

**PENGARUH EMPLOYER BRANDING, KOMPENSASI,
REPUTASI PERUSAHAAN, DAN E-RECRUITMENT
TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN GENERASI Z
DI BUMN
(Studi Pada Generasi Z Surabaya)**

SKRIPSI

Oleh :
LAVITA ADZANNIA EFENDI PUTRI
NIM: 08020320046



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Saya, Lavita Adzannia Efendi Putri 08020320046, menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 1 April 2024



Lavita Adzannia Efendi Putri

NIM : 08020320046

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 28 Mei 2023

Skripsi Telah Selesai Dan Siap Untuk Diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahma Ulfa Maghfiroh', written in a cursive style.

Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M

NIP. 198612132019032009

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH EMPLOYER BRANDING, KOMPENSASI,
REPUTASI PERUSAHAAN DAN E-RECRUITMENT
TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN GENERASI
Z DI BUMN
(Studi Pada Generasi Z Surabaya)**

Oleh
Lavita Adzannia Efendi Putri
NIM. 08020320046

Telah dipertahankan di depan Dewa Penguji pada tanggal 11 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

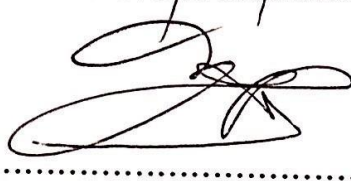
Tanda Tangan

Rahma Ulfah Maghfiroh, S.E., M.M
NIP. 198612132019032009
(Penguji 1)



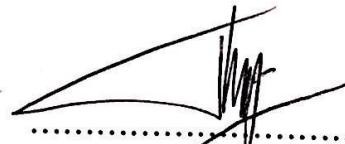
.....

Dr. H. Akh. Yunan Athoillah, M.Si
NIP. 198101052015031003
(Penguji 2)



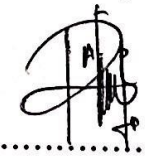
.....

Hanafi Adi Putranto, S.Si.,SE., M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 3)



.....

Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024
(Penguji 4)



.....



Surabaya, 13 Juli 2024

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S, M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lavita Adzannia Efendi Putri
NIM : 08020320046
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen
E-mail address : lavitaadzannia25@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Employer Branding, Kompensasi, Reputasi Perusahaan, dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z Di BUMN (Studi Pada Generasi Z Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Agustus 2024

Penulis



(Lavita Adzannia Efendi Putri)

ABSTRAK

Adanya fenomena bonus demografi yang diprediksi akan terjadi di Indonesia, adanya pembagian generasi di dunia kerja yang saat ini dunia kerja didominasi oleh generasi z yang menjadikan tantangan bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan diri karena setiap pekerja memiliki karakteristik yang berbeda-beda, serta beralihnya minat generasi Z dari yang ingin bekerja di BUMN, yang merupakan salah satu perusahaan yang paling banyak diminati oleh banyak orang sebagai tempat bekerja beralih menjadi influencer konten kreator dan pengusaha menjadi tantangan bagi BUMN untuk menentukan strategi dalam menarik minat generasi z untuk bekerja di BUMN mengingat generasi z adalah angkatan kerja yang potensial untuk masa depan perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh employer branding, kompensasi, reputasi perusahaan dan e-recruitment terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z Surabaya di BUMN. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner dengan menggunakan skala likert 1-5. Jumlah sampel sebanyak 348 responden ditentukan dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen peneliti menggunakan program SPSS 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama employer branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z Surabaya di BUMN, kedua kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi z Surabaya di BUMN, ketiga reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z Surabaya di BUMN, keempat e-recruitment berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z Surabaya di BUMN

Berdasarkan hasil penelitian maka perusahaan disarankan untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan upaya employer branding dengan jangkauan yang lebih luas, memberikan kompensasi yang sesuai dan adil kepada karyawannya, membangun serta meningkatkan reputasi perusahaan yang dimiliki oleh BUMN agar BUMN menjadi perusahaan yang memiliki prestis tinggi di kalangan masyarakat serta meningkatkan sistem e-erecruitment agar tidak terjadi error ketika digunakan oleh pelamar kerja khususnya generasi z, keempat hal tersebut diharapkan dapat mengoptimalkan strategi BUMN untuk menarik minat melamar pekerjaan generasi Z Surabaya di BUMN

Kata Kunci: *Employer Branding, Kompensasi, Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Generasi Z, BUMN*

ABSTRACT

There is a demographic bonus phenomenon which is predicted to occur in Indonesia, there is a generational division in the world of work which is currently dominated by generation Z which makes it a challenge for companies to be able to adapt because each worker has different characteristics, as well as the shifting interests of generation Z from those who want to work at BUMN, which is one of the companies that is most sought after by many people as a place to work, turning to becoming influencers, content creators and entrepreneurs, is a challenge for BUMN to determine a strategy to attract the interest of generation z to work at BUMN, considering that generation z is the generation potential work for the future of the company

This research aims to analyze and test the influence of employer branding, compensation, company reputation and e-recruitment on interest in applying for Generation Z jobs in Surabaya at BUMN. This study uses a quantitative approach. The type of data used is primary data originating from a questionnaire using a 1-5 Likert scale. The sample size of 348 respondents was determined using the Isaac and Michael table. To test and analyze the influence of the independent variable on the dependent variable, researchers used the SPSS 29 program.

The results of the research show that, firstly, employer branding has a positive and significant effect on interest in applying for jobs in Generation Z Surabaya at BUMN, secondly compensation has a positive and significant effect on interest in applying for jobs in Generation Z Surabaya at BUMN, thirdly, company reputation has a positive and significant effect on interest in applying for generation Z jobs. Z Surabaya at BUMN, the four e-recruitments have a positive and significant effect on interest in applying for jobs for generation Z Surabaya at BUMN

Based on the research results, companies are advised to be able to maintain and increase employer branding efforts with a wider reach, provide appropriate and fair compensation to their employees, build and improve the reputation of companies owned by BUMN so that BUMN becomes a company that has high prestige among the community and improving the e-recruitment system so that errors do not occur when used by job applicants, especially generation z, these four things are expected to optimize BUMN's strategy to attract interest in applying for jobs in Surabaya's generation Z at BUMN

Keywords: Employer Branding, Compensation, Company Reputation, E-Recruitment, Generation Z, BUMN

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 10.1 Latar Belakang | 1 |
| 10.2 | R |
| umusan Masalah | 17 |
| 10.3 | T |
| ujuan Penelitian | 17 |
| 10.4 | K |
| egunaan Hasil Penelitian | 17 |
| 10.4.1 | M |
| manfaat Teoritis | 18 |
| 10.4.2 | M |
| manfaat Praktis | 19 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 20 |
| 2.1 Landasan Teori | 20 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.1 Minat | 20 |
| 2.1.2 Minat Melamar Pekerjaan | 20 |
| 2.1.3 Employer Branding | 23 |
| 2.1.4 Kompensasi | 25 |
| 2.1.5 Reputasi Perusahaan..... | 29 |
| 2.1.6 E-Recruitment | 31 |
| 2.2 Kerangka Konseptual | 45 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 52 |
| 3.1 Jenis dan Sumber Data | 52 |
| 3.2 Waktu dan Tempat Penelitian..... | 53 |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian | 53 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 57 |
| 3.4.1 Definisi Operasional Variabel..... | 57 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 60 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 61 |
| 3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 62 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda | 65 |
| 3.6.4 Pengujian Hipotesis..... | 66 |
| 3.6.5 Koefisien Determinasi (R ²)..... | 68 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 69 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 69 |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian..... | 69 |

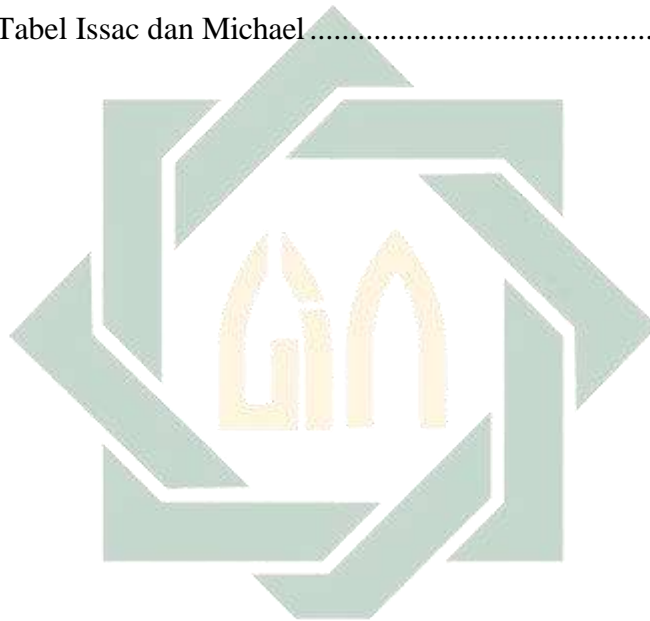
| | |
|--|-----|
| 4.1.2 Profil Responden | 70 |
| 4.1.3 Deskripsi Responden | 71 |
| 4.2 Analisis Data | 76 |
| 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas | 76 |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik | 79 |
| 4.2.2.1 Uji Normalitas | 79 |
| 4.3 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 82 |
| 4.3.1 Pengujian Hipotesis..... | 83 |
| 4.3.2 Koefisien Determinasi..... | 87 |
| 4.4 Pembahasan..... | 88 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 98 |
| 5.1 Kesimpulan | 98 |
| 5.2 Saran | 99 |
| 5.2.1 Bagi BUMN | 99 |
| 5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya..... | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 102 |
| LAMPIRAN..... | 118 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Pembagian Generasi..... | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 233 |
| Tabel 2.2 Populasi Generasi Z Surabaya..... | 54 |
| Tabel 3.4. 1 Definisi Operasional Variabel..... | 57 |
| Tabel 4.1.1 Jenis Kelamin Responden | 72 |
| Tabel 4.1.2 Umur Responden..... | 72 |
| Tabel 4.1.3 Status Responden | 73 |
| Tabel 4.1.4 Institusi..... | 73 |
| Tabel 4.1.5 Domisili Responden | 74 |
| Tabel 4.1.6 Frekuensi Jawaban Responden..... | 75 |
| Tabel 4.2.1 Uji Validitas | 77 |
| Tabel 4.2.2 Uji Reliabilitas..... | 79 |
| Tabel 4.2.3 Uji Normalitas | 80 |
| Tabel 4.2.4 Uji Multikolonieritas | 81 |
| Tabel 4.2.5 Uji Heteroskedastisitas | 82 |
| Tabel 4.3.1 Koefisien Jalur..... | 83 |
| Tabel 4.3.2 Uji T | 84 |
| Tabel 4.3.3 Uji F | 86 |
| Tabel 4.3.4 Koefisien Determinasi..... | 87 |

DAFTAR GAMBAR

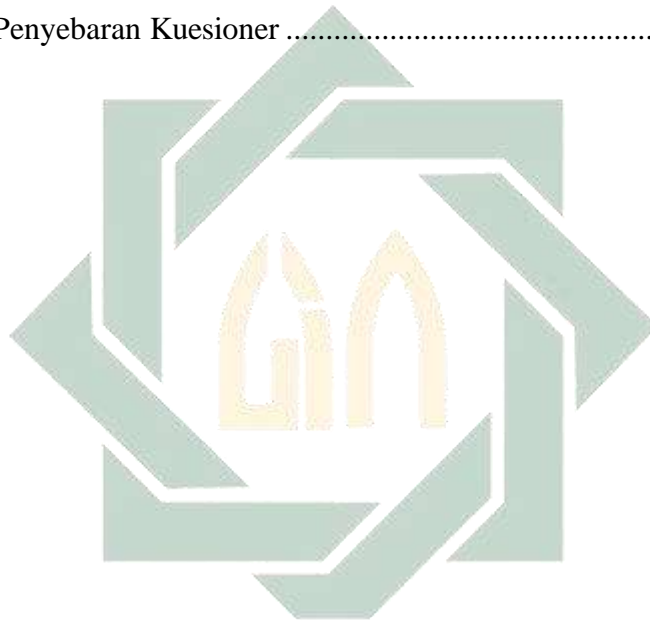
| | |
|--|----|
| Gambar 1.1.1 Hasil Survei Markplus | 6 |
| Gambar 1.1.2 Hasil Survei Kajian Universitas Andalas | 7 |
| Gambar 1.1.3 Hasil Survei Peneliti | 9 |
| Gambar 1.1.4 Logo FHCI | 11 |
| Gambar 3.1 Tabel Issac dan Michael | 49 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Biodata Peneliti..... | 118 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian | 119 |
| Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS..... | 125 |
| Lampiran 4 Tabulasi Data | 137 |
| Lampiran 5 Penyebaran Kuesioner | 199 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Jalil. (2023). *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Alumni Mahasiswa Febi Uin Walisongo Semarang Periode 2020-2021)*. Uin Walisongo Semarang.

Achmad, O., & Sutikno, N. (2020). *Bonus Demografi Di Indonesia*.

Ahmad Faiq Afra. (2022). *Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Dan Website Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Perbankan Syariah Di Bank Syariah*. Uin Walisongo Semarang.

Ajat Rukajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.

Adatapro. (2022). *Why Is Reputation Important To Millennials And Gen Z And How Can Media Intelligence Help You Measure It?* Datapro. https://Adatapro.Translate.Goog/Blog/Why-Is-Reputation-Important-For-Millennials-And-Gen-Z-And-How-Can-Media-Intelligence-Help-You-Measure-It/?_X_Tr_Sl=En&_X_Tr_Tl=Id&_X_Tr_Hl=Id&_X_Tr_Pto=Tc

Aise Hayomi, Y. (2024). *Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate Di Semarang)*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.8391>

Alifa, P., Alamsyah, L., Setiawati, D., & Ekaputri, S. D. (2024). *Penerapan Strategi Branding Pt. Telkom Indonesia Dalam Bisnis Internasional Melalui Employer Branding* (Vol. 11, Issue 2).

Andrea, B., Gabriella, H. C., & Tímea, J. (2016a). *Y And Z Generations At Workplaces*.

Journal Of Competitiveness, 8(3), 90–106.
<https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>

- Angga Swasdita Fidantara. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Dan E-Recruitment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Islam Indonesia.
- Anik Hasanah. (2023). *Tri Ajak Gen Z Surabaya Kreatif Dan Inovatif Gunakan Medsos*.
- Anjayani Fitria, D. (2023). *Penerapan Employer Branding Dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam (Studi Pada Karyawan Pt Colombus Multisarana Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Arasanmi, C. N., & Krishna, A. (2019). Employer Branding: Perceived Organisational Support And Employee Retention – The Mediating Role Of Organisational Commitment. *Industrial And Commercial Training*, 51(3), 174–183. <https://doi.org/10.1108/ict-10-2018-0086>
- Arsyadani, M. A. (2023). *Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Iain Salatiga.
- Atriana, N. (2017). *Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Bandar Lampung (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Azuar Juliandi, Irfan, & Saprihal Manurung. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi*. Umsu Press.
- Bagja Waluya. (2009). *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat*. Pt Grafindo Media Pratama.
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga. Barber, A. (1998). *Recruiting Employees: Individual And Organizational*

Perspectives. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452243351>

Batary Citta, A., Hasanuddin Makassar, U., Hamid, N., & Mardiana Yusuf, R. (2020).

Penerapan Employer Branding Dalam Suatu Perusahaan : Studi Beberapa Literature Nurdin Brasit (Vol. 5, Issue 1).
<https://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai>

Benedicta, A. (2022, September 14). *Moms, Ternyata Bumh Jadi Lembaga Paling Diminati Gen Z*. Momsmoney.Daily.
<https://momsmoney.kontan.co.id/news/moms-ternyata-bumh-jadi-lembaga-paling-diminati-gen-z-1>

Berthon, P., & Ewing, M. (2005). Captivating Company: Dimensions Of Attractiveness And Employer Branding. *International Journal Of Advertising*, 24(2).

Bussin, M., & Mouton, H. (2019). Effectiveness Of Employer Branding On Staff Retention And Compensation Expectations. *South African Journal Of Economic And Management Sciences*, 22(1).
<https://doi.org/10.4102/sajems.v22i1.2412>

Cahyo, I. N., & Waskito, J. (2023). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, Dan Persepsi Pencari Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Pada Generasi Z Solo Raya). *Infotech : Jurnal Informatika & Teknologi*, 4(2), 157–167. <https://doi.org/10.37373/infotech.v4i2.558>

Carnegie, M. (2023, May 31). *Why Gen Z Are So Motivated By Pay*. Bbc.

<https://www.bbc.com/worklife/article/20230530-why-gen-z-are-so-motivated-by-pay>

Cassio, W. F. (1995). *Managing Human Resources: Productivity, Quality Of Work Life*. Mcgraw-Hill Inc.

Chi, H., Yeh, H., & Guo, T. (2018). Salary Or Job Interest? How Salary And Job Interest Moderates The Willingness To Apply For A Job. *Asia-Pacific Journal Of Business Administration*, 10(1), 64–78.
<https://doi.org/10.1108/apjba-09-2017-0086>

- Chika Dewi Kholifah. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, Dan Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Y Dan Z Pengguna Platform Tiktok Di Perusahaan Abc*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dede Permadi, K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, 3256–3286.
- Dewi Indah Febrianti. (2022). Pengaruh Kompensasi, Karakteristik Pekerjaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Ekonomi Dan Management Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta*, 27.
- Dewi, S., Listyowati, D., & Napitupulu, B. E. (2018). Bonus Demografi Di Indonesia : Suatu Anugerah Atau Petaka. *Agustus*, 2(3), 8700.
- Dr. Ajay Tyagi. (2016). *Impact Of E-Recruitment On Human Resource*. Horizon Books.
- Dwi Priyanto. (2008). *Mandiri Belajar Spss (Untuk Analisis Data Dan Uji Statistik)*. Mediakom.
- Dwidienawati, D., & Gandari, D. (2018). Understanding Indonesia's Generation Z. *International Journal Of Engineering And Technology (Uae)*, 250–252.
- Ekanayaka, E. M. M. S., & Gamage, P. (2019). Factors Influencing Job Seeker's Intention To Use E- Recruitment: Evidence From A State University In Sri Lanka. *International Journal Of Managerial Studies And Research (Ijmsr)*, 6(6).
- Erlinda, F., & Safitri, R. (2020). The Relationship Between Employer Branding, Corporate Reputation, And Recruitment Web On Intention To Apply. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(8), 1572.

<https://doi.org/10.20473/Vol7iss20208pp1572-1583>

- Fajriah, N. (2013). *Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri Kcp Tangerang Bintaro Sektor Iii*. [Http://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/23879](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/23879)
- Fatimah, S., Kusniawati, A., & Abdul Kader, M. (2021). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Pada Pt. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya)* (Vol. 3, Issue 2).
- Firmansyah, D., Ubaya, H., & Exaudi, K. (2021). *Penerapan Sistem Screening-Test Pada Proses E-Recruitment Karyawan*.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation Quotient: A Multi-Stakeholder Measure Of Corporate Reputation. *Journal Of Brand Management*, 7(4), 241–255. <https://doi.org/10.1057/Bm.2000.10>
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate Image, Recruitment Image And Initial Job Choice Decisions. *Academy Of Management Journal*, 36(2), 414–427. <https://doi.org/10.2307/256530>
- Geofanny. (2023). Employer Branding And E-Recruitment Against Interest In Applying For Generation Z Jobs Employer Branding Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z. *Psikostudia Jurnal Psikologi*, 12(1), 146–154. <https://doi.org/10.30872/Psikostudia.V12i1>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, S., & Saini, G. K. (2020). Information Source Credibility And Job Seekers' Intention To Apply: The Mediating Role Of Brands. *Global Business*

Review, 21(3), 743–762. <https://doi.org/10.1177/0972150918778910>

Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Di Kabupaten Bekasi. *Jambura*, 6(1). <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb>

Harahap, D. S., & Khair, H. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Motivasi Kerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 69–88. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3404>

Hardiansyah, R., Danial, D. M., Nurmala, R., & Sukabumi, U. M. (2023). *The Effectiveness Of E- Recruitment And Social Media In Increasing The Interest Of Generation Z Job Applicants Efektivitas E-Recruitment Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z*.

Haryadi Sarjono, & Winda Julianita. (2011). *Spss Vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat.

Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). *Gojek Re-Branding Menyasar Pangsa Pasar Milenial (Studi Kasus Rebranding Gojek)*.

Husen Miftahudin. (2023, February 15). *Hebat! Anak Muda Zaman Now Lebih Milih Jadi Pebisnis Ketimbang Pns/Pegawai Bumh*. <https://www.medcom.id/ekonomi/entrepreneurship/ybdr7eqk-hebat-anak-muda-zaman-now-lebih-milih-jadi-pebisnis-ketimbang-pns-pegawai-bumh>

I Gede Dirga Surya Widhyadanta. (2023). *Reputasi Perusahaan Berdasarkan Corporate Social Responsibility Disclosure Dan Reputasi Manajemen Puncak*. Cv. Intelektual Manifes Media.

Ilham, M. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Akhlak Bumh Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Regional Finance Operation (Rfo) Medan. In *Jurnal Paradigma Aswaja* (Vol. 1). <https://paradigmaaswaja.org>

- Indah Febrianti, D., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh Kompensasi, Karakteristik Pekerjaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2), 257–267.
- Instiki. (2023). *Riset: Usia 20-An = Periode Terpenting Dalam Hidup!* Institut Bisnis Dan Teknologi Indonesia. <https://instiki.ac.id/2023/02/25/riset-usia-20-an-periode-terpenting-dalam-hidup/>
- Ir. Syofian Siregar, M. M. (2015). *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss* (1st Ed.). Prenamedia Group.
- Irvandi Ferizal. (2016). *Journey To Be Employer Of Choice: Rahasia Manajemen Sdm Untuk Membangun Perusahaan Pilihan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Istikomah Eka, I., & Dwi Estiningrum, S. (2022). *Pengendalian Internal Dalam Sistem Kompensasi*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Jayabalan, N., Makhbul, Z. K. M., Siang, J. M. L. D., Radzi, N. A. B. H. A., & Anuar, M. A. Bin. (2019). E Recruitment Technology Adoption Among Generation Z Job Seekers. *International Journal Of Engineering And Advanced Technology*, 9(2), 1880–1888. <https://doi.org/10.35940/ijeat.B3065.129219>
- Juniartika, R., Utami, S. E., & Ihsani, H. (2023). Pengaruh Kebermaknaan Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Pada Karyawan Generasi Z Di Kota Padang. *Psyche 165 Journal*, 155–160. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v16i3.267>
- Jurnal, L., Nikmatus Sholihah, D., & Isbanah, Y. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Locus Of Control, Dan Hedonism Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior*.
- Johndeo, A., Arsanti, A., Satya, K., & Salatiga, W. (2023). *Prosiding Nasional*.

- Junça Silva, A., & Dias, H. (2023). The Relationship Between Employer Branding, Corporate Reputation And Intention To Apply To A Job Offer. *International Journal Of Organizational Analysis*, 31(8), 1–16. <https://doi.org/10.1108/Ijoa-01-2022-3129>
- Kamaludin. (2010). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dan Reputasi Perusahaan*. Uii.
- Khairal Anwar. (2020). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Latex Concentrate Dan Skim Block Pada Pt. Mardec Nusa Riau Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar”. Uin Syarif Kasim.
- Khairani, M. (2017). *Psikologi Belajar*. Aswaja Pressindo.
- Khairandhy, R. (2016). *Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*.
- Komalasari, S., Hermina, C., Muhaimin, A., Alarabi, M. A., Apriliadi, M. R., Rabbani, N. P. R., & Mokodompit, N. J. D. (2022). Prinsip Character Of A Leader Pada Generasi Z. *Philanthropy: Journal Of Psychology*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.26623/Philanthropy.V6i1.4960>
- Koto, I. (2021). Peran Badan Usaha Milik Negara Dalam Penyelenggaraan Perekonomian Nasional Guna Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat. *Sintesa Cered Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora, 2021*, 1.
- Kurnia, D., & Ngasifudin, M. (2021). Antecedents Intensi Wirausaha Berdasarkan Social Cognitive Career Theory. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(3), 212. <https://doi.org/10.26418/Jebik.V10i3.47150>
- Lala Mutiara. (2020). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan E- Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Pada Fresh Graduate Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka*. Universitas Muhammadiyah

Prof. Dr. Hamka.

Lia Sandra Alimbudiono. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Cv Jakad Media Publishing.

Lijan Poltak Sinambela. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Membangun Tim Kerja Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*. Pt. Bumi Aksara.

Lubis, B., Sos, S., Si, M., Mulianingsih, S., Pd, S., & Pd, M. (2019). Keterkaitan Bonus Demografi Dengan Teori Generasi. In *Februari* (Vol. 1, Issue 1).
<https://www.bkkbn.go.id/detailpost/Bonus->

Martoyo. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bpfe.

Marwansyah. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabetha.

Maudisha. (2022, March 1). *Pasar Kerja Di Era Digital Butuh Sdm Yang Gesit Dan Berpikir Kritis*. <https://www.ui.ac.id/pasar-kerja-di-era-digital-butuh-sdm-yang-gesit-dan-berpikir-kritis/> Mawala Kurnia, R., Meilanny, D., & Santoso, B. (2018). *Proses Rekrutmen Dan Seleksi Pekerja K3l Unpad*.

Mcdadde, A. (2023). *Gen Z Job Hunters Are More Worried About A Company's Reputation Than Layoffs Survey Says*. Business Insider.
<https://www.businessinsider.nl/gen-z-job-hunters-are-more-worried-about-a-companys-reputation-than-layoffs-survey-says/>

Melanthiou, Y., Pavlou, F., & Constantinou, E. (2015). The Use Of Social Network Sites As An E-Recruitment Tool. *Journal Of Transnational Management*, 20(1), 31–49. <https://doi.org/10.1080/15475778.2015.998141>

- M.Luthan, L. (2020). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Moh, N. :, Wasis, E., Nomor, L., 14311712, M. :, Manajemen, J. :, Konsentrasi, B., Sumber, :, & Manusia, D. (2018). *Pengaruh Website Rekrutmen Terhadap Daya Tarik Pelamar Dimediasi Reputasi Perusahaan*.
- Mowbray, J. A., & Hall, H. (2021). Using Social Media During Job Search: The Case Of 16–24 Year Olds In Scotland. *Journal Of Information Science*, 47(5), 535–550. <https://doi.org/10.1177/0165551520927657>
- Muamar, A. (2019). *Wanita Karir Dalam Prespektif Psikologis Dan Sosiologis Keluarga Serta Hukum Islam* (Vol. 1, Issue 1). <http://syekhnuurjati.ac.id/jurnal/index.php/Equalita/article/view/5153>
- Mucharomah, N. L. (2023, December 30). *Gak Cuma Online, Offline Branding Juga Penting!* Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/tantangan-dalam-offline-branding>
- Muhamad Ekhsan, & Nur Fitri. (2021). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 1(2), 97–107.
- Muliawati, T., & Surabaya, U. N. (2020). *Peran Work-Life Balance Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Milenial: Studi Literatur Agus Frianto*.

- Muslim, B., & Irmulan, S. (2006). *Tantangan Indonesia Baru: Strategi Dan Aktivitas Public Relations*. Bpp Perhumas.
- Noviyanti, A. (2021). Dinamika Kecemasan Karir Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Bimbingan Dan Konseling, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 48.
- Purborini, P. S., & Ananda Basid, R. (2022). Pengaruh Employer Branding Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan Di Perusahaan Bumn Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103–114.
- Puri, W., & Wisnu, S. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berperan Dalam Pelaksanaan E-Recruitment Pada Pt.Cipta Aneka Selera*. 25(2).
- Purnama, A. R., Stie, A., Dharma, T., & Makassar, N. (2015). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Celebes Tv Di Kota Makassar* (Vol. 3)
- Prayogo, D. B., Tanuwijaya, D., Shambhala, R. H., & Witarsa, I. P. P. L. P. (2024). Strategi Impression Management Calon Presiden 2024 Dalam Tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan” Di Kanal Youtube Najwa Shihab Menurut Masyarakat Gen-Z Di Surabaya. *Scriptura*, 13(2), 169–183. <https://doi.org/10.9744/Scriptura.13.2.169-183>
- Rachmawati, D. (2019). *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit Iv E-Welcoming Gen Z In Job World (Selamat Datang Generasi Z Di Dunia Kerja)*. 1. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/iccn/article/view/2721>

Rahayu Dwi Larasati. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Labelisasi Halal, Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Kosmetik Make Over Pada Millenial Muslim Di Kudus*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Regithia Lania Putri, & Abdurrahman. (2023). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan Dan Informasi Sosial Media Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10844–10861.

Richard Mosley, & Lars Schmidt. (2017). *Employer Branding For Dummies*. Wiley India.

Rindi Salsabilla. (2023, November 16). *Bukan Startup, Ini Industri Yang Diincar Gen Z Untuk Berkarir*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231116103038-33-489507/bukan-startup-ini-industri-yang-diincar-gen-z-untuk-berkarir/amp>

Roy Marthin, T. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.

Rumiyanti, H., Siradjuddin, & Syariati, A. (2024). *Perekrutan Di Pasar Tenaga Kerja* (Vol. 296, Issue 1). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>

Sadirman. (2016). *Interaksi Dan Motivasi Belajar Menagajar* . Kharisma Putra Utama Offset.

Saifudin Azwar. (1986). *Validitas Dan Reabilitas* . Rineka Cipta.

Salamah, N., Purwanto, T., & Rosanti, C. (2023). *Pengaruh Employer Branding, Media Sosial, Dan Persepsi Terhadap Niat Melamar Kerja Pada Industri Startup The Effect Of Employer Branding, Social Media, And Perceptions On Intention To Apply For Work In The Startup Industry*. 19.

Santiago, J. (2019). The Relationship Between Brand Attractiveness And The Intent To Apply For A Job: A Millennials' Perspective. *European Journal Of Management And Business Economics*, 28(2), 142–157.
<https://doi.org/10.1108/Ejmbe-12-2018-0136>

Sawitri, D. R. (2023). *Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan Dan Strategi Dalam Mewujudkan SdmIndonesia Yang Unggul*.

Septiani, & Rizki Dwi Saputra, M. (2022). *Analisis Kenyamanan Di Tempat Kerja Bagi Generasi Z Dalam Bekerja Di Era Globalisasi*.

Setyo Widodo, D., Yandi, A., & Author, C. (2022). *Model Kinerja Karyawan: Kompetensi, Kompensasi Dan Motivasi, (Literature Review Msdm)*.
<https://doi.org/10.38035/Jim.V1i1>

Service Desk Institute. (2023). *Gen Z In The Workforce: Are They The Unprepared Or Disruptive Workers?*

Sidik Pramono. (2023, May 6). *Perkuat Reputasi Dan Bisnis Bumn Melalui Strategi Komunikasi Kreatif Dan Komprehensif*. Media Indonesia.
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/579096/Perkuat-Reputasi-Dan-Bisnis->

Bumn-Melalui-Strategi-Komunikasi-Kreatif-Dan-Komprehensif

Sista Mayangdarastri, & Amin Wibowo. (2021). *Mission, Vision, And Values Strategic Communication To Attract Potential And Talented Applicants: Experiment On Generation Z*. Universitas Gajah Mada.

Stillman, D., & John Stillman. (2018). *Enerasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan MengubahDunia Kerja*. Pt Gramedia Pustaka Utama.

Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi Dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millenial. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>

Singodimejo. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja*. Kecana.

Slameto. (2003). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta. Sosial, J.P.,

Sri Langgeng Ratnasari, Puji Rahayu Suryadinata, & Yannik Ariyati. (2022). *E-Recruitment, Seleksi, Dan Penempatan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan*. 7(1), 36.

Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Administrasi*. CvAlfabeta.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif,*

Kuantitatif, Dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Cv Alfabeta.

Sukoco, I., Ashar, &, & Fadillah, R. (2016). The Analysis Of Talent Management Strategy Using Organizational Competency Approach In Pt Pindad (Persero) Bandung City. In *Jurnaladbispreneur* (Vol. 1, Issue 1).

Swasdita Fridantara, A., & Muafi, D. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Dan E- Rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi*".

T. Dzulfikar, L. (2023, January 30). *Hasil Riset: Generasi Z Ternyata Lebih Suka Jadi Pns Atau Pegawai Bumn.* The Conversation. <https://Koran-Jakarta.Com/Hasil- Riset- Generasi-Z-Ternyata-Lebih-Suka-Jadi-Pns-Atau-Pegawai-Bumn?Page=All>

Tanwar, K., & Prasad, A. (2016). Exploring The Relationship Between Employer Branding And Employee Retention. *Global Business Review*, 17, 186s-206s. <https://Doi.Org/10.1177/0972150916631214>

Tista Eka Rahayu. (2018). *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri*

Uyanto. (2006). *Pedoman Analisis Data Dengan Spss*. Graham Ilmu.

Wolfswinkel, Furtmueller, Wilderom, & Celeste. (2010). *Reflecting On E-Recruiting Research Using Grounded Theory*

Yanto Sandi, M., Hadin Muhjad, M., & Syaufi, A. (2023). *Nolaj Kekayaan Negara Yang Dipisahkan Dalam Badan Usaha Milik Negara (Bumn) Dalam Bentuk Persero*. 2, 181–202. <https://Notarylaw.Journal.Ulm.Ac.Id/Index.Php>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A