



Pengaruh *E-Recruitment*, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Perwira Purbalingga

Lutfy Ike Prasetyawati^{1*}, Dyah Supriatin²

^{1,2} Universitas Perwira Purbalingga, Indonesia

Email: lutfyikeprasetyawati@gmail.com^{1*}

Alamat: Jl. Letjen S Parman No.53, Kedung Menjangan, Kec. Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah, Indonesia 53316

*Penulis Korespondensi

Abstract. *Final-year students have a high interest in immediately entering the workforce, but the available recruitment processes often do not meet their expectations. The e-recruitment system, which is expected to be efficient and transparent, instead causes confusion and doubt. Company reputation and compensation offered are also major considerations in the decision to apply. This study aims to analyze the influence of e-recruitment, company reputation, and compensation on the interest of Perwira Purbalingga University students in applying for jobs. A quantitative method was used with a causal associative approach. A sample of 59 respondents was selected through purposive sampling from students enrolled in 2021 and 2022. Data collection was conducted through questionnaires, then analyzed using instrument testing, descriptive analysis, classical assumption testing, and multiple linear regression. The results showed that e-recruitment had a negative and insignificant effect on job application interest. Company reputation had a positive and significant effect, while compensation had a positive but insignificant effect. The coefficient of determination value of 0.319 indicates that the three variables explain 31.9% of the variation in interest in applying for jobs, while the rest is influenced by other factors not examined in this study*

Keywords: *Company Reputation; Digital Recruitment; Final Student; Interest in Applying; Workers' Compensation*

Abstrak. Mahasiswa tingkat akhir memiliki motivasi tinggi untuk segera memasuki dunia kerja, namun proses rekrutmen yang tersedia sering kali tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Sistem e-recruitment yang diharapkan dapat memberikan efisiensi dan transparansi justru menimbulkan kebingungan dan keraguan dalam proses pengambilan keputusan melamar pekerjaan. Selain itu, reputasi perusahaan dan kompensasi yang ditawarkan menjadi faktor penting yang turut memengaruhi minat melamar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa tingkat akhir Universitas Perwira Purbalingga. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Sampel sebanyak 59 responden dipilih melalui teknik purposive sampling dari mahasiswa angkatan 2021 dan 2022. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis melalui uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-recruitment memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Sebaliknya, reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan kompensasi berpengaruh positif namun tidak signifikan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,319 menunjukkan bahwa ketiga variabel menjelaskan 31,9% variasi minat melamar pekerjaan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Temuan ini memberikan gambaran penting bagi perusahaan dan institusi pendidikan dalam merancang strategi rekrutmen yang lebih efektif dan sesuai dengan preferensi calon pelamar muda.

Kata kunci: Kompensasi Kerja; Mahasiswa Akhir; Minat Melamar; Rekrutmen Digital; Reputasi Perusahaan

1. LATAR BELAKANG

Sumber daya manusia merupakan faktor utama keberhasilan organisasi, karena berkaitan dengan keterampilan, kompetensi, dan motivasi individu dalam mendukung pencapaian tujuan (Dokodemo-kerja, 2022). SDM yang berkualitas tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat

(Prasetya & Suryono, 2025). Oleh karena itu, pengelolaan SDM yang efektif menjadi prioritas untuk keberlanjutan organisasi. Salah satu aspek awalnya adalah menarik individu bergabung melalui rekrutmen, di mana minat melamar pekerjaan berperan penting dalam menentukan keberhasilan proses tersebut. Minat ini merupakan dorongan individu untuk mencari dan menggali informasi relevan guna mendukung kesiapan mengikuti seleksi kerja (Pramudita et al., 2024), yang mencerminkan ketertarikan terhadap lowongan, evaluasi peluang, hingga keputusan memilih perusahaan sebagai tempat bekerja (Manao et al., 2024).

Minat melamar kerja sangat erat kaitannya dengan proses rekrutmen yang dijalankan perusahaan, karena rekrutmen berperan penting dalam memastikan tersedianya sumber daya manusia sesuai kebutuhan (Dewi et al., 2023). Rekrutmen merupakan kegiatan untuk menarik dan memilih calon karyawan yang berpotensi memenuhi kualifikasi pekerjaan. Di era teknologi, proses ini mengalami perubahan signifikan melalui penerapan e-recruitment, yaitu penggunaan teknologi digital yang mendukung seluruh tahapan rekrutmen (Putri & Zaman, 2024). *E-recruitment* tidak hanya mencakup jangkauan pencarian kandidat, namun juga dapat mempercepat proses administrasi dengan memanfaatkan platform berbasis internet.

