

PENGARUH *E-RECRUITMENT*, KOMPENSASI, DAN REPUTASI
PERUSAHAAN TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA
PADA *FRESH GRADUATE* DI YOGYAKARTA

KHAIRUNISSA SOFIANA PUTRI

141220281

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

141220281@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-recruitment*, kompensasi, dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada *fresh graduate* di Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Penentuan jumlah sampel menggunakan aturan Roscoe (Rule of Thumb), yaitu antara 30–500 responden, sehingga ditetapkan sebanyak 140 responden *fresh graduate* di Yogyakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama *e-recruitment*, kompensasi, dan reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Secara parsial, kompensasi dan reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja, sedangkan *e-recruitment* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor imbalan yang ditawarkan serta citra dan kredibilitas perusahaan lebih menentukan minat melamar kerja *fresh graduate* dibandingkan dengan sistem rekrutmen berbasis teknologi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam merancang strategi rekrutmen yang efektif untuk meningkatkan minat melamar kerja pada *fresh graduate*.

Keyword: *E-recruitment*, Kompensasi, Reputasi Perusahaan, Minat Melamar Kerja, *Fresh graduate*