



PENGARUH ADOPSI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DALAM PROSES REKRUTMEN TERHADAP NIAT MELAMAR KERJA MELALUI *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* PADA *FRESH GRADUATE* UNIVERSITAS HALU OLEO

Rachmat Rialdy Hasan^{*1}, Enny Wati², Sabri³, Dzulfikri Azis Muthalib⁴

^{1,2,3,4}Universitas Halu Oleo, Kota Kendari, Indonesia

*Corresponding Author: rachmatrialdy9@gmail.com

Info Article Received : 08 Januari 2026 Revised : 05 Februari 2026 Accepted : 10 Maret 2026 Publication : 30 Maret 2026	Abstract: <i>This study aims to examine the effect of Artificial Intelligence (AI) adoption in recruitment on job application intention through employer attractiveness among fresh graduates of Universitas Halu Oleo. A quantitative approach was employed involving 120 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through a questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results indicate that AI adoption in recruitment has a positive and significant effect on employer attractiveness and job application intention. Furthermore, employer attractiveness has a positive effect on job application intention and significantly mediates the relationship between AI adoption in recruitment and job application intention. These findings suggest that an effective and transparent AI-based recruitment process can strengthen employer attractiveness and encourage fresh graduates to apply for jobs.</i>
Keywords: Artificial Intelligence, Recruitment, Employer Attractiveness, Job Application Kata Kunci: Artificial Intelligence, Rekrutmen, Niat Melamar, Employer Attractiveness	Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh adopsi Artificial Intelligence (AI) dalam proses rekrutmen terhadap niat melamar kerja melalui employer attractiveness pada fresh graduate Universitas Halu Oleo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi AI dalam proses rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap employer attractiveness dan niat melamar kerja. Selain itu, employer attractiveness terbukti berpengaruh positif terhadap niat melamar kerja serta mampu memediasi hubungan antara adopsi AI dalam proses rekrutmen dan niat melamar kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan AI yang efektif dan transparan dapat meningkatkan daya tarik organisasi serta mendorong minat lulusan baru untuk melamar pekerjaan.
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan yang signifikan dalam praktik manajemen sumber daya manusia, khususnya pada proses rekrutmen dan seleksi karyawan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk membantu organisasi mengidentifikasi, menyaring, dan mengevaluasi kandidat secara lebih efektif. Menurut Ligeiro, Dias, dan Moreira (2024), penggunaan AI dalam rekrutmen memungkinkan organisasi mempercepat proses seleksi, meningkatkan konsistensi pengambilan keputusan, serta memberikan pengalaman rekrutmen yang lebih efisien bagi pelamar. Pemanfaatan teknologi tersebut telah berkembang dari sekadar Applicant Tracking System (ATS) menjadi sistem yang mampu melakukan pencocokan kompetensi, wawancara berbasis AI, hingga memberikan rekomendasi kandidat berdasarkan analisis data secara otomatis. Transformasi tersebut terjadi seiring meningkatnya kebutuhan organisasi untuk memperoleh talenta terbaik dalam waktu yang lebih singkat. Ahmadi, Fachrunisa, Esaputra, Kurniawan, dan Abdillah (2024) menjelaskan bahwa penerapan AI pada proses rekrutmen tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga berpotensi membentuk persepsi pelamar terhadap organisasi. Organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi secara profesional dipersepsikan lebih inovatif, modern, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi sehingga dapat meningkatkan organizational attractiveness maupun minat kandidat untuk melamar pekerjaan.

Di Indonesia, digitalisasi rekrutmen berkembang semakin pesat. Berbagai perusahaan nasional maupun multinasional mulai memanfaatkan AI pada proses penyaringan curriculum vitae (CV), online assessment, chatbot rekrutmen, hingga wawancara awal berbasis kecerdasan buatan. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa proses rekrutmen tidak lagi hanya berorientasi pada efisiensi perusahaan, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman pelamar (candidate experience) yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap organisasi. Oleh karena itu, implementasi AI dalam rekrutmen tidak hanya dipandang sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai strategi organisasi dalam menarik kandidat potensial di tengah persaingan memperoleh sumber daya manusia yang berkualitas. Kelompok yang paling dekat dengan perubahan tersebut adalah fresh graduate yang baru memasuki pasar kerja. Sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital, lulusan baru cenderung memiliki tingkat penerimaan yang lebih tinggi terhadap penggunaan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya. Namun demikian, penggunaan AI dalam proses rekrutmen juga

