

Keterkaitan antara Sumber Informasi Situs Web Rekrutmen & Pengaruh Sosial Terhadap Daya Tarik Organisasi: Persepsi Mahasiswa Universitas Indonesia Terhadap Konsultan Pajak XYZ = The impact of job seekers perceptions on (a company recruitment web sites) and (social influences) to organizational attractiveness

Prasena Giritungga Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20496899&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas website rekrutmen yang terdiri dari tiga dimensi (kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan) dengan model penerimaan teknologi yaitu (perceived usefulness dan perceived ease of use) dan faktor pengaruh sosial yang terdiri dari dua dimensi (faktor pengaruh sosial informasional dan faktor pengaruh sosial normatif) terhadap daya tarik organisasi. Penelitian ini melibatkan 161 sampel aktif mahasiswa sarjana Universitas Indonesia jurusan perpajakan, jurusan administrasi fiskal, dan jurusan akuntansi untuk dua jenjang terakhir menggunakan kuesioner. Pengujian data dilakukan secara simultan dengan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas situs rekrutmen berorientasi layanan (kualitas informasi & kualitas sistem) pada persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi daya tarik organisasi dalam hal pengaruh sosial. Ditemukan bahwa pengaruh sosial informasional mempengaruhi daya tarik organisasi. Namun tidak dengan pengaruh sosial normatif. Hasil ini memberikan masukan kepada perusahaan agar dapat memaksimalkan website dengan memberikan kualitas informasi dan layanan website yang terbaik. Karena kedua fitur berorientasi layanan ini sangat mempengaruhi persepsi kerja terhadap daya tarik organisasi. dan meningkatkan aktivitas eksternal yang mempengaruhi persepsi lingkungan sosial terhadap organisasi.

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of the quality of the recruitment website which consists of three dimensions (information quality, system quality, and service quality) with a technology acceptance model, namely (perceived usefulness and perceived ease of use) and social influence factors consisting of two dimensions (factor informational social influence and normative social influence factors) on organizational attractiveness. This study involved 161 active samples of undergraduate students at the University of Indonesia majoring in taxation, majoring in fiscal administration, and majoring in accounting for the last two levels using a questionnaire. Data testing was carried out simultaneously with the Partial Least Square (PLS) method. The results show the effect of service-oriented recruitment site quality (information quality & system quality) on perceived ease of use, and perceived ease of use affects organizational attractiveness in terms of social influence. It was found that informational social influences affect organizational attractiveness. But not with normative social influences. These results provide input to the company in order to maximize the website by providing the best quality information and website services. Because these two service-oriented features greatly affect the perception of work towards the attractiveness of the organization. and increasing external activities that affect the perception of the social environment towards the

organization.