

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil *indepth interview* dan survey kilat pada instagram peneliti, peneliti menemukan fenomena adanya hubungan antara *employer brand attractiveness* dengan *Intention to apply* para responden terhadap *startup* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang peneliti lakukan dimana tiga dari empat hipotesis memiliki hubungan yang positif terhadap *Intention to apply* pada *startup* Shopee.

Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini. Dapat dijelaskan juga bahwa dari penelitian ini model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, karena data pada penelitian ini telah sesuai dengan ketentuan dimana pada grafik histogram dan grafik *p-plot data* menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonalnya Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan membuktikan tiga dari empat hipotesis diterima, dimana *development value* memiliki nilai hubungan positif dengan *intention to apply* tertinggi dimana signifikannya 0.000, dilanjutkan dengan *value interest* memiliki signifikan 0.004 dan *economic value* memiliki signifikan 0.013.

Berdasarkan, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap “Pengaruh *Employer Brand Attractiveness* terhadap *Intention to Apply* pada

*startup* Shopee: Telaah pada *Job Seekers* Generasi Z di Jabodetabek”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner dapat disimpulkan dari sisi demografi bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah:
  - a. Berjenis kelamin perempuan, sebanyak 134 responden atau setara dengan 73%.
  - b. Rentang usia 17-25 tahun sebanyak 183 orang atau setara dengan 100%.
  - c. Pendidikan terakhir yaitu Sarjana (S1) sebanyak 65 responden atau setara dengan 36%.
  - d. Berdomisili di Tangerang sebanyak 68 orang atau setara dengan 37,2%.
  - e. Memiliki ketertarikan untuk bekerja di *startup* sebanyak 183 orang atau setara dengan 100%.
  - f. Memiliki pengetahuan tentang Shopee sebanyak 183 orang atau setara dengan 100%
  - g. Memiliki ketertarikan untuk bekerja di Shopee sebanyak 183 orang atau setara dengan 100%.
2. Berdasarkan hasil hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. H1: *Value interest* memiliki hubungan positif dengan *intention to apply* pada *startup* Shopee. Hipotesis ini dapat dikatakan memiliki hubungan positif karena memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.895 yang berarti nilai  $t_{hitung}$  lebih besar

dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.653. Pada nilai signifikansi memiliki nilai 0.004 yang berarti nilai signifikansi pada uji statistik t ini di bawah 0.05. Berdasarkan seluruh nilai yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti variabel *value interest* memiliki hubungan positif dengan variabel *intention to apply*

- b.  $H_2$ : *Social values* tidak memiliki hubungan positif dengan *Intention to apply* pada *startup* Shopee. Hipotesis ini dapat dikatakan tidak memiliki hubungan positif karena nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.653. Pada nilai signifikansi memiliki nilai 0.594 yang berarti nilai signifikansi pada uji statistik t melebihi 0.05. Berdasarkan seluruh nilai yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti variabel *social value* tidak memiliki hubungan positif dengan variabel *intention to apply*.
- c.  $H_3$ : *Economic value* memiliki hubungan positif dengan *Intention to apply* pada *startup* Shopee. Hipotesis ini dapat dikatakan memiliki hubungan positif karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.653. Pada nilai signifikansi memiliki nilai 0.013 yang berarti nilai signifikansi pada uji statistik t ini di bawah 0.05. Berdasarkan seluruh nilai yang dihasilkan, dapat

disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti variabel *economic value* memiliki hubungan positif dengan variabel *intention to apply*.

