

**PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN
EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT MELAMAR
KERJA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSA PUTRA**

SKRIPSI

MERI ANJANI

20200080188



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSA PUTRA

SUKABUMI

JULI 2024

**PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN
EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT MELAMAR
KERJA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSA PUTRA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana
Manajemen*

MERI ANJANI

20200080188



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSA PUTRA

SUKABUMI

JULI 2024

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN
EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT MELAMAR
KERJA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSA PUTRA

NAMA : MERI ANJANI

NIM : 20200080188

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 28 Juli 2024



MERI ANJANI

Penulis


PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN
EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT MELAMAR
KERJA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSA PUTRA
NAMA : MERI ANJANI
NIM : 20200080188

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 21 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 28 Juli 2024

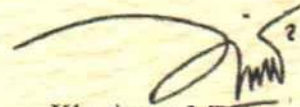
Pembimbing I



Maulita Lutfiani, M.M

NIDN. 0406118804

Pembimbing II



Kharisma, MBA

NIDN. 0412118403

Ketua Penguji



Bonse Aris Mandala P.S., M.M

NIDN. 0405119301

Ketua Program Studi



Ana Yuliana Jasuni, M.M

NIDN. 0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA. Teddy Lesmana, S.H., M.H

NIDN. 0414058705

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of compensation, work environment, and employer branding on the job application intention of 8th-semester students at Universitas Nusa Putra. Given Generation Z's crucial role in the future workforce and their high turnover rates, understanding the factors influencing their job application interest is vital. Employing a quantitative correlational approach with Proportionate Stratified Random Sampling, the study involved 3,295 students. Results indicate that work environment and employer branding have a positive and significant impact on job application intention, while compensation does not significantly influence it. Simultaneously, the three variables explain 71.8% of the variation in job application intention. These findings underscore the importance for companies to focus on enhancing work environment quality and developing strong employer branding strategies, and for universities to facilitate collaborations with companies excelling in these aspects. This research contributes to understanding Generation Z's work preferences and aids companies in devising more effective recruitment strategies.

Keywords: *Compensation, employer branding, employer branding, work environment*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding* terhadap minat melamar kerja mahasiswa semester 8 di Universitas Nusa Putra. Mengingat peran penting generasi Z dalam dunia kerja di masa depan dan tingginya tingkat turnover mereka, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka dalam melamar pekerjaan menjadi krusial. Menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, penelitian melibatkan 3.295 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja dan *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, sementara kompensasi tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 71,8% variasi minat melamar kerja. Temuan ini menyoroti pentingnya perusahaan untuk fokus pada peningkatan kualitas lingkungan kerja dan strategi *employer branding* yang kuat, serta bagi universitas untuk memfasilitasi kerjasama dengan perusahaan yang unggul dalam aspek-aspek tersebut. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang preferensi kerja generasi Z dan membantu perusahaan dalam strategi perekrutan yang lebih efektif.

Kata kunci: *employer branding*, kompensasi, lingkungan kerja, , dan minat melamar kerja

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan *Employer branding* terhadap Minat Melamar Kerja" dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Putra. Dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa ridho Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Kurniawan, S.T., M.Si., M.M. selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, S.Pd., M.T. selaku Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Ana Yuliana Jasuni, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Ibu Maulita Lutfiani, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan solusi, saran, bimbingan dan arahan serta turut berkontribusi dalam memaksimalkan skripsi ini agar mendapatkan hasil yang terbaik.
5. Bapak Kharisma, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang bersama- sama turut serta berkontribusi waktu dan pemikiran demi membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Bapak Bonse Aris Mandala Putra Simangunsong, M.M atas kesediaannya menjadi ketua penguji dalam sidang skripsi saya. Kritik, saran, dan evaluasi yang Bapak berikan sangat berharga dan membangun serta

membantu dalam meningkatkan kualitas skripsi saya. Sekali lagi, terima kasih atas waktu, perhatian, dan bimbingan yang Bapak berikan.

7. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah dengan sabar dan tekun mendidik dan mengajar saya selama 4 tahun masa studi.
8. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, Bapak Jaji dan Ibu Titim saya, serta kakak-kakak tercinta, A Redi Aang Bukhori dan Teteh Indriyani, atas cinta, doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti, yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar sarjana.
9. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Meri Anjani, yang telah bertahan dan berjuang tanpa henti hingga titik ini. Kerja keras dan semangat pantang menyerah telah membuahkan hasil, memungkinkan skripsi ini selesai tepat waktu. Meski bangga dengan pencapaian ini, saya akan tetap rendah hati, menyadari bahwa keberhasilan ini hanyalah awal dari tahapan baru dalam perjalanan hidup dan karir saya.
10. Ucapan terima kasih yang tulus kepada sahabat-sahabat terkasih, Dewan Pengurus Scooby-Doo dan P Nyabu, yang telah setia menemani perjalanan perkuliahan dengan canda tawa, dukungan moral, dan motivasi tiada henti, sehingga penulis memiliki kekuatan dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
11. Teruntuk teman-teman seperjuangan di kelas MN20E, tiada kata-kata yang mampu mengungkapkan rasa terima kasih saya sepenuhnya. Terima kasih atas segala canda tawa, dukungan, dan solidaritas yang kalian berikan. Hadirnya kalian membuat setiap kelas terasa menyenangkan dan penuh kehangatan layaknya keluarga.
12. Kepada seluruh rekan-rekan seangkatan, khususnya di Program Studi Manajemen, atas kebersamaan, kerjasama, dan persahabatan yang telah terjalin selama masa perkuliahan, yang tidak hanya menjadi kenangan indah namun juga memberikan pembelajaran berharga dalam kerja tim dan profesionalisme.
13. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan kontribusi berharga dengan

mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga penulis dapat memperoleh data yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

14. Rasa terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan kepada seluruh teman yang kenal dengan penulis, atas dukungan dan dorongan semangat yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Sukabumi, 28 Juli 2024



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meri Anjani
NIM : 20200080188
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN *EMPLOYER*
BRANDING TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA MAHASISWA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi Pada

" -
tanggal : 28 Juli 2024

Yang Menyatakan



Meri Anjani

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....,.....	viii
DAFTAR ISI.....,.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
14.1 Latar Belakang	1
14.2 Rumusan Masalah	6
14.3 Batasan Masalah.....	6
14.4 Tujuan Penelitian.....	7
14.5 Manfaat Penelitian.....	7
14.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
A. Minat Melamar Kerja	10
B. Kompensasi	12
C. Lingkungan Kerja.....	17
D. <i>Employer Branding</i>	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	23
A. Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja	23
B. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Kerja.....	24
C. Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap Minat Melamar Kerja.....	24
D. Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Kerja	25
2.3 Penelitian Terdahulu.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34

3.3	Populasi dan Sampel	34
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.5	Variabel Operasional.....	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data	40
3.7	Instrumen Penelitian.....	40
3.8	Skala Pengukuran Variabel	41
3.9	Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Hasil	47
4.1.1	Karakteristik Responden.....	47
4.1.2	Deskripsi Responden	47
4.1.3	Deskripsi Data Penelitian	48
4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	53
4.1.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.2	Pembahasan.....	60
4.2.1	Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja	60
4.2.2	Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Kerja.....	61
4.2.3	Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap Minat Melamar Kerja.....	62
4.2.4	Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan <i>Employer branding</i> terhadap Minat Meamar Kerja.....	63
BAB V PENUTUP		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa.....	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Program Studi/Jurusan	48
Tabel 4. 3 Kecenderungan Responden	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Realiabilitas	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear berganda	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji T	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji F	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji R Square	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra-Riset.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (grafik scatterplot)	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner Penelitian	74
Lampiran 2 Tabel Data Responden	81
Lampiran 3 Tabel Data Penelitian	85
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	107
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas	109
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	110
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	112



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang bergerak cepat, kebutuhan akan Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal untuk mengelola organisasi atau perusahaan semakin meningkat. SDM merupakan elemen vital bagi kelancaran dan pencapaian tujuan organisasi, baik institusi maupun perusahaan (Soemarsono, 2018). Ketersediaan SDM yang memadai sangatlah penting. Rasio yang tepat antara jumlah SDM dan pekerjaan menjadi kunci penyelesaian tugas secara efektif dan efisien. SDM yang kompeten dan adaptif menjadi kunci untuk menghadapi perubahan-perubahan tersebut dan memastikan keberhasilan organisasi dalam jangka panjang. Studi dari Sivertzen menyatakan bahwa SDM adalah elemen krusial bagi sebuah organisasi. Suatu organisasi akan menghadapi kesulitan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya serta mencapai sasaran strategis, visi, dan misi yang telah ditetapkan apabila tidak memiliki SDM yang berkompeten dan berkualitas tinggi. SDM merupakan aspek krusial bagi organisasi untuk memperoleh keunggulan dalam persaingan dan menjadi investasi utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Soeling et al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan yang mampu menemukan dan mempertahankan talenta terbaik dan berkualitas akan memiliki peluang besar untuk meraih keuntungan dibandingkan pesaingnya (Boxall, 1996).