Perkembangan teknologi informasi juga mempengaruhi proses rekrutmen manual/tradisional yang berganti menjadi digital melalui penerapan *e-recruitment*. Sistem ini memungkinkan perusahaan menjangkau calon pelamar menjadi lebih luas dan efisien dengan menggunakan platform digital (Hayomi & Suharnomo, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Zaman, 2024) menunjukkan bahwa *e-recruitment* secara signifikan meningkatkan daya tarik perusahaan pada generasi Z. Penelitian (Sulistyanto et al., 2024) juga menunjukkan bahwa *e-recruitment* memiliki dampak positif terhadap keputusan melamar kerja di berbagai pekerjaan. Penelitian lain oleh (Handi & Safitri, 2023) menyimpulkan bahwa *e-recruitment* secara signifikan mempengaruhi minat melamar kerja di Kabupaten Bekasi.

Reputasi perusahaan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan bagi calon pelamar kerja. Reputasi perusahaan biasanya mengacu pada persepsi yang dimiliki masyarakat terhadap kualitas, kredibilitas, dan profesionalitas organisasi dalam menjalankan bisnisnya (Dodengo et al., 2024). Reputasi perusahaan juga sering kali mencerminkan integritas perusahaan serta menunjukkan potensi kemajuan dan stabilitas yang dapat diharapkan oleh karyawan (Handi & Safitri, 2023). Reputasi perusahaan pada proses rekrutmen menjadi daya tarik utama bagi pelamar kerja karena memberikan gambaran awal tentang budaya kerja dan prospek karier di perusahaan tersebut.

Reputasi mencerminkan citra positif perusahaan di mata masyarakat, yang sering dijadikan indikator lingkungan kerja yang baik dan prospek karier yang menjanjikan (Handi &

Safitri, 2023). Penelitian oleh (Dewi et al., 2023) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. (Hayomi & Suharnomo, 2024) juga menyatakan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja *fresh graduate* di Semarang. Penelitian (Setio et al., 2025) juga mengungkapkan bahwa reputasi perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada Gen Z.

Kompensasi merupakan faktor penting yang memengaruhi minat melamar pekerjaan. Kompensasi dapat dipahami sebagai bentuk penghargaan langsung maupun tidak langsung yang diberikan perusahaan atas kontribusi karyawan dalam mencapai tujuan organisasi (Yani, 2022). Kompensasi langsung mencakup gaji, insentif, bonus, dan tunjangan jabatan, sedangkan kompensasi tidak langsung berupa tunjangan, fasilitas, maupun layanan yang mendukung kesejahteraan karyawan. Bagi calon pelamar, kompensasi yang kompetitif sering menjadi pertimbangan utama dalam memilih perusahaan tujuan (Zunaidah et al., 2020).

Kompensasi yang kompetitif juga menjadi daya tarik utama bagi pelamar kerja, terutama *fresh graduate* yang mempertimbangkan aspek finansial dalam memilih pekerjaan (Shalahuddin et al., 2022). Penelitian (Hayomi & Suharnomo, 2024) menyatakan bahwa kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada *fresh graduate* di Semarang meliputi gaji pokok, tunjangan kesehatan, dan insentif tambahan. Penelitian oleh (Shalahuddin et al., 2022) menunjukkan bahwa kompensasi secara positif dan signifikan mempengaruhi minat melamar pekerjaan pada calon karyawan generasi milenial. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Dodengo et al., 2024) yang menyebutkan bahwa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Universitas Perwira Purbalingga memiliki 140 mahasiswa angkatan 2021–2022 yang sedang berada pada fase transisi menuju dunia kerja. Penelitian ini mengkaji pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan, karena kajian serupa belum pernah dilakukan di Jawa Tengah. Hasil pra-penelitian menunjukkan seluruh responden berminat tinggi untuk segera bekerja, dengan faktor penentu utama berupa kemudahan akses informasi lowongan, citra perusahaan, serta paket kompensasi. Sebagian besar responden menekankan pentingnya informasi yang jelas (93%), reputasi positif perusahaan (93%), dan gaji yang layak (87%). Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi mahasiswa dengan realita proses rekrutmen, reputasi perusahaan, dan kompensasi, sehingga perlu diteliti lebih lanjut pada mahasiswa tingkat akhir Universitas Perwira Purbalingga.