dapat menimbulkan persepsi yang beragam. Sebagian pelamar menilai AI mampu menciptakan proses seleksi yang lebih cepat, objektif, dan bebas dari diskriminasi, sedangkan sebagian lainnya mengkhawatirkan kurangnya interaksi manusia, rendahnya transparansi algoritma, serta potensi bias dalam pengambilan keputusan. Perbedaan persepsi tersebut diperkirakan akan memengaruhi tingkat ketertarikan pelamar terhadap organisasi (*employer attractiveness*) maupun niat mereka untuk mengajukan lamaran pekerjaan. Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia, *employer attractiveness* merupakan persepsi calon karyawan mengenai manfaat yang akan diperoleh apabila bekerja pada suatu organisasi. Berthon, Ewing, dan Hah (2005) menjelaskan bahwa organisasi yang mampu menawarkan nilai ekonomi, peluang pengembangan karier, lingkungan kerja yang positif, dan citra organisasi yang baik akan lebih mudah menarik kandidat berkualitas. Pada era digital, pengalaman pelamar selama mengikuti proses rekrutmen juga menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi tersebut. Dengan demikian, implementasi AI yang dirancang secara transparan, adil, dan mudah dipahami diperkirakan dapat meningkatkan daya tarik organisasi sekaligus mendorong munculnya niat melamar kerja.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara penggunaan teknologi rekrutmen dengan perilaku pelamar. Ligeiro et al. (2024) menemukan bahwa kepercayaan terhadap proses rekrutmen berbasis AI berpengaruh positif terhadap *organizational attractiveness* dan niat kandidat untuk mengikuti seluruh tahapan seleksi. Ahmadi et al. (2024) juga menunjukkan bahwa penerapan AI dalam rekrutmen berpengaruh positif terhadap *organizational attractiveness* dan *applicant intention*. Sebaliknya, Luo, Zhang, dan Mu (2025) melaporkan bahwa penggunaan wawancara berbasis AI secara penuh dapat menurunkan persepsi keadilan prosedural, mengurangi *organizational attractiveness*, dan pada akhirnya menurunkan niat pelamar untuk melamar pekerjaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara adopsi AI dalam proses rekrutmen dengan *employer attractiveness* maupun niat melamar kerja masih memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya pada konteks negara berkembang seperti Indonesia. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada perusahaan multinasional atau menggunakan responden pencari kerja secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi *fresh graduate* di lingkungan perguruan tinggi Indonesia masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan empiris yang perlu dikaji lebih lanjut mengingat

lulusan baru merupakan kelompok yang paling banyak berinteraksi dengan sistem rekrutmen digital.

Universitas Halu Oleo merupakan salah satu perguruan tinggi negeri di Indonesia yang setiap tahunnya menghasilkan lulusan dari berbagai disiplin ilmu yang siap memasuki dunia kerja. Pada pelaksanaan wisuda periode April 2026, Universitas Halu Oleo mengukuhkan sebanyak 702 wisudawan yang akan bersaing memperoleh pekerjaan pada berbagai sektor industri. Perubahan proses rekrutmen menuju sistem berbasis AI menjadikan kelompok lulusan tersebut sebagai objek yang relevan untuk mengkaji bagaimana persepsi mereka terhadap penggunaan AI dalam proses rekrutmen, serta bagaimana persepsi tersebut memengaruhi employer attractiveness dan niat melamar kerja. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh adopsi Artificial Intelligence dalam proses rekrutmen terhadap employer attractiveness dan niat melamar kerja pada fresh graduate Universitas Halu Oleo. Penelitian ini juga menguji peran employer attractiveness sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara adopsi AI dan niat melamar kerja. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur manajemen sumber daya manusia mengenai digitalisasi rekrutmen, sekaligus menjadi masukan bagi organisasi dalam merancang proses rekrutmen berbasis AI yang tidak hanya efisien, tetapi juga mampu meningkatkan daya tarik organisasi dan mendorong minat kandidat berkualitas untuk melamar pekerjaan.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *desain explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengujian pengaruh adopsi *artificial intelligence* (AI) dalam proses rekrutmen terhadap *employer attractiveness* dan niat melamar kerja pada *fresh graduate* Universitas Halu Oleo. Pengumpulan data dilakukan secara *cross-sectional*, yaitu data dikumpulkan pada satu periode waktu tertentu sehingga mampu menggambarkan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti pada saat penelitian berlangsung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh lulusan Universitas Halu Oleo yang mengikuti prosesi wisuda periode April Tahun 2026 sebanyak 702 orang berdasarkan data resmi Universitas Halu Oleo. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi lulusan Universitas Halu Oleo periode April 2026, sedang atau pernah mencari pekerjaan setelah lulus, serta

memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai proses rekrutmen berbasis digital. Berdasarkan pertimbangan karakteristik responden serta mengacu pada rekomendasi Hair et al. (2022), jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 responden, yang dinilai telah memenuhi persyaratan minimum untuk analisis menggunakan Partial Least Squares *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui *Google Forms* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Instrumen penelitian disusun berdasarkan hasil adaptasi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan masing-masing variabel penelitian. Variabel adopsi *Artificial Intelligence* dalam proses rekrutmen diadaptasi dari penelitian Upadhyay dan Khandelwal (2018), Vrontis et al. (2022), serta Ahmadi et al. (2024). Variabel *employer attractiveness* mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Berthon, Ewing, dan Hah (2005), sedangkan variabel niat melamar kerja diadaptasi dari penelitian Highhouse et al. (2003) dan Chapman et al. (2005). Seluruh item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, dengan rentang skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju hingga skor 5 menunjukkan sangat setuju.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antarvariabel laten secara simultan, tidak mensyaratkan distribusi data normal secara ketat, serta sesuai digunakan untuk penelitian yang bersifat prediktif. Evaluasi model dilakukan melalui pengujian outer model dan inner model. Pengujian *outer model* bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk melalui nilai *outer loading*, *Average Variance Extracted* (AVE), *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*, *Fornell-Larcker Criterion*, *Cross Loading*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Selanjutnya, pengujian *inner model* dilakukan untuk mengevaluasi hubungan struktural antarvariabel melalui nilai koefisien determinasi (R^2), *effect size* (f^2), *predictive relevance* (Q^2), *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), serta pengujian hipotesis menggunakan prosedur bootstrapping sebanyak 5.000 subsampel. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dengan p-value lebih kecil dari 0,05.

RESULTS AND DISCUSSION

Karakteristik Responden

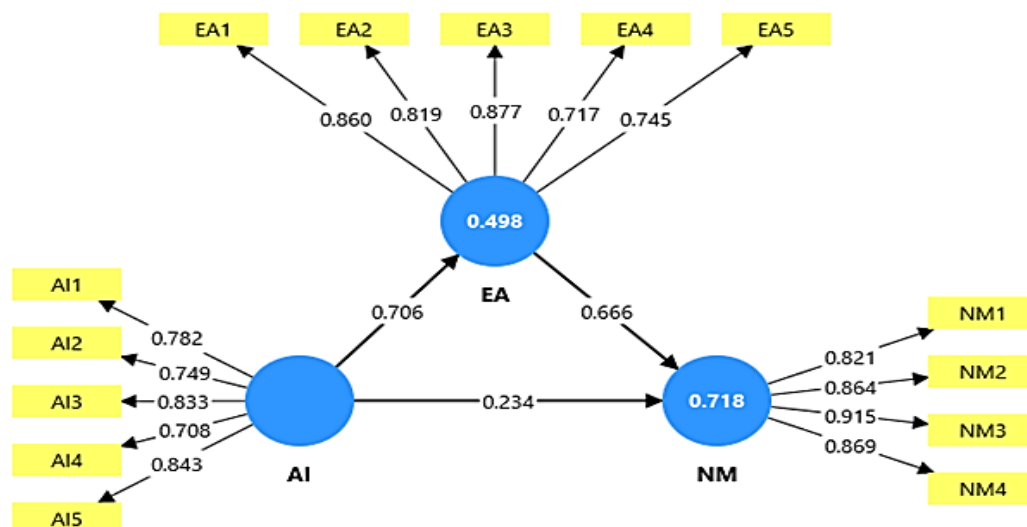
Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan berdasarkan jenis kelamin, usia, fakultas asal, Indeks Prestasi Kumulatif (IPK), serta pengalaman mengikuti proses

rekrutmen berbasis digital. Informasi ini bertujuan memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian. Di sajikan pada tabel 1

Tabel 1. Karakteristik Responden (n = 120)

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	52	43,3
	Perempuan	68	56,7
Usia	≤ 22 tahun	35	29,2
	23–24 tahun	61	50,8
	≥ 25 tahun	24	20,0
Fakultas	FEB	27	22,5
	FKIP	22	18,3
	FISIP	18	15,0
	Teknik	17	14,2
	Pertanian	15	12,5
	Perikanan	21	17,5
IPK	< 3,00	18	15,0
	3,00–3,49	63	52,5
	≥ 3,50	39	32,5
Pernah Mengikuti Rekrutmen Digital	Ya	87	72,5
	Tidak	33	27,5

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan (56,7%) dan berada pada rentang usia 23–24 tahun (50,8%). Sebagian besar responden berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (22,5%), memiliki IPK antara 3,00–3,49 (52,5%), serta telah mengikuti proses rekrutmen berbasis digital (72,5%). Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang relevan dalam memberikan penilaian terhadap penggunaan Artificial Intelligence pada proses rekrutmen. Pada bagian ini disajikan hasil analisis data menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).



Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4,0 tahun 2026

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel sudah memenuhi convergen validity dimana seluruh indikator dari variabel laten yang memiliki nilai outer loading diatas 0,70 sangat direkomendasikan, namun demikian nilai outer loading 0,50-0,60 masih dapat ditolerir (Solimun, 2010; Ghozali, 2014) dan memenuhi syarat untuk outer model. Sehingga konstruk untuk semua variabel sudah tidak ada yang dieliminasi dari model. Untuk itu tidak perlu memodifikasi model. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 2. Composite Validity dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE	Keterangan
AI	0,843	0,852	0,889	0,616	Reliabel dan valid
EA	0,863	0,867	0,902	0,650	Reliabel dan valid
NM	0,890	0,899	0,924	0,753	Reliabel dan valid

Sumber: Hasil Olahan data PLS Smart 4.0 (diolah) 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas. Variabel *Artificial Intelligence (AI)* memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,843, Composite Reliability sebesar 0,889, dan AVE sebesar 0,616. Variabel *Employer Attractiveness (EA)* memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,863, Composite Reliability sebesar 0,902, dan AVE sebesar 0,650. Sementara itu, variabel *Niat Melamar (NM)* memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,890, Composite Reliability sebesar 0,924, dan AVE sebesar 0,753. Seluruh nilai telah memenuhi kriteria (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability > 0,70; AVE > 0,50), sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan valid.