Generasi Z diprediksi akan menjadi sepertiga dari total tenaga kerja di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z akan memainkan peran penting dalam dunia kerja dan menjadi kekuatan pendorong bagi pertumbuhan ekonomi (Deloitte, 2019). Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 sd. 2012, yang hingga saat ini berusia 12-27 tahun, akan menjadi mayoritas tenaga kerja di masa depan. Berdasarkan data BPS (2023), generasi Z mencapai 22% dari total populasi Indonesia. Kedatangan generasi muda yang lahir pada awal abad ke-21 di lingkungan kerja akan mengubah cara pandang konvensional mengenai hubungan antara pemberi kerja dan calon pekerja (Staglin 2022). Generasi ini memiliki tuntutan baru terkait lingkungan kerja, budaya organisasi, serta dukungan yang harus diberikan oleh perusahaan. Studi menunjukkan bahwa sebagian besar generasi Z (65%) tidak bertahan lama di pekerjaan mereka, yaitu kurang dari satu

tahun. Sebagian besar generasi Z (65%) tidak bertahan lama di pekerjaan mereka, yaitu kurang dari satu tahun (C.Perna, 2022). Selain itu, generasi Z memiliki kecenderungan yang jauh lebih tinggi untuk mengundurkan diri dari pekerjaan saat ini dalam waktu dekat (13% dalam satu bulan ke depan) dibandingkan generasi lain seperti milenial (5%), Gen X (3%), dan *baby boomer* (6%).

Sebelum melakukan penelitian utama, peneliti melakukan pra-riset untuk memperkuat penelitian dan alasan pemilihan variabel. Pra-riset ini penting untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Sebanyak 33 mahasiswa Universitas Nusa Putra dari semester 5 sampai semester akhir dilibatkan dalam pra-riset ini. Kuesioner pra-riset disebarikan melalui *Google Form*. (Yulinar, 2023), teori Nahartyo menyatakan bahwa setiap sel item pertanyaan memerlukan minimal 10 sampel. Pra-riset ini hanya memiliki 1 sel pertanyaan, maka minimal sampel yang diperlukan adalah 10. Namun, peneliti memutuskan untuk menggunakan 33 responden guna memperoleh temuan yang lebih akurat dan terpercaya.

Hasil pra-riset menunjukkan bahwa gaji/kompensasi merupakan faktor yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa (23,2%), diikuti dengan lingkungan kerja (20,3%), dan Faktor *employer branding* (17,4%). Faktor reputasi perusahaan (15,9%), deskripsi pekerjaan (14,5%), dan deskripsi pekerjaan (14,5%) dipilih oleh persentase responden yang lebih kecil.



Gambar 1. 1 Hasil Pra-Riset



Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Nusa Putra dalam melamar pekerjaan adalah gaji/kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding* sehingga peneliti memilih ketiga faktor tersebut untuk dijadikan variabel penelitian.

Studi menunjukkan bahwa 12% pekerja di seluruh dunia mengundurkan diri dari pekerjaan mereka pada tahun 2021, sementara 20% lainnya diperkirakan akan pindah pekerjaan di tahun 2022 (Randstadt, 2021). Meskipun ada berbagai faktor yang menyebabkan peningkatan tingkat pergantian karyawan, kompensasi yang meliputi gaji dan tunjangan tetap menjadi alasan utama karyawan pindah pekerjaan.

Studi *LinkedIn Global Talent Trends* mengungkapkan bahwa 69% kandidat menolak tawaran kerja dari perusahaan dengan *employer branding* negatif, meskipun tidak memiliki tawaran lain (Hafidz, 2023). *Employer branding* tidak hanya penting untuk menarik kandidat, tetapi juga untuk mempertahankan karyawan. Studi lain menunjukkan perusahaan dengan *employer brand* kuat memiliki risiko kehilangan karyawan dalam 6 bulan pertama 40% lebih rendah dibandingkan perusahaan lain. Hal ini disebabkan banyak pencari kerja lebih tertarik pada perusahaan dengan *employer brand* yang bagus, memiliki reputasi positif, dan mendukung keberagaman dalam organisasi. Membangun identitas perusahaan dengan reputasi positif menjadi keharusan bagi sebuah perusahaan. Perusahaan perlu menyusun strategi *employer branding* yang tepat untuk menciptakan citra merek yang menarik, relevan, dan positif di mata publik. *employer brand* yang kuat akan membantu perusahaan menarik kandidat berkualitas, menurunkan biaya rekrutmen dan pemasaran, serta meningkatkan produktivitas dibandingkan sebelumnya.

Berdasarkan analisis tren pencarian kata kunci di Google, istilah terkait lingkungan kerja yang buruk mengalami lonjakan signifikan sejak 2022 (Kognisiteam, 2023). Pencarian 'lingkungan kerja toxic' naik 700%, pelanggaran HIPAA di tempat kerja naik 350%, serta 'tempat kerja teratas' naik 500%. Hal ini menunjukkan lingkungan kerja yang tidak kondusif bukanlah isu asing lagi. Banyak orang yang sudah tidak tahan dengan situasi kerja yang tidak sehat. Situasi kerja yang dipenuhi rasa cemas dan ketidakpastian merupakan indikasi lingkungan kerja yang tidak sehat atau beracun (*toxic*). Dalam menghadapi kondisi demikian,

seseorang hanya memiliki dua pilihan, yaitu terus bertahan atau mengundurkan diri dari lingkungan tersebut.

Meskipun penelitian terdahulu membahas variabel serupa, terdapat *research gap* yang belum terjawab terkait pengaruh kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan. Terjadi perbedaan signifikan pada temuan penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menyimpulkan kompensasi tidak berpengaruh signifikan (Handi & Safitri, 2023), kontradiksi dengan hasil penelitian yang menemukan kompensasi berpengaruh positif (Febrianti & Hendratmoko, 2022) serta (Permadi & Netra, 2015). Perbedaan ini mengindikasikan adanya *gap* pemahaman terkait pengaruh kompensasi yang mungkin dipengaruhi oleh faktor lokasi, konteks, dan karakteristik responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut.

Terdapat inkonsistensi hasil penelitian terkait pengaruh lingkungan kerja terhadap minat berkarir mahasiswa. Lingkungan kerja tidak berpengaruh signifikan (Nuriyani, 2019), bertolak belakang dengan temuan yang menyatakan lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan dalam menarik minat pelamar (Permadi & Netra, 2015). Perbedaan ini mengindikasikan adanya kesenjangan pemahaman mengenai bagaimana lingkungan kerja memengaruhi minat karir mahasiswa. Penelitian ini berupaya mengisi *gap* tersebut.

Terdapat perbedaan signifikan dalam temuan penelitian terkait pengaruh *employer branding* terhadap niat melamar pekerjaan. Hasil penelitian menyimpulkan *employer branding* tidak berpengaruh signifikan (Salamah et al., 2023), bertentangan dengan hasil penelitian yang menemukan *employer branding* berpengaruh positif terhadap *intention to apply* (Octavianus Sumardana, 2014) dan Erlinda (Erlinda, 2020). Perbedaan ini mengindikasikan adanya *research gap* terkait bagaimana *employer branding* memengaruhi minat melamar yang mungkin dipengaruhi oleh faktor lokasi, karakteristik responden, dan konteks penelitian. Penelitian ini berupaya untuk mengisi celah tersebut.

Lingkungan kerja yang tidak kondusif atau beracun (*toxic*) kerap menjadi alasan pengunduran diri bagi generasi Z dan milenial, terutama saat pertama kali memasuki dunia kerja melalui program magang atau *internship* (Hartawati, 2023). *Internship* merupakan jalur awal untuk mengenal dunia profesional. Berdasarkan UU No. 13/2003, *internship* adalah bagian dari pelatihan kerja terpadu yang

menggabungkan pembelajaran di lembaga dengan praktik langsung di perusahaan di bawah pengawasan instruktur/pekerja berpengalaman untuk menguasai keterampilan tertentu. Sejak didirikan pada tahun 2002, Nusa Putra terus mengalami perkembangan baik dari sisi kuantitas maupun kualitas sebagai lembaga pendidikan. Universitas ini mengklaim telah mendapat kepercayaan dari lebih dari 4.000 mahasiswa dan berhasil meluluskan lebih dari 50% alumninya yang kini tersebar di berbagai bidang profesi. Universitas Nusa Putra berlokasi di Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia. Selain itu, program magang selama dua semester diwajibkan bagi mahasiswa Universitas Nusa Putra sebagai upaya memahami situasi dan kondisi nyata di industri. Tujuannya agar setelah menjalani magang, mahasiswa memperoleh kompetensi yang dibutuhkan dan siap memasuki dunia kerja.

Sebagai calon *fresh graduate*, mahasiswa Universitas Nusa Putra semester 8 tentunya mengharapkan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat melamar kerja bagi calon *fresh graduate*, khususnya terkait kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding*. Hasil penelitian dapat membantu mahasiswa Universitas Nusa Putra dalam pengambilan keputusan karir dan mempertimbangkan ketiga faktor tersebut dalam memilih perusahaan. Bagi Universitas Nusa Putra, hasil ini dapat meningkatkan layanan karir bagi mahasiswanya. Sementara bagi perusahaan, penting untuk meningkatkan kompensasi, lingkungan kerja, dan membangun *employer branding* yang kuat guna menarik minat calon *fresh graduate*.

Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan konteks yang melatarbelakanginya serta guna mengisi *research gap* pada penelitian sebelumnya, memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat melamar kerja calon *fresh graduate*, serta memberikan masukan bagi mahasiswa, universitas, dan perusahaan dalam menghadapi transisi generasi Z ke dunia kerja. Maka dari itu, peneliti merasa tertarik untuk memilih topik penelitian berjudul “Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan *Employer branding* terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra”.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding* yang diterapkan di Universitas Nusa Putra memengaruhi minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra?
2. Apakah terdapat pengaruh lingkungan kerja terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra?
3. Apakah terdapat pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra?
4. Apakah terdapat pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding* secara bersama-sama terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra?

1.3 Batasan Masalah

Bertujuan menjaga fokus penelitian dan mencegah pembahasan yang terlalu luas mengingat banyaknya faktor yang dapat memengaruhi keinginan melamar pekerjaan, penelitian ini memiliki batasan-batasan topik sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya fokus pada pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding* terhadap minat melamar kerja;
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada Mahasiswa Universitas Nusa Putra semester 8;
3. Penelitian ini tidak membahas pengaruh variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat melamar kerja; dan
4. Penelitian ini tidak membahas secara mendalam tentang strategi perusahaan dalam meningkatkan kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding*.

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan permasalahan yang telah dijabarkan, studi ini memiliki sejumlah tujuan yang hendak diwujudkan, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra;
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra;
3. Untuk mengetahui pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra; dan
4. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan *employer branding* secara simultan terhadap minat melamar kerja Mahasiswa Universitas Nusa Putra.

1.5 Manfaat Penelitian

Merujuk pada perumusan permasalahan yang telah dipaparkan, maka studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan nilai tambah sebagai berikut:

A. Manfaat Praktis

1. Universitas

- a. Pemahaman tentang faktor-faktor yang menarik minat pelamar kerja dapat membantu universitas dalam meningkatkan kualitas lulusannya dan membuatnya lebih kompetitif di pasar kerja;
- b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan ajar untuk mata kuliah terkait manajemen SDM dan pengembangan karir; dan
- c. Universitas dapat mengadakan seminar atau *workshop* untuk membahas hasil penelitian ini dengan mahasiswa dan alumni. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan program *mentoring* atau *coaching* bagi mahasiswa yang ingin meningkatkan peluang mendapatkan pekerjaan.

2. Perusahaan

- a. Pemahaman tentang faktor-faktor yang menentukan minat pelamar dapat membantu perusahaan dalam menyaring pelamar yang lebih cepat dan efektif;

- b. Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merancang program kompensasi dan tunjangan yang lebih menarik bagi pelamar kerja. Temuan dari riset ini juga dapat dimanfaatkan untuk membangun lingkungan kerja yang lebih kondusif dan meningkatkan *employer branding* perusahaan.

3. Mahasiswa

- a. Dengan mengetahui apa yang dicari perusahaan, mahasiswa dapat mempersiapkan diri dengan lebih baik untuk proses rekrutmen;
- b. Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat perusahaan terhadap pelamar dapat membantu mahasiswa dalam memilih perusahaan yang tepat untuk bekerja dan membantu mahasiswa dalam meningkatkan nilai jual mereka di pasar kerja; dan

B. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat membantu para ahli dalam mengembangkan teori yang lebih komprehensif tentang motivasi kerja, membangun model prediksi minat melamar kerja, memperkaya pengetahuan tentang *employer branding*, dan meningkatkan pemahaman tentang perilaku pelamar kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan yang terbagi menjadi lima bab utama, di mana setiap bab terdiri dari beberapa sub-bab. Struktur sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Menyajikan gambaran menyeluruh dan mencakup konteks yang mendasari urgensi dilakukannya penelitian ini. Selain itu, bagian ini juga memuat perumusan pertanyaan yang akan dijawab melalui studi, tujuan yang hendak dicapai dari kegiatan penelitian, manfaat atau Signifikansi dari penelitian tersebut, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi.

BAB II: Kajian Pustaka

Disajikan kajian literatur yang meliputi penjelasan mengenai landasan teoritis, hasil penelusuran terhadap sumber-sumber kepustakaan, penyusunan kerangka teori, pengembangan alur pemikiran, serta perumusan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Bagian ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan, mencakup jenis riset yang dilakukan, lokasi dan periode pelaksanaan riset, populasi dan sampel yang dilibatkan, metode pengumpulan data, skala pengukuran yang digunakan, definisi konsep dan operasional, instrumen penelitian yang diaplikasikan, pengujian instrumen penelitian, serta alat analisis data yang dimanfaatkan.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, penjelasan yang lebih mendalam mengenai uraian penelitian dipaparkan. Bagian ini berisi deskripsi atau gambaran tentang objek yang diteliti dalam penelitian tersebut. Selain itu, analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian juga diuraikan secara rinci di bagian ini. Analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

BAB V: Penutup

Pada bab penutup, kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian diuraikan. Kesimpulan ini menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan sebelumnya berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Selain kesimpulan, bab ini juga mencakup saran atau rekomendasi yang diberikan terkait dengan temuan penelitian.

Daftar Pustaka

Bagian ini merupakan suatu daftar yang memuat sumber-sumber informasi yang dijadikan acuan dalam suatu penelitian. Selain itu, daftar pustaka juga berguna untuk memberikan informasi kepada pembaca mengenai sumber-sumber yang dirujuk oleh penulis dalam menyusun hasil penelitiannya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah sejumlah analisis dan pengujian terhadap data yang dikumpulkan, berikut adalah intisari temuan-temuan utama dari penelitian ini:

1. Kompensasi (X1) tidak mempunyai dampak signifikan terhadap motivasi seseorang dalam melamar pekerjaan, berdasarkan taraf signifikansi $0,205 > 0,05$ serta $t \text{ hitung } 1,274 < t \text{ tabel } 1,97867$. Meskipun demikian, variabel ini menunjukkan kontribusi positif sebesar 7,8%.
2. Lingkungan kerja (X2) terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan. Temuan ini didukung dengan taraf signifikansi $0,000 (< 0,05)$ dan $t \text{ hitung } 3,667 > t \text{ tabel } 1,97867$, dengan kontribusi positif sebesar 9,8%.
3. *Employer branding* (X3) mendemonstrasikan pengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar kerja, dibuktikan dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 9,996 > t \text{ tabel } 1,97867$. Variabel ini memberikan kontribusi positif sebesar 54,2%.
4. Kompensasi (X1), Lingkungan Kerja (X2), dan *Employer Branding* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Melamar Kerja (Y), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F \text{ hitung } 183,956 > F \text{ tabel } 2,68$. Ketiga variabel ini bersama-sama juga mampu menjelaskan 81,2% variasi pada minat melamar kerja. Sementara itu, 18,8% selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak tercakup dalam model regresi.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian ini, penulis menyampaikan saran-saran berikut untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut:

1. Kompensasi tetap perlu ditingkatkan meskipun kompensasi tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, Perusahaan tetap perlu menawarkan paket kompensasi yang kompetitif, meningkatkan kualitas lingkungan kerja, dan

menginvestasikan dalam strategi *employer branding* yang kuat untuk menarik dan mempertahankan karyawan berkualitas, terutama mahasiswa;

2. Universitas dapat memfasilitasi kerjasama dengan perusahaan yang memiliki lingkungan kerja dan *employer branding* unggul untuk kegiatan magang, kunjungan industri, atau perekrutan, serta menyediakan pelatihan yang mempersiapkan mahasiswa beradaptasi dengan beragam lingkungan kerja dan memahami pentingnya citra perusahaan dalam proses pencarian kerja;
3. Mahasiswa sebaiknya mempertimbangkan lingkungan kerja dan reputasi perusahaan di samping kompensasi saat memilih tempat kerja jangka panjang, serta aktif mencari informasi tentang *employer branding* melalui berbagai sumber untuk memahami budaya dan nilai perusahaan; dan
4. Penelitian selanjutnya dapat menspesifikasikan penelitian dengan mengelompokkan responden apabila dalam Universitas terdapat mahasiswa karyawan dan reguler serta mengelompokkan minat menjadi beberapa pilihan misalnya *entrepreneurship*, minat melamar kerja, melanjutkan pendidikan, atau yang lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari., M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Alifuddin, P. R. M. (2023). *PENGARUH REPUTASI, E-RECRUITMENT, DAN LINGKUNGANI KERJA TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN OLEH MAHASISWA*.
- Ansory, F., & Indrasari, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Vol. 01).
- Armstrong, M. (2008). *STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT: A GUIDE TO ACTION* (4TH EDITIO). Kogan Page Limited.
https://www.usb.ac.ir/FileStaff/5912_2018-10-6-18-43-1.pdf
- Ayunasrah, T., Ratnawati, R., Diana, R., & Ansari, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 4(1), 1–10.
- Boxall, P. (1996). The Strategic Hrm Debate and the Resource-Based View of the Firm. *Human Resource Management Journal*, 6(3), 59–75.
<https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.1996.tb00412.x>
- A.Perna, M. (2022). *Budaya Kerja yang Beracun Adalah Faktor #1 yang Mendorong Orang untuk Mengundurkan Diri*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/markcperna/2022/06/01/toxic-work-culture-is-the-1-factor-driving-people-to-resign/?sh=177ae4ed68f1>
- Choirunisa, S. A., & Taman, A. (2015). *PENGARUH PENGHARGAAN FINANSIAL , GENDER , DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MINAT MENJADI AKUNTAN PEMERINTAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2014-2015). 1*, 1–15.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H.,

- Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.)). CV. SAINS MEDIS INDONESIA.
https://www.researchgate.net/publication/354059356_Metode_penelitian_pendekatan_kuantitatif
- Deloitte. (2019). *Welcome to generation z - I* -. 1–24.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf>
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (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.
<https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.992>
- Ende, Sulaimawan, D., Sastaviana, D., Lestariningsih, M., Rozanna, M., Mario, A., Mahmudah, S., Bayudhigantara, E. M., Johannes, R., Marry, F., Priyono, H., & Pranyoto, E. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia. In : *Eureka Media Aksara, September 2023 Anggota Ikapi Jawa Tengah*.
- Erlinda, F. (2020). Pengaruh employer branding, reputasi perusahaan, dan website recruitment terhadap minat melamar kerja mahasiswa perguruan tinggi negeri Kota Malang di PT Bank Syariah Mandiri. *Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2022). Pengaruh Employer Branding dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention to Apply Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 595.
- Fatimah, S., Kusniawati, A., & Kader, M. Abdul. (2021). PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN KOMPENSASI TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA (Studi pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(2018), 40–55.
- Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap

- minat melamar pekerjaan. *Kinerja*, 19(2), 257–267.
<https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10927>
- Geofanny, R. (2023). Employer Branding and E-recruitment Against Interest in Applying for Generation Z Jobs. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 12(1), 146.
<https://doi.org/10.30872/psikostudia.v12i1.9922>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (ke 5).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (P. P. Harto (ed.); VIII). Badan Penerbit - UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivers dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit - UNDIP.
https://www.scribd.com/embeds/644946086/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFwexxf7rlbzEfWu3HKwf
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (ke 10). Badan Penerbit - UNDIP.
https://www.scribd.com/embeds/704634959/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFwexxf7rlbzEfWu3HKwf
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10* (ke 2). Badan Penerbit - UNDIP.
https://www.scribd.com/embeds/694018838/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFwexxf7rlbzEfWu3HKwf
- Hafidz, L. (2023). *Pahami Employer Branding yang Vital untuk Menarik Kandidat Terbaik*. Talentics.
- Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 210–218.
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Hartawati, A. D. (2023). *Toxic Environment When Internship*. BINUS Journey.

- Hikmawanti, F. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. In *PT RajaGrafindo Persada* (keempat). PT RajaGrafindo Persada.
- Jalil, A. (2023). *PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN REPUTASIPERUSAHAAN TERHADAP MINAT MELAMAR KERJAPADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH(Studi Kasus Pada Alumni Mahasiswa FEBI UIN Walisongo SemarangPeriode 2020-2021)*. 1605026186, 80.
- Kognisiteam. (2023). *Red Flag dan Strategi Menghadapi Lingkungan Kerja Toxic*. Kognisi.Id. <https://blog.kognisi.id/red-flag-dan-strategi-menghadapi-lingkungan-kerja-toxic/>
- Kumar, M. R. (2021). *Melamar Kerja Mahasiswa Pada Pt Bank Syariah Indonesia Skripsi*.
- Kusnandar, K. S. (2023). *PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN MAHASISWA ANGKATAN 2019 PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA*. <http://repository.unika.ac.id/31952/>
- Latansa, L. (2020). Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *UNNES Repository*.
- Mulia, V. B. (2021). Analisis pengaruh reputasi hotel terhadap minat melamar praktek kerja lapangan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Kepariwisata*, 15(3), 146–153.
- Munawaroh, S., & Muhamad Ekhsan. (2021). *E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Cikarang Utara)*.
- Munir, R. (2016). Pengujian Hipotesis Statistik. *Informatika STEI, Mam 4137*, 1–48.
- Mustori, M. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. LaksBang Pressindo.
- Nuriyani, U. (2019). Pengaruh Gender, Lingkungan Kerja, Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Memilih Berkarir Di

- Bank Syariah. *Skripsi*, 1–95.
http://repository.iainbengkulu.ac.id/3500/1/ULFA_NURIYANI.pdf
- O’Sullivan, J. (2017). *Employer Branding – A Valuable Tool for Attraction and Retention In Irish Organisations? August*, 49.
<http://trap.ncirl.ie/2822/1/jeeyaseelieosullivan.pdf>
- Octavianus Sumardana, A. G. R. D. K. S. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 184–193.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*.
- Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3256–3286.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). *Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina)*. 08(01), 103–114.
- Rahayu, T. E. (2018). *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan: Studi Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*.
- Randstadt. (2021). *Employer Brand Reserach 2021 Global Report*. 1–42.
- Rismelinda K, D. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di PT.Karya Tama Bakti Mulia. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau*, 23–24.
<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/16987>
- 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. *Neraca*, 19, 133–146.
- Setyo Widodo, D., & Yandi, A. (2022). Model Kinerja Karyawan: Kompetensi, Kompensasi dan Motivasi, (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.1>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sinaga, M. N., & Pramudita, D. P. D. (2023). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 34(3), 224–232. <https://doi.org/10.53916/jam.v34i3.124>
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: Employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product and Brand Management*, 22(7), 473–483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>
- Soeling, P. D., Ajeng Arsanti, S. D., & Indriati, F. (2022). Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia? *Heliyon*, 8(4), e09208. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09208>
- Soemarsono. (2018). *SDM (Sumber Daya Manusia). Pilar Penting Atas Keberhasilan dan Kegagalan Organisasi*. KPPN Palangkaraya. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/palangkaraya/id/data-publikasi/berita-terbaru/2825-sdm-sumber-daya-manusia-pilar-penting-atas-keberhasilan-dan-kegagalan-organisasi.html>
- Staglin, G. (2022). *The Future Of Work Depends On Supporting Gen Z*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/onemind/2022/07/22/the-future-of-work-depends-on-supporting-gen-z/?sh=6fef08fb447a>
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal*

Region, 1(3), 1–19.

Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompetensi yang Ditawarkan Perusahaan terhadap Minat Melamar pekerjaan. *Buletin Studi Ekonomi*.

W Enny, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
<http://eprints.ubhara.ac.id/424/31/Buku-MSDM-2019.pdf>

Wirohikmawan, R., & Kustini, K. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 457–462.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.779>

Wulandari, S. (2022). *Pengaruh Motivasi Spiritual, Lingkungan Kerja Dan Penghargaan Finansial Terhadap Minat Bekerja Di Perbankan Syariah*.

Yulinar, R. (2023). *ANALISIS COSTUMER TRUST PT PEGADAIAN SETELAH AKUISISI OLEH PT BANK RAKYAT INDONESIA (Studi Kasus Pegadaian Co-Location BRI Unit Pekapuran) BOGOR JUNI 2023 LEMBAR PERSETUJUAN*.

