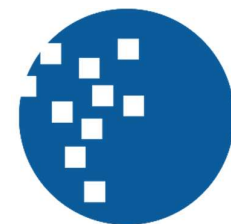


**PENGARUH PERSEPSI PELAMAR TERHADAP INTENTION
TO APPLY PADA ONLINE RECRUITMENT DIMEDIASI
OLEH ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS DI PT
INDOTRADING**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

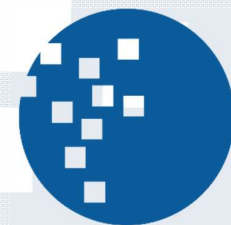
SKRIPSI

Fachri Dhani Gafianda

00000034949

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH PERSEPSI PELAMAR TERHADAP INTENTION
TO APPLY PADA ONLINE RECRUITMENT DIMEDIASI
OLEH ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS DI PT
INDOTRADING**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
(S.M)

Fachri Dhani Gafianda

00000034949

PROGRAM STUDI

MANAJAMEN BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fachri Dani Gafianda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000034949

Program Studi : Manajemen Bisnis

Skripsi dengan judul: 'Pengaruh Persepsi Pelamar terhadap Intention to Apply pada Online Recruitment Dimediasi oleh Organizational Attractiveness di PT Indotrading'

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2025



Fachri Dhani Gafianda

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH PERSEPSI PELAMAR TERHADAP *INTENTION TO APPLY*
PADA *ONLINE RECRUITMENT* DIMEDIASI OLEH *ORGANIZATIONAL*
ATTRACTIVENESS DI PT INDOTRADING

Oleh

Nama : Fachri Dhani Gafianda

NIM : 00000034949

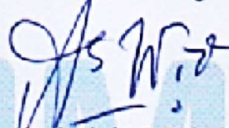
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 Juni 2025

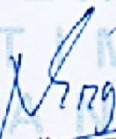
Pembimbing



Dr. Amanda Setiorini., S.Psi., M.M., CIQAR.

NIDN : 0305027607

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH PERSEPSI PELAMAR TERHADAP INTENTION TO
APPLY PADA ONLINE RECRUITMENT DIMEDIASI OLEH
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS DI PT INDOTRADING

Oleh
Nama : Fachri Dhani Gafianda
NIM : 00000034949
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025
Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan
LULUS

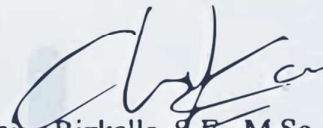
Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



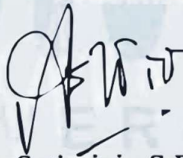
Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.
NIDN : 0301056103

Penguji



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN : 0320089001

Pembimbing



Dr. Amanda Setiorini., S.Psi., M.M.. CIQAR.
NIDN : 0305027607

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO
NIDN .0323 047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fachri Dhani Gafianda

NIM : 00000034949

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Persepsi Pelamar terhadap Intention to Apply pada Online Recruitment Dimediasi oleh Organizational Attractiveness di PT Indotrading

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 12 Juni 2025



Fachri Dhani Gafianda

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " **Pengaruh Persepsi Pelamar terhadap Intention to Apply pada Online Recruitment Dimediasi oleh Organizational Attractiveness di PT Indotrading** " sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Universitas Multimedia Nusantara.

Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti sunnah beliau hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, doa, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Allah SWT. Pencipta Alam Semesta yang memberikan rahmatNya sehingga penulis dapat melakukan penelitian dengan tepat waktu.
2. Orang Tua serta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa dari awal penulisan hingga penuntasan penulisan skripsi.
3. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara
5. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

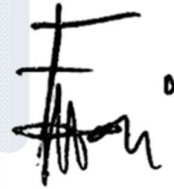
6. Ibu Dr. Amanda Setiorini., S.Psi., M.M., CIQaR., sebagai Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
7. Teman-teman kantor, yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi selama masa penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, serta menjadi amal jariyah yang diridhai Allah SWT.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Tangerang, 12 Juni 2025



Fachri Dhani Gafianda

**PENGARUH PERSEPI PELAMAR TERHADAP INTENTION TO APPLY
PADA ONLINE RECRUITMENT DIMEDIASI OLEH
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS DI PT INDOTRADING**