- d.  $H_4$ : *Development value* memiliki hubungan positif terhadap *Intention to apply* pada *startup* Shopee. Hipotesis ini dapat dikatakan memiliki hubungan positif karena memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.653. Pada nilai signifikansi memiliki nilai 0.000 yang berarti nilai signifikansi pada uji statistik t ini di bawah 0.05. Berdasarkan seluruh nilai yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti variabel *development value* memiliki hubungan positif dengan variabel *intention to apply*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan berdasarkan Hipotesis

Berdasarkan penelitian ini, maka dapat diberikan saran berdasarkan saran teoritis dan praktis. Berikut ini merupakan saran-saran penelitian, yaitu:

- a. Berdasarkan hasil penelitian, indikator *Employer brand attractiveness* yang memiliki pengaruh paling besar terhadap *Intention to apply* adalah *development value*. Oleh sebab itu, Shopee dapat meningkatkan hal tersebut dimana Shopee harus mampu memunculkan citra yang baik bahwa industri *e-commerce* ini

merupakan peluang yang baik dan hampir karyawannya puas ketika bergabung dengan Shopee, salah satunya melalui *job opportunities* yang lebih besar dan menarik di dalam perusahaan bagi generasi Z. Cara yang dapat dilakukan yaitu melakukan *job posting* yang menarik misal mencantumkan *video company profile* yang menarik, yang berisikan bagaimana suasana dan *career path* yang akan mereka bisa rasakan atau dapatkan ketika bergabung dengan Shopee. Dengan membangun citra perusahaan yang baik, maka akan muncul ketertarikan dan niat para pelamar untuk *apply* ke perusahaan dibandingkan harus menjual gaji dan benefit seperti apa yang akan mereka dapatkan (Sivertzen, 2013).

- b. Hal lain yang dapat dilakukan Shopee yaitu melakukan *event* seperti webinar atau *campaign* CSR kepada masyarakat setempat agar nama Shopee dapat menimbulkan citra yang baik di mata *jobseekers* dengan asumsi Shopee merupakan *startup* yang mampu memberikan dampak sosial di Indonesia (Budiman dan Handayani, 2016). *Event* yang dapat dibuat oleh Shopee bisa melalui webinar mengenai *startup's growth*, kompetisi *jobseekers* di dunia kerja, tips membuat CV yang baik tujuannya adalah lagi-lagi untuk menaikkan minat para *jobseekers* atau *audience* kepada Shopee.
- c. Shopee dapat melakukan *benchmarking* dengan *e-commerce* nomor 1 Indonesia yaitu Tokopedia. Bisa ditelaah lebih lanjut hal-hal apa saja yang dapat membuat Tokopedia menjadi nomor 1 di Indonesia dari sudut pandang *jobseekers*.

### 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti dapatkan, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan 4 dimensi *Employer brand attractiveness*, diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan 5 indikator *Employer brand attractiveness*, yaitu menambahkan indikator *Value of Cooperation*.
2. Peneliti selanjutnya bisa lebih memperluas rentang usia dalam penelitian mengenai *Employer brand attractiveness* dan *Intention to apply*.
3. Peneliti selanjutnya bisa meneliti pada bidang *startup* lain seperti *financial technology*, transportasi, atau *artificial intelegent* (AI).
4. Peneliti selanjutnya dapat meneliti startup e-commerce lain seperti Lazada, BukaLapak, Blibli, JD.ID dan lain-lain.

### 5.2.3 Limitasi Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa kekurangan, dimana kekurangan tersebut berada pada indikator variabel yang digunakan peneliti. Acuan dalam membuat indikator di dapatkan dari jurnal utama maupun pendukung yang digunakan. Beberapa indikator yang peneliti maksud yaitu pada VI1, VI2, VI3, EV4 dan IA5. Setiap indikator idealnya harus mampu mengukur satu hal saja, namun pada penelitian ini ada beberapa indikator yang mengukur dua hal sekaligus. Hal ini bisa saja memunculkan bias dan ketidakakuratan

dalam melakukan pengukuran. Penelitian kedepannya diharapkan lebih memerhatikan setiap hal yang di ukur dalam satu indikator agar pengukuran yang dilakukan dapat lebih akurat dan valid.

Pada penelitian ini juga terdapat kurang spesifiknya informasi mengenai subjeknya yaitu generasi Z. Idealnya pada penelitian ini harus ada kejelasan mana responden generasi Z yang sudah pernah bekerja namun sedang mencari peluang baru dan generasi Z yang baru mau bekerja. Harapannya untuk penelitian selanjutnya bisa semakin memperjelas gambaran respondennya.