Berdasarkan *research gap*, penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Hayomi & Suharnomo, 2024) yang menemukan bahwa e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi berperan signifikan dalam menarik minat pencari kerja. Namun, penelitian tersebut memiliki keterbatasan karena sampelnya berupa fresh graduate di Kota Semarang dengan cakupan objek yang luas, sehingga hasilnya berpotensi bias. Selain itu, perbedaan karakteristik wilayah, subjek, dan tahun penelitian menunjukkan adanya celah yang belum banyak dieksplorasi, khususnya pada mahasiswa tingkat akhir di Universitas Perwira Purbalingga. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi kekosongan tersebut sekaligus menindaklanjuti saran penelitian terdahulu agar studi serupa dilakukan di lokasi dan objek berbeda guna menguji konsistensi hasil serta memperkuat relevansi dan generalisasi temuan

2. KAJIAN TEORITIS

Minat Melamar Pekerjaan

Minat melamar pekerjaan dapat dipahami sebagai proses ketertarikan individu untuk menjadi bagian dari perusahaan, yang dimulai dengan pencarian informasi, mempelajari posisi yang tersedia, hingga mengajukan (Gisheila et al., 2024). Minat ini juga dipandang sebagai dorongan dalam diri seseorang untuk mencari lowongan kerja dari berbagai perusahaan agar memperoleh pekerjaan sesuai keinginan (Sania & Saibat, 2024), serta keinginan untuk bergabung dengan tujuan memperoleh pekerjaan yang layak dengan mempertimbangkan berbagai aspek perusahaan (Dodengo et al., 2024). Faktor-faktor yang memengaruhi minat melamar antara lain citra perusahaan, kompensasi, lingkungan kerja, peluang pengembangan karier, dan proses rekrutmen (Ekhsan et al., 2022), serta employer attractiveness dan ekspektasi kerja yang mencakup reputasi, lingkungan, gaji, dan jenjang karier (Pramudita et al., 2024). Indikator minat melamar meliputi kebutuhan akan pekerjaan, penetapan pilihan, penelusuran informasi, dan pengambilan keputusan (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024). Sejalan dengan itu, indikator pencarian informasi, penentuan pilihan (job choice), dan pembuatan keputusan (decision making) sebagai bagian penting dalam mengukur minat melamar pekerjaan (Barber, 1998)

E-recruitment

E-recruitment didefinisikan sebagai pemanfaatan internet atau media sosial untuk menarik calon karyawan berbakat dan kompeten melalui situs resmi, iklan online, atau organisasi terkait (Shalahuddin et al., 2022). Proses ini juga mencakup perekrutan secara elektronik untuk menarik, menyaring, memilih, dan merekrut individu yang memenuhi

kualifikasi, sekaligus memperkuat citra perusahaan, meningkatkan komunikasi antara pencari kerja dan pemangku kepentingan, serta mengelola basis data kandidat secara lebih efektif (Sulistyanto et al., 2024). Fungsi e-recruitment antara lain mempermudah proses rekrutmen, menjangkau lebih banyak kandidat, menghemat biaya dan waktu, serta meningkatkan transparansi. Indikatornya mencakup persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kenikmatan yang dirasakan, stres, dan minat untuk menggunakan (Jenny & Santosa, 2024). Sejalan dengan itu, Davis (1989) menegaskan bahwa e-recruitment dapat diukur melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang menunjukkan sejauh mana teknologi dianggap bermanfaat dan mudah digunakan

Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan hasil evaluasi masyarakat terhadap kinerja masa lalu dan prospek masa depan yang tercermin dari kebijakan serta citra perusahaan (Setio et al., 2025). Reputasi yang baik dapat menarik minat pelamar kerja karena memberikan kesan positif dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan (Sukresno & Fadli, 2022). Faktor yang memengaruhinya meliputi kualitas produk atau jasa, layanan pelanggan, perlakuan terhadap karyawan, komunikasi, kinerja keuangan, budaya perusahaan, dan dampak lingkungan. Indikator reputasi antara lain kompetensi, keunggulan, kepercayaan, pengalaman, serta inovasi (Purba et al., 2023)