Tabel 3. Koefisien Jalur (pengaruh langsung dan mediasi) dan P Value

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur (β)	T Statistik	P Value	Keputusan
H1	AI $\rightarrow$ EA	0,706	12,219	0,000	Diterima
H2	AI $\rightarrow$ NM	0,234	2,397	0,017	Diterima
H3	EA $\rightarrow$ NM	0,666	6,901	0,000	Diterima
H4	AI $\rightarrow$ EA $\rightarrow$ NM	0,470	6,237	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS 4,0 tahun 2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence (AI)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Employer Attractiveness (EA)* ($\beta = 0,706$; $t = 12,219$; $p = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan AI dalam proses rekrutmen, semakin tinggi persepsi calon pelamar terhadap daya tarik perusahaan sebagai tempat bekerja. Selanjutnya, *Artificial Intelligence (AI)* juga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Niat Melamar (NM) ($\beta = 0,234$; $t = 2,397$; $p = 0,017$). Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan AI mampu meningkatkan minat calon pelamar untuk melamar pekerjaan. Selain itu, *Employer Attractiveness* (EA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Melamar (NM) ($\beta = 0,666$; $t = 6,901$; $p = 0,000$). Artinya, semakin menarik perusahaan di mata calon pelamar, semakin tinggi pula niat mereka untuk melamar. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Employer Attractiveness* (EA) memediasi secara signifikan pengaruh *Artificial Intelligence* (AI) terhadap Niat Melamar (NM) ($\beta = 0,470$; $t = 6,237$; $p = 0,000$). Karena pengaruh langsung AI terhadap Niat Melamar juga tetap signifikan, maka *Employer Attractiveness* berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*). Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan AI dapat meningkatkan niat melamar baik secara langsung maupun melalui peningkatan daya tarik perusahaan sebagai tempat bekerja.

Pembahasan

Pengaruh Adopsi *Artificial Intelligence* dalam Proses Rekrutmen terhadap *Employer Attractiveness*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa adopsi *Artificial Intelligence* dalam proses rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employer attractiveness*. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam proses rekrutmen mampu meningkatkan persepsi lulusan baru terhadap daya tarik organisasi sebagai tempat bekerja. Proses rekrutmen yang lebih cepat, objektif, dan berbasis teknologi memberikan citra organisasi yang inovatif serta profesional. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ahmadi et al. (2024) dan Ligeiro et al. (2024) yang menyatakan bahwa implementasi AI dalam rekrutmen mampu meningkatkan persepsi positif pelamar terhadap organisasi.

Pengaruh Adopsi *Artificial Intelligence* dalam Proses Rekrutmen terhadap Niat Melamar Kerja

Hasil penelitian membuktikan bahwa adopsi *Artificial Intelligence* dalam proses rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen yang didukung AI mampu meningkatkan kepercayaan dan minat *fresh graduate* untuk melamar pekerjaan. Penggunaan teknologi dalam proses seleksi dipersepsikan memberikan pengalaman rekrutmen yang lebih efisien, transparan, dan mudah diakses. Temuan ini mendukung penelitian Robertson et

al. (2023) dan Ligeiro et al. (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan AI dalam rekrutmen dapat meningkatkan *job application intention*.

Pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap Niat Melamar Kerja

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar kerja. Semakin tinggi persepsi lulusan baru terhadap daya tarik organisasi, semakin besar pula keinginan mereka untuk mengajukan lamaran pekerjaan. Organisasi yang dipandang memiliki lingkungan kerja yang baik, peluang pengembangan karier, serta reputasi positif akan lebih mampu menarik calon pelamar. Hasil ini konsisten dengan teori Berthon et al. (2005) serta penelitian Soeling dan Arsanti (2022) yang menjelaskan bahwa *employer attractiveness* merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang untuk melamar pekerjaan.

Peran *Employer Attractiveness* dalam Memediasi Pengaruh Adopsi *Artificial Intelligence* terhadap Niat Melamar Kerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer attractiveness* mampu memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara adopsi *Artificial Intelligence* dalam proses rekrutmen dan niat melamar kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan AI tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap niat melamar kerja, tetapi juga meningkatkan persepsi terhadap daya tarik organisasi yang selanjutnya mendorong keinginan *fresh graduate* untuk melamar pekerjaan. Hasil ini mendukung *Signaling Theory* yang menjelaskan bahwa penggunaan teknologi modern menjadi sinyal positif bagi calon pelamar mengenai kualitas dan profesionalisme organisasi serta sejalan dengan temuan Ligeiro et al. (2024).

CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh adopsi *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses rekrutmen terhadap niat melamar kerja melalui *employer attractiveness* pada *fresh graduate* Universitas Halu Oleo. Hasil analisis menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) menunjukkan bahwa adopsi AI dalam proses rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employer attractiveness*. Selain itu, adopsi AI juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar kerja. *Employer attractiveness* terbukti berpengaruh positif terhadap niat melamar kerja serta mampu memediasi secara signifikan hubungan antara adopsi AI dalam proses rekrutmen dan niat melamar kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa

penerapan AI yang efektif, transparan, dan berorientasi pada pengalaman pelamar tidak hanya meningkatkan efisiensi proses rekrutmen, tetapi juga memperkuat daya tarik organisasi sehingga mendorong minat lulusan baru untuk melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian, organisasi disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam proses rekrutmen dengan tetap memperhatikan aspek transparansi, keadilan, dan pengalaman pelamar agar dapat meningkatkan *employer attractiveness* serta menarik talenta terbaik. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mempersiapkan lulusan agar lebih siap menghadapi proses rekrutmen berbasis teknologi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden pada berbagai perguruan tinggi atau wilayah yang berbeda serta menambahkan variabel lain, seperti *trust in AI*, *perceived fairness*, atau *technology readiness*, sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat melamar kerja pada era digital.

REFERENCES

- Ahmadi, A., Fachrunisa, O., Esaputra, R., Kurniawan, R., & Abdillah, M. R. (2024). Artificial intelligence in recruitment: Its influence on organizational attractiveness and applicant intention. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 1–15.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>
- Cable, D. M., & Turban, D. B. (2003). The value of organizational reputation in the recruitment context: A brand-equity perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(11), 2244–2266. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01883.x>
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., & Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 928–944. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.5.928>
- Dineen, B. R., & Allen, D. G. (2016). Third party employment branding: Human capital inflows and outflows following “best places to work” certifications. *Academy of Management Journal*, 59(1), 90–112.

- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986–1001. <https://doi.org/10.1177/0013164403258403>
- International Labour Organization. (2024). *Global employment trends for youth 2024*. International Labour Organization.
- JobStreet Indonesia. (2024). *Hiring, compensation and benefits report Indonesia 2024*. JobStreet by SEEK.
- Kock, N. (2020). *WarpPLS user manual: Version 7.0*. ScriptWarp Systems.
- Ligeiro, M., Dias, Á., & Moreira, F. (2024). Artificial intelligence in recruitment and selection: Candidate perceptions, organizational attractiveness, and application intentions. *Administrative Sciences*, 14(8), 178. <https://doi.org/10.3390/admsci14080178>
- LinkedIn. (2025). *Global talent trends report 2025*. LinkedIn Corporation.
- Luo, Y., Zhang, X., & Mu, J. (2025). Artificial intelligence interviews, procedural justice, organizational attractiveness and job pursuit intention. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 437. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05607-Z>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS GmbH.
- Robertson, I., Callinan, M., & Bartram, D. (2023). Artificial intelligence and employee selection: A review of opportunities and challenges. *Human Resource Management Review*, 33(4), 100945. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2022.100945>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. Dalam C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook*

- of market research* (pp. 587–632). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Soeling, P. D., & Arsanti, T. A. (2022). Employer attractiveness and job pursuit intention among Indonesian graduates. *Heliyon*, 8(5), e09453. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09453>
- Solimun. (2010). Analisis multivariat: Structural equation modeling (SEM) dan partial least square (PLS). UB Press.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Upadhyay, A. K., & Khandelwal, K. (2018). Applying artificial intelligence: Implications for recruitment. *Strategic HR Review*, 17(5), 255–258. <https://doi.org/10.1108/SHR-07-2018-0051>
- Vrontis, D., Christofi, M., Pereira, V., Tarba, S. Y., Makrides, A., & Trichina, E. (2022). Artificial intelligence, robotics, advanced technologies and human resource management: A systematic review. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(6), 1237–1266. <https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1871398>
- World Economic Forum. (2025). *The Future of Jobs Report 2025*. World Economic Forum.
- Yam, K. C., Bigman, Y. E., Tang, P. M., Ilies, R., De Cremer, D., Soh, H., & Gray, K. (2023). Robots at work: People prefer-and forgive-service robots with perceived moral agency. *Journal of Applied Psychology*, 108(2), 290–306. <https://doi.org/10.1037/apl0001028>
- Zhang, L., & Chen, H. (2023). Artificial intelligence-enabled recruitment and applicant reactions: A systematic literature review. *Frontiers in Psychology*, 14, 1184632. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1184632>