



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Analisis Pengaruh *Company Familiarity*, *Functional Attributes* dan *Symbolic Attributes* terhadap *Job Seeker Attraction* pada Perusahaan Startup Tokopedia : Telaah Pada *Job Seekers* di Jakarta dan Tangerang” yang dilakukan penulis dengan menggunakan SPSS, maka penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan profil responden sebanyak 110 responden yang didapat pada *main-test*, mayoritas responden pada penelitian ini adalah :
 - a. Berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 responden atau sebanyak 58%
 - b. Berusia 20-24 tahun sebanyak 86 responden atau sebanyak 78%
 - c. Berdomisili di daerah Tangerang sebanyak 71 responden atau sebesar 65%
 - d. Pendidikan terakhir yang ditempuh ialah Sarjana (S1) sebanyak 59 responden atau sebesar 54%.
2. Kesimpulan berdasarkan hasil hipotesis:

H1: *Company familiarity* berpengaruh positif terhadap *job seeker attraction*.

Berdasarkan Uji T variabel *company familiarity* terhadap *job seeker attraction* memiliki nilai signifikan 0.002 yang artinya nilai ini dikehendaki

karena lebih kecil dari 0.050. hal ini juga didukung oleh hasil T_{hitung} yang menunjukkan nilai 3.222 dimana nilai ini memiliki nilai yang lebih besar dari ketentuan pada t_{tabel} yaitu >1.6591 . kemudian untuk uji regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi X sebesar 0.551, ini berarti apabila terdapat kenaikan satu unit dalam *company familiarity*, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0.551 poin pada *job seeker attraction*

H2: *Functional attributes* berpengaruh positif terhadap *job seeker attraction*.

Berdasarkan Uji T variabel *functional attributes* terhadap *job seeker attraction* memiliki nilai signifikan 0.001 yang artinya nilai ini dikehendaki karena lebih kecil dari 0.050. hal ini juga didukung oleh hasil T_{hitung} yang menunjukkan nilai 3.581 dimana nilai ini memiliki nilai yang lebih besar dari ketentuan pada t_{tabel} yaitu >1.6591 . kemudian untuk uji regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi X sebesar 0.362, ini berarti apabila terdapat kenaikan satu unit dalam *functional attributes*, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0.362 poin pada *job seeker attraction*.

H3: *Symbolic attributes* berpengaruh positif terhadap *job seeker attraction*.

Berdasarkan Uji T variabel *symbolic attributes* terhadap *job seeker attraction* memiliki nilai signifikan 0.001 yang artinya nilai ini dikehendaki karena lebih kecil dari 0.050. hal ini juga didukung oleh hasil T_{hitung} yang menunjukkan nilai 3.373 dimana nilai ini memiliki nilai yang lebih besar dari ketentuan pada t_{tabel} yaitu >1.6591 . kemudian untuk uji regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi X sebesar 0.520, ini berarti apabila terdapat kenaikan

satu unit dalam *functional attributes*, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0.551 poin pada *job seeker attraction*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan Lain

Berdasarkan implikasi yang telah dibahas pada bab sebelumnya, penulis hendak memberikan saran kepada perusahaan lain yang memiliki masalah yang berkaitan dengan *job seekers attraction*. Penulis menyarankan perusahaan dalam meningkatkan ketertarikan minat *potential job seekers* dengan cara :

1. Memberikan informasi sebanyak mungkin kepada pencari kerja. Perusahaan dapat memberikan informasi deskripsi pekerjaan yang jelas dan mudah ditemukan, misalnya saja di halaman website mereka. Tidak hanya memberikan position title, tetapi juga memberikan deskripsi pekerjaan yang menyeluruh. Berikan informasi sebanyak mungkin, termasuk berapa besar gaji untuk posisi tersebut dan *benefit* apa saja yang akan mereka terima, dan saran dari penulis berikan pula *benefit* asuransi kesehatan untuk rumah sakit swasta guna menarik minat para pencari kerja.
2. Penulis menyarankan perusahaan lain untuk tidak hanya sebatas mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan saja, melainkan juga mempromosikan perusahaan sebagai pemberi kerja yang potensial,

dengan cara datang ke kampus – kampus mengadakan *job fair* atau *company visit* guna calon pelamar agar lebih dalam mengenal sebuah perusahaan.

Saran lain yang bisa penulis berikan untuk lebih meningkatkan *company familiarity* dengan cara menggunakan karyawan internal maupun mantan karyawan untuk bercerita tentang pengalamannya selama bekerja di perusahaan terkait, cerita ini dapat dibuat dengan kreatif melalui video yang nantinya dapat diunggah di website atau youtube resmi perusahaan. Menggunakan cerita personal yang positif tentang bagaimana rasanya bekerja atau pernah menjadi bagian dalam team sebuah perusahaan dapat menjadi strategi marketing dalam mempromosikan sebuah perusahaan sebagai pemberi lapangan pekerjaan dan hal yang tepat untuk membangun koneksi antara sebuah perusahaan dengan calon pelamar

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan dari kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran untuk penelitian selanjutnya antara lain :

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan satu atau beberapa variabel baru yang dapat mempengaruhi *job seeker attraction*. Karena berdasarkan uji yang telah penulis lakukan variabel independen (*company familiarity*, *functional attributes* dan *symbolic attributes*) yang terdapat pada penelitian ini sebesar 85% mempengaruhi *job seeker attraction*, sedangkan 15% nya lagi

dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat mencari dan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *job seeker attraction*.

2. Penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah untuk responden hingga Jabodetabek, karena penulis hanya ingin fokus kepada wilayah Jakarta dan Tangerang saja. Atau bahkan penelitian ini dapat dilakukan untuk melihat ketertarikan pada wilayah pada kota-kota yang tidak sebesar Jakarta dan Tangerang, yaitu kota-kota kecil atau bahkan di wilayah perdesaan.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah role model perusahaan yang akan diteliti menjadi 3 atau lebih perusahaan, karena dalam penelitian ini hanya fokus kepada perusahaan startup Tokopedia. Penulis menyarankan penelitian selanjutnya dapat meneliti ketertarikan perusahaan pada perusahaan yang di beri julukan 'Unicorn' yaitu Go-jek, Bukalapak dan Traveloka.

