in Bahrain. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 377-383.
- Kumudha, D., & Saranyapriyadarshini, C. (2015). A Study on Factors Influencing Perception of Management Students Toward E-Recruitment. *International Journal of Applicant Research*, 605-610.
- Lee, Y., & Kozar, K. (2012). Understanding of Website Usability: Specifying and Measuring Constructs and their Relationship. *Decision Support System*, 450-463.
- Mardelina, E., & Muhson, A. (2017). Mahasiswa Bekerja dan Dampaknya Pada Aktivitas Belajar dan Presentasi Akademik. *Jurnal Economia*, 201-209.
- Mathis, R., & Jackson, J. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Motte, A., & Schwartz, S. (2009). *Are student employments and academic success linked ?* Retrieved from www.millenniumscholarships.ca:https://pdfs.semanticscholar.org/01d5/f2afaa43f3c7a11a58718004f9f49c38f98b.pdf
- Musa, N., Junaini, S., & Bujang, Y. (2006). Improving Usability of E-Recruitment Website: A Preliminary Study on Serawak Government Website. *Proceeding of Pacific Asia Conference on Information Systems*, 507-515.
- Parry, E. (2006). Drivers of The Adoption of Online Recruitment: An Analysis Using Diffusion of Innovation Theory. *Cranfield School of Management*, 1-13.
- Purwanti, Y., Fransiska, R., & Paramita, E. L. (2013). Examining Virtual Recruiting Environment Features of Indonesia Corporate Web Site. *International Journal of Business and Management Invention*, 54.
- Rammanbaanu, D., & Saraya, M. (2014). Importance and Problems of E-Recruitment. *International Journal of Research*.

- Rhamdani, N. (2007). Model Prilaku Penggunaan IT: Technology Acceptance Model (TAM). *JIBEKA*, 57-69.
- Roychowdhury, T., & Srimannarayana, M. (2013). Applicants Perceptions on Online Recruitment Procedures. *Management and Labour*, 185-199.
- Schermerhorn, J. R. (2010). *Introduction to Management*. Asia: John Wiley & Sons Pte Ltd.
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2017). *Research Methods For Business*. Wiley Global Education US.
- Simmamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Statista. (2019). *The World's Largest Internet Users in March 2019*. Retrieved from www.statista.com: www.statista.com
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sylva, H., & Mol, S. (2009). E-Recruitment: A Study Into Applicant Perception of an Online Application System. *International Journal of Selection and Assessment*.
- Teoh, W. M.-Y., Tan, S.-C., & Chong, S. C. (2013). Factors Influencing Perceptions of University Students Towards Internet Recruitment. *Asian Academy of Management*.
- Tong, D. (2009). A Study of E-Recruitment Technology Adaption in Malaysia. *Industrial Management and Data System*, 281-300.



LAMPIRAN 1
KUESIONER

**Kuesioner Penelitian Faktor – Faktor yang Memengaruhi Persepsi
Mahasiswa FBE UAJY Terhadap *E-Recruitment*.**

Om Swastyastu dan salam sejahtera,

Perkenalkan saya I Putu Adi Lababa, mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “Faktor – Faktor yang Memengaruhi Persepsi Mahasiswa FBE UAJY Terhadap *E-Recruitment*”, saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian saya. Kuesioner ini berisi 18 item pernyataan yang terkait dengan *e-recruitment*. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dan sesuai dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang sudah pernah mengakses atau menggunakan situs *e-recruitment* sebagai sarana melamar pekerjaan.
2. Mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan program S1 minimal selama 3 tahun.

Hasil dari penelitian ini akan dijamin kerahasiaannya dan hanya menggunakan data untuk kepentingan penelitian. Apabila Saudara mengalami kendala dalam mengisi kuesioner ini, dapat menghubungi saya melalui email adilababa22@yahoo.com atau melalui whatsapp 082145089495.