Kompensasi

Kompensasi adalah segala bentuk imbalan yang diterima seorang karyawan dari perusahaan sebagai balas jasa atas tenaga atau kontribusi yang telah diberikan. Kompensasi juga mencakup segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai imbalan atas pekerjaan mereka, baik berupa uang, barang, fasilitas, maupun kesempatan untuk mengembangkan karier (Yuliani, 2023). Luthans menambahkan bahwa kompensasi berfungsi sebagai insentif untuk memenuhi kebutuhan fisiologis dan psikologis karyawan. Werther dan Davis menyebut kompensasi sebagai penghargaan atas kontribusi terhadap organisasi, sementara Dessler mendefinisikannya sebagai segala bentuk pembayaran atau penghargaan atas pekerjaan yang dilakukan karyawan (Zunaidah et al., 2020).

Kompensasi terbagi menjadi kompensasi langsung, yaitu gaji, insentif, bonus, dan tunjangan jabatan, serta kompensasi tidak langsung berupa tunjangan, fasilitas, dan layanan tambahan yang mendukung kesejahteraan karyawan (Zunaidah et al., 2020). Tujuan kompensasi meliputi menarik dan mempertahankan tenaga kerja berkualitas, memastikan keadilan, serta meningkatkan disiplin dan motivasi kerja (Yuliani, 2023). Faktor yang memengaruhi besar kecilnya kompensasi mencakup penawaran dan permintaan tenaga kerja,

kemampuan perusahaan, produktivitas karyawan, pendidikan dan pengalaman, kondisi perekonomian, serta jenis dan sifat pekerjaan (Yuliani, 2023). Indikator kompensasi meliputi gaji, insentif, fasilitas, tunjangan kesehatan, dan layanan atau fasilitas tambahan dari perusahaan (Subakti et al., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa tingkat akhir Universitas Perwira Purbalingga. Data dikumpulkan dari populasi 140 mahasiswa angkatan 2021–2022 dengan sampel 59 responden menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara untuk memperoleh informasi demografis dan kuesioner tertutup yang disebarakan secara online.

Variabel penelitian diukur melalui indikator operasional masing-masing. Uji instrumen menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner penelitian ini valid dan reliabel. Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana setiap item kuesioner mampu mengukur aspek yang dimaksud. Dengan menggunakan data dari 59 responden dan taraf signifikansi 0,05, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2564. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung (corrected item-total correlation) lebih besar dari r tabel, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha menunjukkan bahwa semua variabel penelitian minat melamar kerja, e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$, yang menandakan instrumen penelitian ini konsisten, stabil, dan dapat dipercaya

Analisis data dilakukan dengan SPSS menggunakan uji validitas, reliabilitas, deskriptif, serta uji asumsi klasik meliputi normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Selanjutnya, pengaruh variabel independen terhadap minat melamar pekerjaan dianalisis melalui regresi linear berganda, dengan uji t untuk melihat pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R-Squared) untuk mengetahui proporsi variasi yang dijelaskan oleh variabel independen. Analisis ini bertujuan memastikan instrumen penelitian valid dan reliabel serta menilai sejauh mana e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi memengaruhi minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Table 1. Hasil Uji Normalitas (*Kolmogorov-Smirnov Test*).

Variabel	N	Asymp. Sig. (2-tailed)
<i>Unstandardized Residual</i>	59	0.200

Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual dari model regresi berdistribusi normal.

Table 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).

Variabel	Sig.
<i>E-Recruitment</i> (X1)	0.845
Reputasi Perusahaan (X2)	0.962
Kompensasi (X3)	0.958

Berdasarkan tabel 2, terlihat bahwa nilai signifikansi antara residual dengan variabel *e-recruitment* (0,845), reputasi perusahaan (0,962) dan kompensasi (0,958). Maka tidak terdapat korelasi signifikan antara residual dengan variabel independen, 81 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dalam melakukan penelitian.

Table 3. Hasil Uji Multikolinieritas.

