

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil riset dengan judul “Pengaruh *Usability*, *Attractiveness*, *Innovativeness*, *Company Image* terhadap *Job Pursuit Intention* Pada *Online Job Portal*”, didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Usability*

Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *Usability* (X1) terhadap *Job Pursuit Intention* (Y), dikarenakan nilai t-hitung > t-table ( $2,457 > 1,9765$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,015 < 0,05$ . Sehingga terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap Y, atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka demikian, hasil penelitian terbukti bahwa kemudahan dan kegunaan (*usability*) pada *job portal* memiliki pengaruh positif terhadap niat pelamar untuk melamar (*job pursuit intention*).

2. *Attractiveness*

Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *Attractiveness* (X2) terhadap *Job Pursuit Intention* (Y), dikarenakan nilai t-hitung > t-table ( $3,658 > 1,9765$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga terdapat pengaruh antara variabel X2 terhadap Y, atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka demikian, hasil penelitian terbukti bahwa

*attractiveness* pada *job portal* memiliki pengaruh positif terhadap niat pelamar untuk melamar (*job pursuit intention*).

3. *Innovativeness*

Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *Innovativeness* (X3) terhadap *Job Pursuit Intention* (Y), dikarenakan nilai t-hitung  $>$  t-table ( $4,601 > 1,9765$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga terdapat pengaruh antara variabel X3 terhadap Y, atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka demikian, hasil penelitian terbukti bahwa *innovativeness* pada *job portal* memiliki pengaruh positif terhadap niat pelamar untuk melamar (*job pursuit intention*).

4. *Company Image*

Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *Company Image* (X4) terhadap *Job Pursuit Intention* (Y), dikarenakan nilai t-hitung  $>$  t-table ( $4,047 > 1,9765$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga terdapat pengaruh antara variabel X4 terhadap Y, atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka demikian, hasil penelitian terbukti bahwa *company image* pada *job portal* memiliki pengaruh positif terhadap niat pelamar untuk melamar (*job pursuit intention*).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Untuk *Job Portal*

Merujuk dari hasil riset, ada berbagai saran yang bisa peneliti berikan untuk *Job Portal*, yaitu:

#### a) *Usability*

Peneliti menyarankan agar *job portal* bisa memberikan format yang mudah dipahami. Seperti salah satunya ukuran font tidak terlalu kecil atau tidak terlalu besar yang penting ukuran sesuai dan mudah dibaca dengan jelas. *Font* memiliki peran penting untuk *job portal*, memilih desain *font* yang tepat dapat meningkatkan sisi estetika halaman *job portal* dan dapat mempermudah pengunjung untuk membaca konten dan dapat memengaruhi performa secara negatif maupun positif. Maka *font* yang digunakan untuk *job portal* harus font-font terbaik seperti Arial, Times New Roman, Helvetica, dan lainnya.

Peneliti juga menyarankan untuk meningkatkan kemudahan dalam menggunakan *job portal* seperti informasi lowongan pekerjaan mudah dicari, informasi-informasi lainnya mudah didapatkan, dan *fitur* (*sort*, *filter*) mudah digunakan. Kemudian, *job portal* harus meningkatkan pemberitahuan informasi yang selalu baru tentang lowongan pekerjaan, perusahaan, berita dunia pekerjaan, dan sebagainya. Selain itu, mempertahankan dalam hal memberikan informasi yang mudah dimengerti dan sesuai dengan kebutuhan para pencari kerja. Seperti info

lowongan pekerjaan dari posisi, perusahaan, industri, gaji, alamat dan informasi lainnya mudah dibaca dengan jelas.

b) *Attractiveness*

Peneliti menyarankan agar job portal bisa memberikan format yang konsisten. Jangan terlalu cepat untuk mengganti format pada web. Dikarenakan biasanya ketika pelamar yang menggunakan *job portal* sudah terbiasa dengan format tersebut mereka akan merasa nyaman dan tidak asing lagi dengan tata letak dan bentuk suatu web.

Peneliti juga menyarankan *job portal* untuk menekankan ciri khas yang menjadi karakteristik agar pelamar sudah familiar dengan *job portal* yang biasa digunakan untuk mempertahankan loyalitas pengguna. Dengan demikian perusahaan *job portal* harus memberikan fitur, konten, visual, format, arsitektur yang menarik, baik dan konsisten agar pelamar niat untuk melamar.

c) *Innovativeness*

Peneliti menyarankan agar *job portal* bisa memberikan suasana baru. Seperti tampilan-tampilan yang diberikan tidak monoton. Seiring berkembangnya zaman, teknologi, generasi, dan sebagainya.

Perusahaan harus mengikuti perkembangan untuk menyesuaikan dengan pengguna agar *job portal* kami tetap menjadi pilihan mereka untuk mencari kerja.

Peneliti juga menyarankan *job portal* untuk meningkatkan fitur-fitur baru seperti salah satunya *sort/filter* diperbaharui bisa mensortir dari pilihan perusahaan terbaik, perusahaan terbanyak diminati pelamar, dan sebagainya. Kemudian, meningkatkan server agar pelamar tidak terganggu dan terhambat ketika melamar.

Selain itu, juga meningkatkan dalam hal memberikan informasi-informasi yang bermanfaat untuk mengasah kemampuan pelamar seperti diperbanyak kegiatan *webinar*, *expertclass*, *news*, dan lain-lain. Tidak hanya itu, *job portal* juga harus meningkatkan kreatifitas untuk menarik dan mempertahankan pengguna, seperti selalu memberikan hal-hal baru dengan melakukan inovasi dan *improvement* agar pelamar niat untuk melamar.

#### d) *Company Image*

Peneliti menyarankan agar *job portal* memfasilitasi sesuai keinginan perusahaan yang memberikan kepercayaan mereka untuk mengiklankan lowongan pekerjaan. Jadi *job portal* harus bisa menyeimbangi setiap citra perusahaan yang berkerja sama. Dengan cara mempertahankan dan meningkatkan ketiga variabel diatas yakni *usability*, *attractiveness* dan *innovativeness* Hal ini penting untuk menjaga hubungan baik sebagai rekan kerja antara *job portal* dan perusahaan-perusahaan yang saling membutuhkan.

### 5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Merujuk dari hasil riset, ada berbagai saran yang bisa peneliti berikan untuk peneliti yang akan meneliti terkait hal ini dimasa yang akan datang, yaitu:

- a) Peneliti yang akan datang bisa menambahkan pilihan usia diatas 30 tahun guna mengetahui pencari kerja masih menggunakan *job portal* atau tidak untuk mencari lowongan pekerjaan.
- b) Peneliti yang akan datang dapat memberikan lebih banyak pilihan *job portal*. Seperti Kalibrr, Jobs.id, Karir.com, dan sebagainya.
- c) Dari hasil pengujian hipotesis yang sudah dilaksanakan, keempat variabel dalam riset ini, yaitu *usability*, *attractiveness*, *innovativeness*, dan *company image* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *job pursuit intention*. Peneliti yang akan datang juga dapat menambahkan variabel lain untuk pengembangan penelitian. Seperti variabel *employer satisfaction*, *organizational attractiveness*, dan *web attitude*.
- d) Peneliti yang akan datang dapat memperluas topik penelitian, tidak hanya meneliti *job portal*, tetapi juga bisa meneliti media rekrutmen lainnya. Seperti media sosial Instagram, Facebook, dan sebagainya.

Sehingga bisa menghasilkan pandangan yang berbeda terkait riset tersebut.

- e) Peneliti yang akan datang bisa memperluas jangkauan dan menambah sampel dengan jumlah yang lebih banyak untuk riset ini.