Atas ketersediaan dan kerjasama Saudara saya ucapkan terima kasih. Dan Semoga partisipasi saudara dapat memberikan manfaat bagi kepentingan ilmu pengetahuan. Tuhan memberkati dan Om Shanti, Shanti, Shanti Om.

Petunjuk Pengisian

Saudara dapat mengisi sesuai dengan kondisi sebenarnya pada setiap pertanyaan dengan keterangan sebagai berikut:

1. Bacalah pertanyaan dengan baik dan teliti.

2. Pilih salah satu jawaban skala yang menurut Saudara anggap paling tepat dengan pengalaman yang Saudara rasakan.
3. Dalam pengisian kuesioner dimohon diisi dengan jujur. Karena peneliti menjamin bahwa jawaban yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Keterangan:

Pilihan Jawaban	Keterangan Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Bagian Satu: Pertanyaan Filter

No	Pertanyaan	Jawaban	
1	Apakah Anda pernah menggunakan situs <i>e-recruitment</i>	Ya	Tidak

(stop disini jika belum pernah mengakses atau menggunakan situs *e-recruitment*)

Bagian Dua: Data Responden

Jenis Kelamin : P/W

Usia : ___ Tahun

Angkatan :

Angkatan	√
2014	
2015	
2016	
2017	

Frekuensi Menggunakan :

Angkatan	√
1-2 kali dalam sebulan	
3-4 kali dalam sebulan	
4 hingga lebih dalam sebulan	

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Variabel User Friendliness						
1	Menurut saya situs <i>e-recruitment</i> mudah digunakan.					
2	Pada situs <i>e-recruitment</i> , Saya dapat menemukan informasi yang menarik bagi saya dengan usaha yang minimal.					
3	Pada situs <i>e-recruitment</i> , Saya dapat dengan cepat dan mudah mendapatkan informasi karier yang saya butuhkan.					
4	Pada situs <i>e-recruitment</i> , bagian karir menyediakan jalur pencarian yang mudah diikuti.					
5	Menurut saya, situs <i>e-recruitment</i> mudah diakses.					
Variabel Information Provision						
1	Pada situs <i>e-recruitment</i> , informasi karier yang diberikan dapat dipercaya.					
2	Pada situs <i>e-recruitment</i> , informasi karier yang diberikan tampak benar.					
3	Pada situs <i>e-recruitment</i> , menyediakan informasi karier terkini tentang perusahaan.					
4	Mengunjungi bagian karir pada situs <i>e-recruitment</i> memberi saya informasi yang relevan.					

5	Informasi yang disediakan di bagian karier pada situs <i>e-recruitment</i> tepat untuk saya.					
Variabel Website Usability						
1	Saya dapat melamar pekerjaan secara efektif dengan menggunakan situs <i>e-recruitment</i> .					
2	Tampilan pada situs <i>e-recruitment</i> nyaman digunakan.					
3	Pada situs <i>e-recruitment</i> , terdapat semua fungsi dan kualitas yang saya harapkan.					
4	Pada situs <i>e-recruitment</i> , Saya menemukan berbagai fungsi terintegrasi dengan baik.					
Persepsi Mahasiswa Terhadap E-Recruitment						
1	Menggunakan situs <i>e-recruitment</i> membuat saya memperoleh pandangan yang memuaskan tentang peluang karier.					
2	Menggunakan situs <i>e-recruitment</i> membuat saya lebih sadar akan peluang karier di masa depan.					
3	Menggunakan situs <i>e-recruitment</i> memberikan saya informasi karier yang akan mengarahkan saya pada keputusan karier yang lebih baik.					
4	Menggunakan situs <i>e-recruitment</i> lebih membantu saya dalam menemukan informasi karier daripada melalui sumber informasi lainnya.					



Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Persepsi Mahasiswa FBE UAJY Terhadap E-Recruitment

Om Swastyastu dan salam sejahtera,

Perkenalkan saya I Putu Adi Lababa, mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul "Faktor – Faktor yang Memengaruhi Persepsi Mahasiswa FBE UAJY Terhadap E-Recruitment", saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian saya. Kuesioner ini berisi 18 item pernyataan yang terkait dengan e-recruitment. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dan sesuai dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang sudah pernah mengakses atau menggunakan situs e-recruitment sebagai sarana melamar pekerjaan.
2. Mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan program S1 minimal selama 3 tahun.

Hasil dari penelitian ini akan dijamin kerahasiaannya dan hanya menggunakan data untuk kepentingan penelitian. Apabila Saudara mengalami kendala dalam mengisi kuesioner ini, dapat menghubungi saya melalui email adilababa22@yahoo.com atau melalui whatsapp 082145089495.

Atas ketersediaan dan kerjasama Saudara saya ucapkan terima kasih. Dan Semoga partisipasi saudara dapat memberikan manfaat bagi kepentingan ilmu pengetahuan. Tuhan memberkati dan Om Shanti, Shanti, Shanti Om.

Petunjuk Pengisian

Saudara dapat mengisi sesuai dengan kondisi sebenarnya pada setiap pertanyaan dengan keterangan sebagai berikut:

1. Bacalah pertanyaan dengan baik dan teliti.
2. Pilih salah satu jawaban skala yang menurut Saudara anggap paling tepat dengan pengalaman yang Saudara rasakan.
3. Dalam pengisian kuesioner dimohon diisi dengan jujur. Karena peneliti menjamin bahwa jawaban yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Pilihan dan Keterangan Jawaban

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

[Next](#)

Pertanyaan Filter

Apakah Anda pernah menggunakan situs e-recruitment ? *

- Ya
- Tidak

Back

Next

Data Responden

Jenis Kelamin *

- Pria
- Wanita

Usia *

(Cukup tulis angka)

Your answer _____

Angkatan *

- 2014
- 2015
- 2016
- 2017

Frekuensi Menggunakan *

- 1-2 kali dalam sebulan
- 3-4 kali dalam sebulan
- 4 hingga lebih dalam sebulan

Back

Next

User Friendliness

Menurut saya situs e-recruitment mudah digunakan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, Saya dapat menemukan informasi yang menarik bagi saya dengan usaha yang minimal. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, Saya dapat dengan cepat dan mudah mendapatkan informasi karier yang saya butuhkan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, bagian karir menyediakan jalur pencarian yang mudah diikuti. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Menurut saya, situs e-recruitment mudah diakses. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Back

Next

Information Provision

Pada situs e-recruitment, informasi karier yang diberikan dapat dipercaya. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, informasi karier yang diberikan tampak benar. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, menyediakan informasi karier terkini tentang perusahaan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Mengunjungi bagian karier pada situs e-recruitment memberi saya informasi yang relevan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Informasi yang disediakan di bagian karier pada situs e-recruitment tepat untuk saya *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Back

Next

Website Usability

Saya dapat melamar pekerjaan secara efektif dengan menggunakan situs e-recruitment. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Tampilan pada situs e-recruitment nyaman digunakan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, terdapat semua fungsi dan kualitas yang saya harapkan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Pada situs e-recruitment, Saya menemukan berbagai fungsi terintegrasi dengan baik. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Back

Next

Persepsi Mahasiswa Terhadap E-Recruitment

Menggunakan situs e-recruitment membuat saya memperoleh pandangan yang memuaskan tentang peluang karier. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Menggunakan situs e-recruitment membuat saya lebih sadar akan peluang karier di masa depan. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Menggunakan situs e-recruitment memberikan saya informasi karier yang akan mengarahkan saya pada keputusan karier yang lebih baik. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Menggunakan situs e-recruitment lebih membantu saya dalam menemukan informasi karier daripada melalui sumber informasi lainnya. *

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Back

Submit



No	Apakah Anda pernah menggunakan situs e-recruitment ?	Jenis Kelamin		Usia		Angkatan		Frekuensi Menggunakan
1	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
2	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
3	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
4	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
5	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
6	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
7	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
8	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

9	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
10	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
11	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
12	Ya	Pria	2	24	6	2014	4	1-2 kali dalam sebulan
13	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
14	Ya	Wanita	1	19	1	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
15	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
16	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
17	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
18	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
19	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan

20	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
21	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
22	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
23	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
24	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
25	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
26	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
27	Ya	Pria	2	22	4	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
28	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
29	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
30	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan

31	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
32	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
33	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
34	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
35	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
36	Ya	Pria	2	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
37	Ya	Pria	2	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
38	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
39	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
40	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
41	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

42	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
43	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
44	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
45	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
46	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
47	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
48	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
49	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
50	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
51	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
52	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

53	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
54	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
55	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	3-4 kali dalam sebulan
56	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
57	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
58	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
59	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	3-4 kali dalam sebulan
60	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
61	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
62	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
63	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan

64	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
65	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
66	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
67	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
68	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
69	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
70	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
71	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
72	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
73	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
74	Ya	Wanita	1	23	5	2016	2	3-4 kali dalam sebulan

75	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
76	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
77	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
78	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
79	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
80	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
81	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
82	Ya	Wanita	1	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
83	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
84	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
85	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan

86	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
87	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
88	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
89	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
90	Ya	Wanita	1	20	2	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
91	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
92	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
93	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
94	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
95	Ya	Pria	2	22	4	2015	3	4 hingga lebih dalam sebulan
96	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

97	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
98	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
99	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
100	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
101	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
102	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	3-4 kali dalam sebulan
103	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
104	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
105	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
106	Ya	Pria	2	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
107	Ya	Wanita	1	20	2	2017	1	1-2 kali dalam sebulan

108	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
109	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
110	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
111	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
112	Ya	Wanita	1	22	4	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
113	Ya	Wanita	1	22	4	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
114	Ya	Wanita	1	24	6	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
115	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
116	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
117	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
118	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan

119	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
120	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
121	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
122	Ya	Wanita	1	22	4	2015	3	4 hingga lebih dalam sebulan
123	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
124	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
125	Ya	Pria	2	24	6	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
126	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
127	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
128	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
129	Ya	Wanita	1	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

130	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
131	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
132	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
133	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
134	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	3-4 kali dalam sebulan
135	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
136	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	4 hingga lebih dalam sebulan
137	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
138	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
139	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
140	Ya	Pria	2	22	4	2017	1	1-2 kali dalam sebulan

141	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
142	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
143	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
144	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
145	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
146	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
147	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
148	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
149	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
150	Ya	Wanita	1	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
151	Ya	Pria	2	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan

152	Ya	Wanita	1	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
153	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
154	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
155	Ya	Pria	2	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
156	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
157	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
158	Ya	Pria	2	26	8	2014	4	1-2 kali dalam sebulan
159	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
160	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
161	Ya	Wanita	1	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
162	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

163	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
164	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
165	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
166	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
167	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
168	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
169	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
170	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
171	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
172	Ya	Pria	2	22	4	2017	1	4 hingga lebih dalam sebulan
173	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

174	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
175	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
176	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
177	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
178	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	3-4 kali dalam sebulan
179	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
180	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
181	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
182	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
183	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
184	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

185	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
186	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
187	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
188	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
189	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
190	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
191	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
192	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
193	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
194	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
195	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

196	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
197	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
198	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
199	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
200	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
201	Ya	Pria	2	23	5	2014	4	1-2 kali dalam sebulan
202	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
203	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
204	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
205	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	4 hingga lebih dalam sebulan
206	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

