

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi dan kemanfaatan persepsian pada sikap terhadap laman dengan kemanfaatan persepsian sebagai pemediasi. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel pada mahasiswa MM UGM Yogyakarta. Kualitas informasi laman pencarian kerja diyakini dapat memengaruhi kemanfaatan persepsian mahasiswa sehingga memengaruhi sikapnya terhadap laman pencarian kerja.

Penelitian ini merupakan studi *cross-sectional* yang dilakukan terhadap mahasiswa MM UGM Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Kriteria penetapan responden adalah pernah mengakses laman pencarian pekerjaan tiga kali atau lebih, mahasiswa aktif MM UGM Yogyakarta tanpa membedakan *gender*, usia, dan angkatan. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner *self administered survey* secara daring. Pengolahan data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan uji hipotesis dengan menggunakan regresi linier.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa a. kualitas informasi laman pencari kerja berpengaruh secara positif pada sikap terhadap laman pencari kerja, b. kemanfaatan persepsian memediasi secara parsial pengaruh kualitas informasi laman pencari kerja pada sikap terhadap laman pencari kerja.

Kata kunci: kualitas informasi, kemanfaatan persepsian, sikap terhadap laman.

ABSTRACT

This research is mainly to analyze the impact of information quality and perceived usefulness on attitude towards website using perceived usefulness as a mediating variable. The aim of the research is to examine the impact between variables towards students at MM UGM Yogyakarta. The information quality of employment websites is assured to give impact to perceived usefulness for students therefore it affects their attitude towards searching employment websites.

This research is a cross-sectional study, which is conducted on the students of MM UGM Yogyakarta. The sampling used is purposive. The criteria of selecting respondents are students ever accessed employment website for three times or more, active students at MM UGM Yogyakarta without differentiating gender, age, and level. The primary data is collected by using questionnaires through online self-administered survey. The data was analyzed using descriptive statistic analysis and hypothesis testing using linear regression.

This research proved that a. information quality positively affects attitude towards employment searched websites, b. perceived usefulness partially mediates the effect of information quality towards employment websites.

Keywords: information quality, perceived usefulness, attitude towards websites