Fachri Dhani Gafianda

ABSTRAK

Proses rekrutmen daring (online recruitment) kini menjadi kanal utama bagi perusahaan untuk menjangkau pelamar kerja, terutama melalui situs karier dan iklan lowongan digital. PT Indotrading sebagai platform B2B terbesar di Indonesia turut memanfaatkan kanal digital ini dalam mencari talenta baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi pelamar terhadap kualitas situs dan kredibilitas iklan lowongan kerja memengaruhi *intention to apply*, dengan *organizational attractiveness* sebagai variabel mediasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan *conclusive research* serta desain *cross-sectional*. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 250 responden yang pernah melamar pekerjaan di PT Indotrading, kemudian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi terhadap kualitas situs dan kredibilitas iklan lowongan terhadap *intention to apply*. Selain itu, *organizational attractiveness* terbukti menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan tersebut. Dengan nilai R^2 sebesar 0,861, model ini menjelaskan bahwa lebih dari 86% intensi melamar dapat dijelaskan oleh variabel yang diteliti. Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi rekrutmen daring berbasis persepsi pelamar dan daya tarik organisasi.

Kata kunci: *online recruitment*, *intention to apply*, kualitas situs, kredibilitas iklan lowongan, *organizational attractiveness*

**THE INFLUENCE OF APPLICANT PERCEPTIONS ON
INTENTION TO APPLY IN ONLINE RECRUITMENT
MEDIATED BY ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS AT PT
INDOTRADING**

Fachri Dhani Gafianda

ABSTRACT (English)

Online recruitment has become the primary channel for companies to reach job seekers, especially through career websites and digital job advertisements. PT Indotrading, as the largest B2B platform in Indonesia, also utilizes this digital channel in its talent acquisition strategy. This study aims to analyze how applicant perceptions of website quality and job advertisement credibility influence their intention to apply, with organizational attractiveness as the mediating variable.

This research uses a quantitative method with a conclusive research approach and a cross-sectional design. Data were collected through a questionnaire distributed to 250 respondents who had previously applied for a job at PT Indotrading and were analyzed using SmartPLS 4.0 software.

The results show that perceptions of website quality and advertisement credibility have a positive and significant effect on intention to apply. In addition, organizational attractiveness is proven to be a significant mediating variable in both relationships. With an R^2 value of 0.861, the model indicates that more than 86% of the variance in intention to apply can be explained by the studied variables. This research is expected to serve as a practical reference for companies in optimizing online recruitment strategies based on applicant perceptions and organizational appeal.

Keywords: *online recruitment, intention to apply, website quality, job ad credibility, organizational attractiveness*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Batasan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 Persepsi	17
2.1.2 <i>Organizational Attractiveness</i>	22
2.1.3 <i>Intention to Apply</i>	22
2.2 Kerangka Penelitian	24
2.3 Hipotesis.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
3.1 PT Indotrading	35
3.2 Desain Penelitian.....	37

3.2.1 Metode Penelitian dan Tujuan Penelitian	37
3.2.2 Research Data	40
3.3 Variabel dan Definisi Operasional	41
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel	42
3.5 Periode Penelitian	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 Wawancara	47
3.6.2 Observasi	48
3.6.3 Kuesioner	48
3.7 Skala Pengukuran	49
3.8 Operasionalisasi Variabel	50
3.9 Pilot Test	53
3.9.1 Uji Validitas Pre-Test	53
3.9.2 Uji Reliabilitas Pre-Test	56
3.10 Teknik Analisis Data	57
3.10.1 Uji Instrumen	57
3.10.2 Analisis Data Penelitian	58
3.10.3 Tahapan dan Prosedur	61
3.10.4 Uji Hipotesis	70
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Karakteristik Responden	73
4.1.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	74
4.1.3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Keaktifan dalam Mencari Kerja	74
4.1.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pelamar PT Indotrading	75
4.2 Analisis Statistik	75
4.2.1 Persepsi Terhadap Kualitas Situs (X1)	76
4.2.2 Persepsi Terhadap Kualitas Iklan Loker (X2)	78