207	Ya	Wanita	1	23	5	2015	3	3-4 kali dalam sebulan
208	Ya	Pria	2	21	3	2017	1	1-2 kali dalam sebulan
209	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
210	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
211	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
212	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
213	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
214	Ya	Pria	2	23	5	2015	2	3-4 kali dalam sebulan
215	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
216	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
217	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

218	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
219	Ya	Pria	2	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
220	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
221	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
222	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
223	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
224	Ya	Wanita	1	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
225	Ya	Pria	2	23	5	2014	4	1-2 kali dalam sebulan
226	Ya	Wanita	1	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
227	Ya	Wanita	1	21	3	2016	2	1-2 kali dalam sebulan
228	Ya	Pria	2	23	5	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

229	Ya	Pria	2	22	4	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
230	Ya	Pria	2	24	6	2015	3	1-2 kali dalam sebulan
231	Ya	Pria	2	25	7	2014	4	1-2 kali dalam sebulan
232	Ya	Pria	2	22	4	2016	2	1-2 kali dalam sebulan

No	X1 (User Friendliness)					Total X1	X2 (Information Provision)					Total X2	X3 (Website Usability)				Total X3	Y (Persepsi Mahasiswa Terhadap E-Recruitment)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
1	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
2	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19
3	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15
4	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
5	4	5	4	4	4	21	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
6	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
7	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	15	4	3	4	4	15
8	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	15	4	5	5	4	18
9	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	15	4	5	5	4	18
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
12	2	2	2	3	3	12	2	2	3	2	2	11	2	2	2	2	8	2	2	2	3	9
13	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
14	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19
15	5	5	5	5	5	25	1	2	5	1	1	10	5	5	5	5	20	5	1	5	5	16
16	4	4	4	4	5	21	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
17	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	4	3	5	17	4	5	4	5	18
18	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	3	3	3	3	12

19	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	4	3	5	17	4	5	4	5	18
21	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
22	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
23	3	4	3	4	4	18	4	4	5	3	3	19	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	4	4	4	5	17	4	3	4	4	15
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	3	5	15	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
28	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
29	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
30	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
31	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
32	5	5	4	5	5	24	3	4	5	5	5	22	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	5	25	2	2	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
34	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	5	22	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
35	5	4	4	5	4	22	2	3	2	4	3	14	5	3	4	4	16	5	5	2	4	16
36	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
37	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
38	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17
39	4	3	4	4	5	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	5	4	3	16
40	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14
41	5	4	4	4	5	22	4	4	4	5	5	22	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19
42	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16

43	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
45	4	4	5	5	3	21	4	4	5	3	3	19	5	5	4	3	17	4	5	4	4	17
46	4	4	4	3	4	19	3	3	4	3	4	17	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15
47	5	4	5	5	5	24	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
48	4	4	5	4	5	22	3	4	4	4	4	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
49	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
50	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
53	4	4	5	4	5	22	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
54	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19
55	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
56	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
57	4	3	5	4	5	21	4	4	5	4	4	21	4	5	3	3	15	4	3	3	5	15
58	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
59	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
60	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
61	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
62	4	4	4	4	4	20	5	5	3	4	4	21	4	3	4	4	15	4	3	4	4	15
63	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17
64	5	4	4	4	5	22	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	18	5	3	4	5	17
65	4	5	4	5	5	23	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20	4	3	4	3	14

67	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	3	20	3	4	3	4	14	4	5	3	4	16
68	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	3	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
70	4	3	3	2	4	16	3	3	4	4	2	16	4	4	2	2	12	4	4	4	3	15
71	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
72	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	3	18	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
73	4	4	3	3	4	18	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
74	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
76	4	3	4	4	3	18	3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
77	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	3	4	3	14	4	4	3	4	15
78	4	4	5	4	4	21	3	4	5	4	5	21	4	4	4	4	16	5	3	4	3	15
79	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
80	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
83	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
86	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	5	3	3	3	14	3	4	4	4	15
87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
88	4	5	4	3	4	20	4	4	3	3	3	17	5	5	5	4	19	3	4	2	3	12
89	3	5	5	5	4	22	4	4	5	5	5	23	5	3	3	5	16	5	5	5	3	18
90	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15