Variabel	Tolerance	VIF
<i>E-Recruitment</i> (X1)	0.990	1.010
Reputasi Perusahaan (X2)	0.706	1.417
Kompensasi (X3)	0.704	1.421

Berdasarkan pada tabel 3, seluruh variabel bebas dalam model regresi, yaitu *E-recruitment* (X1), Reputasi Perusahaan (X2) dan Kompensasi (X3) memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF dibawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas anantara variabel bebas dan model. Maka model 82 regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas dan dapat digunakan untuk menganalisis lebih lanjut secara valid dan akurat.

Analisis Deskriptif

Table 4. Analisis Deskriptif.

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
<i>E-Recruitment</i> (X1)	59	12	25	19.58	2.541
Reputasi Perusahaan (X2)	59	22	35	28.69	3.292
Kompensasi (X3)	59	13	20	17.56	1.905
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	59	12	20	16.63	2.220

Berdasarkan analisis deskriptif, variabel penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan minat responden tergolong cukup baik dan relatif homogen. Variabel *e-recruitment* (X1) memiliki rata-rata 19,58 dengan skor minimum 12 dan maksimum 25, serta standar deviasi 2,541, menunjukkan persepsi responden terhadap *e-recruitment* cukup positif dan seragam.

Reputasi perusahaan (X2) memiliki rata-rata 28,69 dengan nilai minimum 22 dan maksimum 35 serta standar deviasi 3,292, menandakan penilaian yang cukup tinggi dengan variasi sedang antar responden. Variabel kompensasi (X3) memiliki rata-rata 17,56, nilai minimum 13, maksimum 29, dan standar deviasi 1,905, yang menunjukkan pendapat responden relatif seragam mengenai kompensasi yang diberikan. Sementara itu, minat melamar pekerjaan (Y) memiliki rata-rata 16,63 dengan skor minimum 12 dan maksimum 20 serta standar deviasi 2,220, menggambarkan minat yang cukup tinggi dan merata di antara para responden.

Analisis Regresi Berganda

Table 5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.

Variabel	B
(Constant)	5.216
<i>E-Recruitment</i> (X1)	-0.053
Reputasi Perusahaan (X2)	0.296
Kompensasi (X3)	0.225

Berdasarkan tabel 6, menghasilkan persamaan linier berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 5.216 + (-0,053 X_1) + 0,296X_2 + 0,225X_3 + \epsilon$$

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta sebesar 5,216 mencerminkan pengaruh gabungan variabel independen, yaitu e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi, terhadap minat melamar pekerjaan. Koefisien regresi e-recruitment (X1) bernilai -0,053, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada e-recruitment akan menurunkan minat melamar pekerjaan sebesar 0,053. Sementara itu, koefisien regresi reputasi perusahaan (X2) sebesar 0,296 dan kompensasi (X3) sebesar 0,225 menunjukkan bahwa peningkatan masing-masing satu satuan pada variabel tersebut akan meningkatkan minat melamar pekerjaan masing-masing sebesar 0,296 dan 0,225.

Uji T

Table 6. Hasil Uji T.

Variabel	t	Sig.
<i>E-Recruitment</i> (X1)	-0.540	0.591
Reputasi Perusahaan (X2)	3.312	0.002
Kompensasi (X3)	1.458	0.151

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel e-recruitment (X1) memiliki t hitung sebesar -0,540 dengan nilai signifikansi 0,591, lebih kecil dari t tabel 2,004. Karena t hitung < t tabel dan signifikansi > 0,05, dapat disimpulkan bahwa e-recruitment berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan secara parsial. Sementara itu, variabel reputasi perusahaan (X2) menunjukkan t hitung sebesar 3,312 dengan nilai signifikansi 0,002, lebih

besar dari t tabel 2,004. Hal ini menandakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja secara parsial. Sedangkan variabel kompensasi (X3) memiliki t hitung sebesar 1,458 dengan nilai signifikansi 0,151, lebih kecil dari t tabel 2,004. Oleh karena itu, kompensasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat melamar kerja secara parsial.

Uji F

Table 7. Hasil Uji F.

Model	F	Sig.
Regresi	8.585	0.000

Berdasarkan tabel 8, menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh dari nilai f hitung sebesar 8,585 sedangkan nilai f tabel diperoleh $df=n-k-1$ ($df=59-3-1 = 55$) 2,773. Serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya nilai tersebut $<0,005$. Maka dari analisis uji f tersebut dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen yaitu *e-recruitment* (X1), reputasi perusahaan (X2) dan kompensasi (X3) berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan (Y).

Koefisien Determinasi (*R-Squared*)

Table 8. Hasil Koefisien Determinasi.

Model	<i>R Square</i>
1	0.319

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi (*R Squared*) yang diperoleh sebesar 0,319. Hal ini menunjukkan bahwa 0,319 atau 31,9% minat melamar pekerjaan dipengaruhi oleh variabel *e-rucruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi, sedangkan 68,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan interpretasi nilai *R Squared*, tingkat hubungan tersebut termasuk dalam kategori rendah

Pembahasan

Pengaruh E-Rucruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *e-recruitment* (X1) memiliki t hitung -0,540 dengan signifikansi 0,591, lebih kecil dari t tabel 2,004 dan lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan secara parsial *e-recruitment* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Perwira Purbalingga, sehingga peningkatan *e-recruitment* cenderung tidak menimbulkan perubahan signifikan pada minat melamar kerja.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Handi & Safitri, 2023), (Dewi et al., 2023), (Sulistyanto et al., 2024), (Hayomi & Suharnomo, 2024),

dan (Dodengo et al., 2024) yang menyatakan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh variasi kualitas platform *e-recruitment* yang digunakan, perbedaan karakteristik responden, serta tingkat keterbiasaan responden dalam menggunakan sistem rekrutmen berbasis online

Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) Davis (1989), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (kegunaan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Idealnya, semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan kemudahan *e-recruitment*, semakin besar minat mereka melamar pekerjaan. Namun, hasil penelitian menunjukkan meskipun responden menilai *e-recruitment* positif, pengaruhnya terhadap minat melamar tidak signifikan. Hal ini dapat disebabkan informasi platform yang kurang lengkap, kendala teknis, atau faktor non-teknologi seperti reputasi perusahaan, lokasi kerja, dan kompensasi yang lebih dominan.

Hasil menunjukkan *ease of use* telah terpenuhi, sedangkan *usefulness* belum maksimal karena manfaat *e-recruitment* belum sepenuhnya dirasakan. Agar minat melamar meningkat, perusahaan perlu memastikan kemudahan penggunaan, kelengkapan informasi, transparansi proses seleksi, serta penawaran karier yang menarik, menunjukkan bahwa keberhasilan *e-recruitment* dipengaruhi oleh aspek teknis dan kualitas informasi yang ditawarkan.

Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel reputasi perusahaan (X2) memiliki t hitung 3,312 dengan nilai signifikansi 0,002, lebih besar dari t tabel 2,004 dan lebih kecil dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa tingkat akhir Universitas Perwira Purbalingga. Artinya, semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap reputasi perusahaan, semakin besar pula minat mereka untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Handi & Safitri, 2023), (Dewi et al., 2023), (Sulistyanto et al., 2024), (Hayomi & Suharnomo, 2024), dan (Setio et al., 2025) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM), di mana reputasi perusahaan memengaruhi Perceived Usefulness (PU). Mahasiswa menilai bahwa perusahaan dengan reputasi baik menawarkan manfaat jangka pendek maupun jangka panjang, seperti stabilitas pekerjaan, peluang pengembangan karier, dan lingkungan kerja yang kondusif. Persepsi positif terhadap reputasi perusahaan ini meningkatkan Behavioral Intention (BI), karena mahasiswa meyakini melamar ke perusahaan bereputasi baik adalah keputusan yang aman, terjamin, dan menguntungkan untuk masa depan mereka. Selain itu, reputasi

perusahaan tidak berkaitan langsung dengan Perceived Ease of Use (PEOU), namun citra positif tercermin melalui penyajian informasi yang jelas, transparansi sistem rekrutmen, dan kemudahan akses rekrutmen daring. Hasil kuesioner menunjukkan mayoritas responden sangat memperhatikan reputasi perusahaan sebelum melamar, bahkan lebih dari faktor kompensasi. Reputasi perusahaan berperan sebagai daya tarik awal sekaligus membentuk persepsi positif, yang secara signifikan meningkatkan minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan, memperkuat kredibilitas perusahaan, dan memberikan rasa aman bagi calon karyawan dalam mengambil keputusan.

Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Hasil uji t untuk variabel kompensasi (X3) menunjukkan t hitung sebesar 1,458 dengan nilai signifikansi 0,151, sementara t tabel untuk $df = 55$ adalah 2,004. Karena t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, kompensasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa Universitas Perwira Purbalingga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kompensasi cenderung meningkatkan minat melamar pekerjaan, pengaruhnya tidak cukup kuat secara statistik untuk dianggap signifikan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shalahuddin et al., 2022), (Putri & Zaman, 2024), dan (Hayomi & Suharnomo, 2024) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Sebaliknya temuan ini sejalan dengan penelitian oleh (Handi & Safitri, 2023) yang menyimpulkan bahwa kompensasi berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), kompensasi dipandang sebagai salah satu faktor yang memengaruhi persepsi mahasiswa tingkat akhir Universitas Perwira Purbalingga terhadap kegunaan sistem rekrutmen, di mana gaji pokok, tunjangan, dan insentif dianggap sebagai manfaat nyata yang diperoleh jika diterima bekerja. Transparansi informasi mengenai besaran gaji, struktur tunjangan, serta fasilitas tambahan yang mudah diakses dan disajikan secara sederhana melalui *e-recruitment* juga berkaitan dengan Perceived Ease of Use (PEOU), sehingga memudahkan mahasiswa melakukan pertimbangan yang cepat dan efisien terhadap kelayakan tawaran pekerjaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mayoritas mahasiswa menilai kompensasi penting dan memberikan jawaban setuju atau sangat setuju pada indikator yang diajukan, pengaruhnya terhadap minat melamar pekerjaan bersifat positif namun tidak signifikan secara statistik. Hal ini menandakan bahwa kompensasi saja belum cukup mendorong mahasiswa untuk melamar pekerjaan; faktor lain seperti reputasi perusahaan,

kesempatan pengembangan karier, serta kesesuaian bidang pekerjaan lebih dominan memengaruhi keputusan mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kombinasi faktor finansial dan non-finansial untuk meningkatkan minat calon pelamar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tingkat akhir Universitas Perwira Purbalingga sudah cukup familiar dengan sistem e-recruitment, namun penggunaannya belum sepenuhnya meningkatkan minat melamar pekerjaan karena tampilan, informasi, dan prosedur yang kurang mendukung; e-recruitment secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Sebaliknya, reputasi perusahaan menjadi pertimbangan utama bagi mahasiswa, di mana citra positif, kredibilitas, dan ulasan publik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, sehingga semakin baik reputasi perusahaan, semakin tinggi minat pelamar. Kompensasi berupa gaji, tunjangan, dan fasilitas kerja juga diperhatikan, tetapi pengaruhnya hanya positif dan tidak signifikan, menunjukkan bahwa meskipun faktor finansial penting, keputusan melamar lebih dipengaruhi oleh reputasi perusahaan dan kenyamanan proses rekrutmen.

Melalui hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Perusahaan perlu mengevaluasi sistem e-recruitment agar lebih ramah dan jelas bagi pelamar muda melalui perbaikan desain antarmuka, kejelasan instruksi, serta transparansi proses. Reputasi perusahaan juga terbukti berpengaruh signifikan, sehingga penting bagi perusahaan untuk mempertahankan citra positif melalui publikasi keberhasilan, program tanggung jawab sosial, dan testimoni karyawan. Selain itu, meskipun kompensasi berpengaruh positif namun tidak signifikan, perusahaan tetap disarankan menawarkan paket yang kompetitif serta menonjolkan benefit non-finansial seperti peluang pelatihan, jenjang karier, dan keseimbangan hidup-kerja. Di sisi lain, mahasiswa perlu dibekali pemahaman bahwa kompensasi bukanlah satu-satunya faktor dalam memilih pekerjaan agar mampu mengambil keputusan yang lebih rasional dan berorientasi jangka panjang. Untuk penelitian mendatang, disarankan memperluas jumlah serta cakupan responden, menambahkan variabel lain seperti lingkungan kerja, keamanan kerja, dan peluang pengembangan karier, serta menerapkan metode campuran agar data yang diperoleh lebih komprehensif, valid, dan mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- Barber, A. (1998). *Recruiting Employees: Individual And Organizational Perspectives*. In Sage Publications, Inc. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452243351>
- Dewi, P. E. M. R., Mujiati, N. W., Wibawa, I. M. A., & Dana, I. M. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(12), 2405–2413.
- Dodengo, A. M., Lumintang, G. G., & Sumarauw, J. S. B. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Semester Akhir Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba*, 13(1), 618–628.
- Dokodemo-Kerja. (2022). Pengertian Manajemen Sdm Menurut Para Ahli Dan Tujuannya. Dokodemo-Kerja.Com. [https://dokodemo-kerja.com/blog/ind/info-hrd/manajemen-sdm-menurut-para-ahli/#:~:Text=Kerja Yang Efektif,-6. Anwar Prabu Mangkunegara,Dalam Rangka Mencapai Tujuan Organisasi](https://dokodemo-kerja.com/blog/ind/info-hrd/manajemen-sdm-menurut-para-ahli/#:~:Text=Kerja%20Yang%20Efektif,-6.AnwarPrabuMangkunegara,DalamRangkaMencapaiTujuanOrganisasi)
- Ekhsan, M., Putri Ayu Jayanti, N. K., & Dhyan Parashakti, R. (2022). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Kompensasi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (Jpmk)*, 2(1), 16–29. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v2i1.105>
- Feliana, F., & Gafar Yoedtadi, M. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Instagram Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Feb Untar. *Kiwari*, 3(3), 448–456. <https://doi.org/10.24912/ki.v3i3.31968>
- Gisheila, V. M., Utomo, W., & Hadikusuma, R. (2024). Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Lokasi Kantor Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Pengguna Jobstreet Di Depok)". *Jurnal Administrasi Profesional*, 05(01).
- Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi. *Jambura*, 6(1).
- Hayomi, Y. A., & Suharnomo. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 1147–1156. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.8391>
- Jenny, A. P., & Santosa, A. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Media Sosial, Dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z Untuk Melamar Pekerjaan. *Journal Of Business And Halal Industry*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i3.176>
- Manao, Y., Benammi, K. S., Aqila, M. D., Butar, A. F., Soleh, R., Siregar, O., & Siregar, A. (2024). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Kerja Di Pt.Telekomunikasi Indonesia Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 881–887 .
- Pramudita, D. P. D., Kriswianti, I. E. P., & Bhimasta, R. A. (2024). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Ekspektasi Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 07(2013), 470–478.
- Prasetya, A. D., & Suryono, D. W. (2025). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Rekrutmen, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja. *Jurnal Manajemen Stei*, 8(1), 69–80. <https://doi.org/10.36406/jmstei.v8i1.36>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan

- Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Putri, I. D., & Zaman, K. (2024). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, Dan E-Rekrutment Terhadap Daya Tarik Perusahaan Bagi Pelamar Kerja (Studi Pada Generasi Z Di Tribuana Global Group). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 449. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2998>
- Sania, & Saibat. (2024). Pengaruh Branding Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Bagi Mahasiswa Dan Alumni Perguruan Tinggi Kota Surabaya Di Pt. Bma. *Soetomo Management Review*, 2 (4), 560–577.
- Setio, A. H., Nurlaeli, F., & Claudya, M. (2025). Pengaruh Reputasi Perusahaan & Sosial Media Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Stibisnis Tegal). *Pjeb: Perwira Journal Of Economy & Business*, 115–128.
- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi Dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>
- Subakti, M., Ariza, F., & Rofik, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kompensasi Karyawan Bank. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(1), 1–7.
- Sukresno, R. A., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja. *Journal Of Advances In Digital Business And Entrepreneurship*.
- Sulistyanto, H., Bernarto, I., Sulistyanto, H., & Bernarto, I. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Employer Brand, Company's Reputation Dan Work Life Balance Terhadap Applying For Jobs. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat) Pengaruh*, 11 (1), 1312–1327.
- Yani, A. (2022). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Rizki Abadi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 5185–5188.
- Yuliani, I. (2023). *Buku Manajemen Sumberdaya Manusia*.
- Zunaidah, Susetyo, D., & Hadjri, M. I. (2020). *Kompensasi (Cetakan Pe)*. Unsri Press.