



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 yang penulis lakukan dengan menggunakan teknik analisis SEM (*structural equation model*) terhadap “Analisis Pengaruh *Information Quality* Terhadap *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Playfulness* Serta Implikasinya Pada *Attitude Toward LinkedIn: Telaah Pada Job Seekers* generasi millennial Di Jabodetabek”, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil data analisis profil responden yang telah diperoleh melalui penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:
  - a. Responden dengan jenis kelamin wanita yaitu sebanyak 52% atau setara dengan 68 orang dari 132 responden
  - b. Berusia 20-24 tahun yaitu sebanyak 69% atau setara dengan 91 orang dari 132 responden
  - c. Berdomisili di Tangerang yaitu sebanyak 45% atau setara dengan 60 orang dari 132 responden
  - d. Berpendidikan akhir S1 yaitu sebanyak 95% atau setara dengan 126 orang dari 132 responden
  - e. Kepemilikan LinkedIn yaitu sebanyak 100% atau setara dengan 132 orang dari 132 responden.

- f. Pemakaian situs selain LinkedIn dalam pencarian kerja yaitu sebanyak 87% atau setara dengan 115 orang dari 132 responden
2. Berdasarkan hasil penilaian para responden penelitian terhadap indikator-indikator pada variabel *information quality*, secara keseluruhan penilaian para responden memperoleh hasil *mean* sebesar 4.0625 dengan kategori “Baik” dan indikator dalam variabel *information quality* yang paling menonjol adalah indikator yang menyatakan bahwa informasi lowongan pekerjaan yang ada di LinkedIn bermanfaat (IQ3)
  3. Berdasarkan hasil penilaian para responden penelitian terhadap indikator-indikator pada variabel *perceived usefulness*, secara keseluruhan penilaian responden memperoleh hasil *mean* sebesar 4.1742 dengan kategori “Baik” dan indikator dalam variabel *perceivedusefulness* yang paling menonjol adalah indikator yang menyatakan bahwa LinkedIn meningkatkan kualitas pencarian kerja *job seekers* (PU4)
  4. Berdasarkan hasil penilaian para responden penelitian terhadap indikator-indikator pada variabel *perceived playfulness*, secara keseluruhan penilaian responden memperoleh hasil *mean* sebesar 3.4788 dengan kategori “Baik” dan indikator dalam variabel *perceivedplayfulness* yang paling menonjol adalah indikator yang menyatakan bahwa *job seekers* merasa senang melakukan pencarian kerja di LinkedIn (PP3)
  5. Berdasarkan hasil penilaian para responden penelitian terhadap indikator-indikator pada variabel *attitude toward* LinkedIn, secara keseluruhan penilaian responden memperoleh hasil *mean* sebesar 4.1792 dengan kategori

“Sangat Baik” dan indikator dalam variabel *attitude toward* LinkedIn yang paling menonjol adalah indikator yang menyatakan bahwa *job seekers* merasa sangat puas dengan banyaknya alternatif lowongan kerja di LinkedIn (ATW3).

6. H1: *Information Quality* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *information quality* terhadap *perceived usefulness* dengan nilai *t-value* sebesar 6.00 sehingga hipotesis terbukti dan dapat disimpulkan bahwa variabel *information quality* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.
7. H2: *Information Quality* berpengaruh positif terhadap *perceived playfulness* Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *information quality* terhadap *perceived playfulness* dengan nilai *t-value* sebesar 4.72 sehingga hipotesis terbukti dan dapat disimpulkan bahwa variabel *information quality* berpengaruh positif terhadap *perceived playfulness*.
8. H3: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward* LinkedIn Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *perceived usefulness* terhadap *attitude toward* LinkedIn dengan nilai *t-value* sebesar 3.08 sehingga hipotesis terbukti dan dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward* LinkedIn

9. H4: *Perceived playfulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward* LinkedIn

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *perceived playfulness* terhadap *attitude toward* LinkedIn dengan nilai *t-value* sebesar 2.17 sehingga hipotesis terbukti dan dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived playfulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward* LinkedIn.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran untuk *employer*

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *information quality*, indikator IQ2 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini setuju bahwa informasi lowongan pekerjaan yang ada di LinkedIn cukup memadai bagi mereka. Pada indikator tersebut memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar *employer* untuk lebih transparan dalam seputar informasi lowongan kerja yang diberikan kepada para pencari kerja.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *perceived usefulness*, indikator PU2 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini setuju bahwa LinkedIn membuat proses pencarian kerja mereka lebih efisien. Pada indikator memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar *employer* memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh LinkedIn seperti fitur *apply now* yang juga terdapat pada LinkedIn.

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *perceived playfulness*, indikator PP1 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini cukup setuju bahwa mereka lupa waktu ketika menggunakan LinkedIn. Pada indikator memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar *employer* menambah konten untuk LinkedIn perusahaan seperti artikel-artikel yang berguna bagi para *job seekers*.
4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *attitude toward* LinkedIn, indikator ATW1 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini setuju bahwa mereka puas dengan informasi terkait pekerjaan yang tersedia dalam LinkedIn. Pada indikator memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar *employer* dapat menyediakan *complete information* mengenai suatu informasi pekerjaan yang di posting pada LinkedIn.

### **5.2.2 Saran untuk perusahaan**

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *information quality*, indikator IQ2 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini setuju bahwa informasi lowongan pekerjaan yang ada di LinkedIn cukup memadai bagi mereka. Pada indikator tersebut memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar LinkedIn menambah fitur *most related jobs based on information* yang didasarkan pada informasi yang hendak diketahui para pengguna.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *perceived usefulness*, indikator PU2 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini setuju bahwa LinkedIn membuat proses pencarian kerja mereka lebih efisien. Pada indikator memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar LinkedIn dapat menambah fitur filter search history sehingga para pencari kerja dapat melihat lowongan-lowongan kerja yang sesuai dengan mereka dan dapat menambah produktivitas serta efisiensi waktu mereka dalam melakukan pencarian kerja.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *perceived playfulness*, indikator PP1 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini cukup setuju bahwa mereka lupa waktu ketika menggunakan LinkedIn. Pada indikator memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar LinkedIn dapat menambahkan fitur customize tampilan pada LinkedIn seperti warna pada tampilan dan penambahan fitur mode malam agar para pencari kerja merasa betah dalam melakukan pencarian pekerjaan.
4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *attitude toward* LinkedIn, indikator ATW1 dengan pernyataan *job seekers* (para pencari kerja) saat ini setuju bahwa mereka puas dengan informasi terkait pekerjaan yang tersedia dalam LinkedIn. Pada indikator memiliki nilai *mean* terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan LinkedIn untuk menyediakan informasi yang mudah dimengerti oleh para *job seekers*. Selain itu LinkedIn juga dapat mengajak para *employer* untuk menyediakan

informasi perihal lowongan pekerjaan secara lengkap, dan terus menambah *brand & product awareness* dan kerja sama dengan para *employer* lainnya agar LinkedIn dapat menjadi platform pencari kerja yang lengkap akan lowongan pekerjaan.

### **5.2.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

1. Penelitian ini dibatasi oleh empat variabel diantaranya adalah *information quality*, *perceived usefulness*, *perceived playfulness*, dan *attitude toward* LinkedIn. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel *behavioral intention* sebagaimana sesuai dengan model lengkap TAM dan penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan pengaruh antar hipotesis
2. Penelitian selanjutnya dapat meneliti pada aplikasi/situs pencari kerja lainnya tak hanya dalam ruang lingkup LinkedIn.
3. Penelitian selanjutnya dapat lebih menspesifikasikan daerah tak hanya Jabodetabek ataupun lebih memiliki ruang lingkup yang lebih luas seperti daerah Jawa Barat
4. Penelitian selanjutnya dapat meneliti *job seekers* dengan kategori *new entrant*
5. Penelitian selanjutnya dapat berfokus pada sisi *employer* terhadap LinkedIn