91	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
92	3	4	4	4	5	20	5	4	4	3	4	20	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15
93	3	2	2	4	5	16	4	3	2	2	2	13	4	4	3	3	14	3	4	2	3	12
94	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	21	3	5	3	3	14	5	5	5	5	20
95	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
97	4	4	4	4	4	20	4	2	4	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
98	4	4	5	4	5	22	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
99	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
100	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
101	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
102	4	4	4	4	4	20	3	4	5	5	4	21	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
103	5	5	5	4	5	24	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	20	5	5	5	3	18
104	4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18
105	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
106	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	16	3	2	3	3	11	2	3	3	3	11
107	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
108	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
110	4	4	4	5	4	21	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	16	3	2	4	4	13
111	4	4	4	2	2	16	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	14	4	3	4	4	15
112	4	4	4	3	3	18	3	3	4	3	3	16	3	2	2	3	10	4	3	3	4	14
113	4	4	4	4	2	18	3	4	3	4	3	17	3	4	3	2	12	2	2	4	4	12
114	4	3	4	4	4	19	5	4	3	3	2	17	2	5	2	4	13	4	4	5	5	18

115	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	4	21	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16
116	4	4	4	2	4	18	2	4	4	4	2	16	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
117	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
118	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
119	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	18	3	4	4	5	16
120	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	2	14	2	4	2	3	11	3	4	3	4	14
121	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13
122	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20
123	4	5	5	4	5	23	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
124	4	4	4	4	4	20	3	4	5	4	4	20	2	3	4	4	13	4	4	4	4	16
125	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
126	5	3	3	5	5	21	3	3	2	2	3	13	5	1	3	5	14	5	5	5	3	18
127	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	18	3	4	4	5	16
128	4	3	4	5	4	20	3	3	4	4	4	18	3	5	4	3	15	5	5	4	5	19
129	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15
130	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
131	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
132	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17
133	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
134	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
135	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	14	4	4	3	4	15
136	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
137	4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	4	20	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
138	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

139	4	4	5	4	4	21	3	4	5	3	3	18	5	5	3	4	17	4	4	4	4	16
140	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	4	2	12	3	4	4	3	14
141	4	4	5	4	4	21	4	3	3	4	4	18	5	4	4	3	16	5	5	5	5	20
142	4	4	5	2	5	20	4	5	5	5	3	21	5	4	4	3	16	3	4	4	4	15
143	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
144	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
145	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
146	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
147	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
148	3	4	4	4	5	20	4	4	5	5	5	23	4	3	3	3	13	4	3	4	4	15
149	4	4	3	4	4	19	5	4	4	5	4	22	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
150	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18
151	4	4	5	4	5	22	3	4	3	3	4	17	3	3	4	3	13	5	5	4	2	16
152	1	1	2	2	2	8	4	1	2	2	2	11	1	1	2	2	6	2	2	2	2	8
153	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
154	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
155	4	5	5	4	5	23	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
156	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20
157	5	4	5	4	4	22	5	4	2	4	4	19	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18
158	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
159	4	4	5	5	4	22	4	4	2	4	4	18	5	4	4	4	17	5	5	2	4	16
160	2	3	4	4	4	17	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	2	2	12
161	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	2	4	2	2	10	2	4	2	2	10
162	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	4	21	5	3	3	4	15	4	4	5	4	17

163	3	4	4	4	3	18	4	3	3	3	3	16	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13
164	4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	4	19	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
165	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17
166	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	3	20	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19
167	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
168	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
169	3	4	4	4	2	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
170	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
171	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
172	4	4	4	3	4	19	3	4	3	3	3	16	4	3	4	3	14	3	3	4	4	14
173	4	3	4	4	5	20	3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14
174	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
175	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	5	4	4	17
176	4	5	5	4	5	23	5	4	4	5	5	23	5	5	3	4	17	4	4	5	4	17
177	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
178	4	4	5	5	4	22	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18
179	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
180	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
181	4	4	4	3	5	20	4	4	3	4	3	18	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18
182	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
183	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	3	21	5	3	3	4	15	5	5	5	5	20
184	5	4	5	5	4	23	4	5	4	5	5	23	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
185	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
186	4	4	5	5	5	23	3	4	5	5	4	21	5	5	2	5	17	5	4	5	5	19

187	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
188	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19
189	4	5	4	4	5	22	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	15	4	5	3	3	15
190	4	5	4	4	5	22	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	15	4	5	3	3	15
191	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
192	4	5	4	4	3	20	5	5	4	3	3	20	3	4	4	4	15	5	5	4	4	18
193	4	4	4	3	4	19	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
194	4	5	5	4	4	22	3	3	4	4	4	18	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
195	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
196	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
197	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
198	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13
199	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
200	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
201	5	3	3	5	5	21	5	5	5	3	4	22	5	5	3	3	16	3	2	2	5	12
202	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
203	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
204	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	5	23	4	4	3	5	16	4	4	5	5	18
205	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
206	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	2	18	5	2	4	4	15	2	4	5	4	15
207	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
208	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
209	4	4	3	3	4	18	3	3	4	4	3	17	3	4	3	4	14	4	5	5	3	17
210	4	3	5	5	3	20	4	4	4	4	3	19	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19

211	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
212	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
213	2	2	2	2	2	10	3	2	2	2	2	11	2	2	2	2	8	2	3	2	2	9
214	4	5	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19
215	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
216	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
217	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
218	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15
219	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
220	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
221	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
222	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
223	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	3	18	4	4	4	3	15	3	3	4	5	15
224	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
225	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
226	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
227	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
228	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
229	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
230	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
231	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
232	4	4	5	3	5	21	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16



LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wanita	137	59.1	59.1	59.1
Pria	95	40.9	40.9	100.0
Total	232	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19	1	.4	.4	.4
20	2	.9	.9	1.3
21	54	23.3	23.3	24.6
22	131	56.5	56.5	81.0
23	38	16.4	16.4	97.4
24	4	1.7	1.7	99.1
25	1	.4	.4	99.6
26	1	.4	.4	100.0
Total	232	100.0	100.0	

Angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2017	21	9.1	9.1	9.1
2016	176	75.9	75.9	84.9
2015	30	12.9	12.9	97.8
2014	5	2.2	2.2	100.0
Total	232	100.0	100.0	

Frekuensi Menggunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-2 kali dalam sebulan	196	84.5	84.5	84.5
3-4 kali dalam sebulan	19	8.2	8.2	92.7
4 lebih dalam sebulan	17	7.3	7.3	100.0
Total	232	100.0	100.0	

LAMPIRAN UJI DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UF	232	2	5	4.26	.543
IP	232	2	5	4.11	.589
WU	232	2	5	4.15	.601
Persepsi	232	2	5	4.20	.583
Valid N (listwise)	232				

LAMPIRAN UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (UJI T, F, KOEFISIEN DETERMINASI)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.589	.584	1.512

a. Predictors: (Constant), Website Usability (X3), Information Privision (X2), User Friendliness (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	748.822	3	249.607	109.124	.000 ^b
	Residual	521.523	228	2.287		
	Total	1270.345	231			

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa Terhadap E-Recruitment (Y)

b. Predictors: (Constant), Website Usability (X3), Information Privision (X2), User Friendliness (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.175	.815		2.668	.008

User					
Friendliness (X1)	.337	.062	.390	5.423	.000
Information Privision (X2)	.148	.050	.186	2.937	.004
Website Usability (X3)	.261	.066	.269	3.992	.000

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa Terhadap E-Recruitment (Y)

