

ABSTRAK

Pengaruh *Website Informativeness*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* Terhadap *Intent To Use Online Job Application* Pada *Online Job Portal*

Perubahan kebiasaan akibat dari pandemic juga memberi dampak pada sistem rekrutmen di Indonesia. Kecepatan pemanfaatan teknologi internet dan ketersediaan informasi membuat sistem rekrutmen menjadi lebih cepat dan mudah. Namun persepsi cepat dan mudah masih sebatas persepsi pencari lowongan pekerjaan itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *website informativeness*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *intention to use online job application* pada *online job portal* di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini ada sebanyak 312 responden yang disebar melalui google form. Data yang terkumpul diolah dengan structural equation model dengan software SmartPLS 3.2. Hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh langsung *website informativeness* terhadap *perceived ease of use* didukung. Kemudian pengaruh langsung dari *perceived ease of use*, *trust* dan *websites informativeness* terhadap *intention to use online job application* hasilnya tidak didukung. Sedangkan pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use online job application* dan pengaruh mediasi *perceived usefulness* pada hubungan *website informativeness* terhadap *intention to use online job application* hasilnya didukung. Sedangkan hipotesis pengaruh mediasi *perceived ease of use* dan *trust* pada hubungan *website informativeness* terhadap *intention to use online job application* tidak didukung. Penelitian ini berimplikasi pada pemanfaatan *online job application* lebih memperhatikan manfaat yang dirasakan oleh pencari lowongan pekerjaan dalam waktu yang relatif singkat. Model ini juga dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel pemanfaatan *social media* sebagai salah satu penilaian perusahaan terhadap *talent-talent* yang mendaftar. Kumpulan informasi data pribadi pencari lowongan pekerjaan dapat digunakan menjadi dasar pengembangan model bisnis yang baru bagi perusahaan penyedia situs aplikasi *online job application*.

Kata Kunci: *website informativeness*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *intention to use online job application*