4.2.3 Organizational Attractiveness (M).....	80
4.2.4 Intention to Apply (Y)	82
4.3 Uji Instrumen Main Test	84
4.3.1 Uji Measurement Model (Outer Model).....	84
4.3.2 Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i>	93
4.4 Uji Hipotesis.....	97
4.5 Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	101
4.6 Pembahasan	102
4.6.1 Pengaruh Positif antara Persepsi terhadap Kualitas Situs dan <i>Intention to Apply</i>	102
4.6.2 Pengaruh Positif antara Persepsi terhadap Kredibilitas Iklan Loker dan <i>Intention to Apply</i>	104
4.6.3 Pengaruh Positif antara Organizational Attractiveness terhadap <i>Intention to Apply</i>	106
4.6.4 <i>Organizational Attractiveness</i> memediasi pengaruh Persepsi terhadap Kualitas Situs terhadap <i>Intention to Apply</i>	108
4.6.5 <i>Organizational Attractiveness</i> memediasi pengaruh Persepsi terhadap Kredibilitas Iklan Loker terhadap <i>Intention to Apply</i>	110
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Simpulan.....	113
5.2 Saran.....	115
5.2.1 Saran Akademis	115
5.2.2 Saran Praktis	115
DAFTAR PUSTAKA.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Pengunjung Halaman Karir di Berbagai Job Portal dengan Jumlah Pelamar di PT Indotrading (Q4 2023).....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Tren Peningkatan Jumlah Pelamar di Platform Rekrutmen Online oleh PT Indotrading (2020–2024).....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.4 Uji Validitas Pre-Test Variabel Persepsi terhadap Kredibilitas Situs (X1)	54
Tabel 3.5 Uji Validitas Pre-Test Variabel Persepsi terhadap Kredibilitas Iklan Loker (X2)	54
Tabel 3.6 Uji Validitas Pre-Test Variabel Organizational Attractiveness (M).....	55
Tabel 3.7 Uji Validitas Pre-Test Variabel Attention to Apply (Y)	55
Tabel 3.8 Uji Rabilitas Pre-Test Variabel X1	56
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel X2	56
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel M	57
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel Y	57
Tabel 3.14 Definisi Uji Validitas PLS-SEM.....	66
Tabel 4.1 Interval Kelas	76
Tabel 4.2 Analisa Deskriptif Variabel X1	76
Tabel 4.3 Analisa Deskriptif Variabel X2.....	78
Tabel 4.4 Analisa Deskriptif Variabel M.....	80
Tabel 4.5 Analisa Deskriptif Variabel Y.....	82
Tabel 4.6 Hasil Uji Internal Consistency Reliability	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Convergent Validity	88
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	91
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>	92
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Collinearity Statistics (VIF)</i>	95
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Coefficient of Determination</i> atau R-square.....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Q2 Predict.....	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	98
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil	101

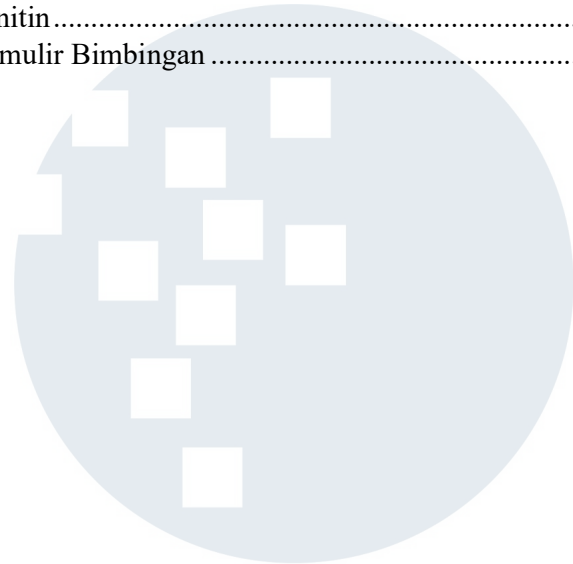
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis Platfrom Rekrutmen Online	4
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	35
Gambar 3.2 Proses Enam Tahap untuk SEM.....	62
Gambar 3.3 Representasi Visual dari Model Pengukuran	64
Gambar 3.4 Tahapan Model Struktural pada PLS-SEM.....	68
Gambar 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	74
Gambar 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Keaktifan dalam Mencari Kerja.....	74
Gambar 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pelamar PT Indotrading	75
Gambar 4.5 Hasil Uji Outer Model.....	85
Gambar 4.6 Hasil Uji Inner Model	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Jurnal Utama	121
Lampiran B Uji Validitas Pretest	122
Lampiran C Uji Reliabilitas Pretest	123
Lampiran D Hasil Uji Main Test	124
Lampiran E Kuesioner	128
Lampiran F Turnitin	133
Lampiran G Formulir Bimbingan	148



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA