

PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN KOMPENSASI TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN

Margaretha Noprisda Sinaga¹

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dismas Persada Dewangga Pramudita^{2*}

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

e-mail: dismas.persada@uajy.ac.id

ABSTRACT

Companies are currently competing to be superior so they can survive in an increasingly hypercompetitive market. High-quality human resources are an important factor that potentially supports companies to become superior. A recruitment process that runs well will produce quality human resources. Effective recruitment can be carried out when recruitment sources can be filtered well. Therefore, this research aims to determine the influence of employer attractiveness and compensation on interest in applying for jobs. The respondents in this research were 50 Atma Jaya University Yogyakarta students, Class of 2019. Data collection in this research was carried out by distributing questionnaires online. The data that has been obtained is processed using multiple linear analysis techniques with the help of SPSS 29 software. The results of this research show that employer attractiveness and compensation have a positive and significant effect on interest in applying for jobs.

Keywords: employer attractiveness, compensation, interest to apply

ABSTRAK

Perusahaan saat ini bersaing untuk menjadi lebih unggul sehingga dapat bertahan di pasar yang semakin hiperkompetitif. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan faktor penting yang dapat mendukung perusahaan agar menjadi lebih unggul. Proses rekrutmen yang berjalan dengan baik akan menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Perekrutan yang efektif dapat terlaksana ketika sumber rekrutmen dapat tersaring dengan baik. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer attractiveness* dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Angkatan 2019 yang berjumlah 50 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online. Data yang telah diperoleh diolah menggunakan teknik analisis linier berganda dengan bantuan software SPSS 29. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *employer attractiveness* dan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Kata kunci: employer attractiveness, kompensasi, minat melamar pekerjaan

JEL:

Diterima	: 16 November 2023
Ditinjau	: 17 November 2023
Dipublikasikan	: 30 Desember 2023

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi serta konsumen yang semakin kritis tentunya dapat menjadi sebuah kesempatan maupun tantangan bagi perusahaan. Dalam rangka meningkatkan kualitas produk maupun layanan, perusahaan memerlukan individu dengan talenta yang mendukung. Dunia bisnis sangat memerlukan fungsi manajerial dan fungsi kepemimpinan untuk menunjang keefektifan proses bisnis. Sumber daya manusia menjadi aset penting bagi perusahaan yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Untuk memperoleh sumber daya yang berkualitas, diperlukan kesuksesan dalam menyelenggarakan proses perekrutan karyawan yang efektif. Efektif atau tidaknya proses perekrutan karyawan baru salah satunya ditentukan oleh sumber penyaringan sehingga perusahaan berpotensi memperoleh kandidat yang berkualitas (Dessler, 2020). Strategi perusahaan dalam memperoleh sumber penyaringan talenta yang berkualitas tentu berbeda-beda. Kerjasama dengan sejumlah perguruan tinggi negeri maupun swasta dalam menyelenggarakan proses rekrutmen masih menjadi salah satu cara yang dianggap efektif.

Sumber daya manusia yang berkualitas secara umum dapat diperoleh dari proses rekrutmen yang berjalan efektif, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk menentukan calon karyawan yang akan diterima. Dalam rangka mendukung hal tersebut, maka ketertarikan angkatan kerja untuk melamar di perusahaan menjadi hal yang krusial. Semakin tinggi daya tarik perusahaan (*employer attractiveness*) dalam menarik minat pelamar, semakin tinggi keinginan pencari kerja untuk melamar di perusahaan (Sivertzen *et al.*, 2013). Untuk meningkatkan daya tarik perusahaan bagi calon pelamar atau kandidat, tentu diperlukan citra perusahaan (*employer branding*) yang positif. Citra perusahaan juga merupakan faktor pendukung bagi perusahaan dalam menyelenggarakan proses rekrutmen yang efektif (Dessler, 2020). Semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi jumlah kandidat yang melamar pada suatu posisi pekerjaan.

Selain daya tarik perusahaan, faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam melamar pekerjaan adalah kompensasi yang ditawarkan oleh perusahaan. Kompensasi merupakan segala bentuk pembayaran atau penghargaan yang diberikan kepada karyawan atas usaha mereka kepada perusahaan (Dessler, 2020). Kompensasi merupakan salah satu sumber motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaannya (Robbins dan Judge, 2021). Penelitian Hoang *et al.* (2020) membuktikan bahwa kompensasi, pengembangan karir, dan *work-life balance* mempengaruhi minat melamar kerja dari pencari kerja. Dalam penelitian tersebut, kompensasi merupakan faktor yang paling berpengaruh untuk menarik minat pelamar. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kompensasi baik yang bersifat finansial maupun non-finansial menjadi penting untuk diperhatikan dalam rangka menarik minat kandidat yang berkualitas sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan stratejik perusahaan.

Perguruan tinggi baik yang dikelola oleh negara maupun swasta menjadi salah satu tujuan bagi perusahaan-perusahaan berskala besar dalam berbagai industri untuk memperoleh kandidat yang berkualitas pada suatu posisi pekerjaan. Para lulusan perguruan tinggi yang baru saja diwisuda (*fresh graduate*) tentu menjadi sasaran utama dalam sebuah *career day*. Pada umumnya, mahasiswa semester akhir telah memiliki pandangan untuk menentukan pilihan karir. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memilih mahasiswa semester akhir (angkatan 2019) Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai responden.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Tentang *Employer Attractiveness*

Employer attractiveness merupakan suatu kesan tentang ciri-ciri dan keuntungan yang terkait dengan organisasi, yang dirasakan oleh calon karyawan sebagai potensi imbalan dari bekerja di dalam organisasi tersebut (Reis *et al.*, 2017). *Employer attractiveness* dapat diidentifikasi dari sudut pandang kandidat pelamar kerja maupun karyawan yang telah bekerja di perusahaan (Widianti dan Murti, 2022). Terdapat lima dimensi utama dalam *employer attractiveness* (Berthon *et al.*, 2005). *Interest Value: Brand* perusahaan yang positif akan meningkatkan ketertarikan calon karyawan terhadap perusahaan. Kedua, *Social Value: Lingkungan kerja* yang konstruktif, hubungan yang baik antar rekan kerja. Ketiga, *Economic Value: Minat* calon karyawan terhadap perusahaan juga dipengaruhi oleh manfaat yang diperoleh melalui aspek gaji, bonus, dan lainnya. Keempat, *Development Value: Ketertarikan* calon karyawan terhadap perusahaan muncul dari harapan untuk mendapatkan pengakuan atas kontribusi, serta peluang pengembangan karir di masa depan. Kelima, *Application Value: Daya tarik* calon karyawan untuk terus belajar dan mengaplikasikan pengetahuannya guna berbagi dengan orang lain dan berinteraksi dengan pelanggan.

2.2 Tinjauan Tentang Kompensasi

Kompensasi merupakan berbagai bentuk pembayaran kepada karyawan yang timbul dari aktivitas pekerjaan mereka (Dessler, 2020). Perusahaan menerapkan strategi kompensasi untuk mempengaruhi perilaku karyawan dalam meningkatkan kontribusi mereka sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan strategik (Tumi *et al.*, 2021). Sistem kompensasi yang baik mencerminkan nilai dari suatu pekerjaan dan hal ini dapat mendukung perusahaan agar tetap kompetitif untuk menyaring pasar tenaga kerja berkualitas (Robbins dan Judge, 2021).

2.3 Tinjauan Tentang Minat Melamar Pekerjaan

Minat melamar pekerjaan merupakan sebuah kondisi dimana pencari kerja melakukan evaluasi informasi tentang hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari suatu posisi pekerjaan di dalam perusahaan (Moorthy *et al.*, 2017). Minat melamar pekerjaan dapat diidentifikasi pada tindakan pencari kerja yang berusaha mencari informasi terkait perusahaan yang ingin dilamar (Purborini, 2022). Individu yang berminat untuk melamar kerja tentunya mempunyai inisiatif mencari informasi tentang posisi pekerjaan yang akan dilamar.

2.4 Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

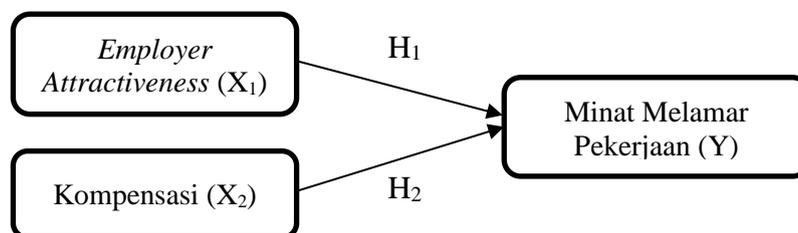
Salah tujuan perusahaan yang berinvestasi dalam membangun *employer branding* yang lebih kuat adalah untuk menarik lebih banyak karyawan berkualitas tinggi (Wilden *et al.*, 2010). Perekrutan yang efektif tentunya didukung oleh citra positif perusahaan sehingga jumlah pelamar kerja cukup tinggi (Dessler 2020). Perusahaan menjadi leluasa dalam melakukan seleksi untuk menyaring kandidat berkualitas. Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif terhadap minat seseorang untuk melamar pekerjaan (Widianti dan Murti, 2022; Sivertzen *et al.*, 2013).

2.5 Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Sumardana (2014) memaparkan bahwa kompensasi yang diberikan perusahaan memiliki pengaruh pada minat melamar pekerjaan. Penelitian terdahulu oleh Nurqamar dkk. (2022) menunjukkan bahwa kompensasi langsung dan tidak langsung berpengaruh pada keputusan

individu generasi z untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Menurut studi terdahulu oleh Lincoln Financial Group (2019), besarnya gaji merupakan hal yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan untuk melamar pekerjaan pada individu generasi z.

2.6 Kerangka Penelitian dan Hipotesis



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

H₁: *Employer Attractiveness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta

H₂: Kompensasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji seluruh hubungan antar variabel yang telah dinyatakan pada hipotesis. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode untuk mengamati populasi maupun sampel tertentu, dengan proses pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian yang selanjutnya dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini berupa data kuantitatif. Selanjutnya, sumber data pada penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer dari kuesioner yang diisi oleh responden, yakni mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2019 dari berbagai program studi yang menjadi objek penelitian. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang antara lain berasal dari internet, buku, maupun dari berbagai jurnal terdahulu yang terkait dengan topik penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekelompok objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu dan ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari berbagai jurusan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti (Sugiyono, 2019). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang merupakan angkatan 2019 dari berbagai jurusan. Penelitian ini mengacu pada Teori Roscoe dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2019), ukuran sampel yang sesuai untuk penelitian ialah 30-500. Jika penelitian menggunakan analisis multivariat maka jumlah sampel sekurang-kurangnya 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50

orang.

3.4 Variabel dan Instrumen Penelitian

3.4.1 *Employer Attractiveness*

Employer attractiveness dalam penelitian ini adalah ukuran tentang sebaik apa kesan-kesan tentang ciri-ciri dan keuntungan yang dipersepsikan sebagai potensi imbalan dari bekerja di dalam perusahaan. *Employer attractiveness* dalam penelitian ini merupakan variabel independen (X_1) dan diukur berdasarkan lima dimensi yang terdiri dari 15 item pernyataan (Berthon dalam Amara *et al.*, 2023)

3.4.2 Kompensasi

Kompensasi dalam penelitian ini adalah persepsi tentang segala bentuk pembayaran kepada karyawan. Kompensasi merupakan variabel independen (X_2) dan diukur menggunakan 6 item, yang dikembangkan oleh Dessler (2013) yang diadaptasi dari penelitian Amara *et al.* (2023).

3.4.3 Minat Melamar Kerja

Minat melamar kerja merupakan variabel dependen (Y) dan diukur menggunakan 5 item yang dikembangkan oleh Highhouse *et al.* (2003). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yang terdiri atas 5 skor yaitu: SS = Sangat Setuju diberi skor 5, S = Setuju diberi skor 4, N = Netral diberi skor 3, TS = Tidak Setuju diberi skor 2, STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1.

3.5 Teknik Analisis

Analisis data responden dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS 29 untuk menguji setiap hipotesis. Validitas dan reliabilitas data akan diukur terlebih dahulu sebelum uji hipotesis dilakukan. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dinyatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach's alpha* $>$ 0,6 (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, digunakan analisis regresi linier berganda. Kemudian untuk menguji hipotesis, akan mengacu pada nilai t . Jika t hitung $>$ t tabel, maka hubungan antara kedua variabel terbukti signifikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data terbukti valid dan reliabel untuk responden sebanyak 50 orang. Untuk uji validitas, terbukti bahwa r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Employer Attractiveness</i> (X_1)	EA1	0,775	0,28157	Valid
	EA2	0,800	0,28157	Valid
	EA3	0,742	0,28157	Valid
	EA4	0,622	0,28157	Valid
	EA5	0,740	0,28157	Valid
	EA6	0,699	0,28157	Valid
	EA7	0,743	0,28157	Valid
	EA8	0,759	0,28157	Valid

	EA9	0,708	0,28157	Valid
	EA10	0,762	0,28157	Valid
	EA11	0,615	0,28157	Valid
	EA12	0,760	0,28157	Valid
	EA13	0,712	0,28157	Valid
	EA14	0,735	0,28157	Valid
	EA15	0,725	0,28157	Valid
Kompensasi (X2)	K1	0,716	0,28157	Valid
	K2	0,807	0,28157	Valid
	K3	0,796	0,28157	Valid
	K4	0,858	0,28157	Valid
	K5	0,811	0,28157	Valid
	K6	0,667	0,28157	Valid
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	MM1	0,762	0,28157	Valid
	MM2	0,796	0,28157	Valid
	MM3	0,820	0,28157	Valid
	MM4	0,821	0,28157	Valid
	MM5	0,726	0,28157	Valid

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1, setiap instrumen variabel *employer attractiveness*, kompensasi, dan minat melamar pekerjaan terbukti valid.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Employer Attractiveness</i>	0,933	Reliabel
Kompensasi	0,867	Reliabel
Minat Melamar Pekerjaan	0,835	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Untuk uji reliabilitas, telah terbukti bahwa setiap instrumen dapat dikatakan reliabel. Berdasarkan Tabel 4.2, setiap variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha > 0,6 sehingga tergolong reliabel.

Tabel 4.3 Mean Setiap Variabel

Variabel	Kode Item	Skor	Mean	Kategori
<i>Employer Attractiveness</i> (X1)	EA1	4,54	4,60	Sangat Tinggi
	EA2	4,56		
	EA3	4,62		
	EA4	4,70		
	EA5	4,70		
	EA6	4,74		
	EA7	4,68		
	EA8	4,60		
	EA9	4,62		
	EA10	4,66		
	EA11	4,40		
	EA12	4,58		

	EA13	4,46	4,48	Sangat Tinggi
	EA14	4,56		
	EA15	4,58		
Kompensasi (X2)	K1	4,56	4,48	Sangat Tinggi
	K2	4,36		
	K3	4,38		
	K4	4,40		
	K5	4,52		
	K6	4,70		
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	MM1	4,54	4,48	Sangat Tinggi
	MM2	4,34		
	MM3	4,58		
	MM4	4,54		
	MM5	4,42		

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data dari pengisian kuesioner, tampak bahwa mean untuk setiap variabel yang diteliti tergolong sangat tinggi. Mean variabel *employer attractiveness* (X1) sebesar 4,60. Mean variabel kompensasi (X2) dan minat melamar pekerjaan (Y) masing-masing sebesar 4,48.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 ^a	,484	,462	1,691

a. Predictors: (Constant), Total K, Total EA

b. Dependent Variable: Total MM

Gambar 4.1 R² Model Penelitian

Dari gambar 4.1 tampak bahwa variabel *employer attractiveness* dan kompensasi mampu memprediksi variabel minat melamar pekerjaan sebesar 46,2% dan 53,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,313	3,033		1,092	,280		
	Total EA	,144	,056	,349	2,568	,013	,596	1,678
	Total K	,342	,111	,420	3,090	,003	,596	1,678

a. Dependent Variable: Total MM

Gambar 4.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dari gambar 4.2 tampak bahwa variabel *employer attractiveness* dan kompensasi mampu memprediksi variabel minat melamar pekerjaan. Signifikansi nilai t kedua variabel independen < 0,05 sehingga pengaruhnya terbukti signifikan.

4.1 Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, signifikansi nilai t variabel *employer attractiveness* terbukti signifikan ($0.013 < 0,05$). Hasil ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian (H_1) yang menyatakan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta terbukti. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif terhadap minat untuk melamar pekerjaan (Widianti dan Murti, 2022; Sivertzen *et al.*, 2013).

4.2 Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, signifikansi nilai t variabel kompensasi terbukti signifikan ($0.003 < 0,05$). Hasil ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian (H_2) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta terbukti. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap minat untuk melamar pekerjaan (Sumardana, 2014; Nurqamar dkk, 2022).

5. KESIMPULAN

Employer attractiveness memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik perusahaan atau *employer attractiveness* maka minat melamar pekerjaan di perusahaan tersebut akan semakin meningkat. Kompensasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kompensasi yang diberikan, maka minat melamar pekerjaan terhadap perusahaan akan meningkat.

Melalui hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, diketahui bahwa *employer attractiveness* menunjukkan hasil yang sangat tinggi. Dimensi *social value* menjadi indikator dengan nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta tertarik dengan lingkungan kerja yang menyenangkan. Perusahaan dapat mempertahankan suasana lingkungan kerja yang menyenangkan serta menjaga hubungan yang baik antar sesama karyawan

DAFTAR PUSTAKA

- Amara, N. A., Barkah, Daud, I., Sulistiowati, & Hendri, M. I. (2023). The Effect of Employer Attractiveness and Compensation on Job Pursuit Intention to Fmcg Companies in Indonesia: Corporate Reputation as an Intervening Variable. *Scientific Research Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 17-26.
- Berthon, P., Ewing, M.J., Hah, L.L. (2005). Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 152-172.
- Dessler, G. (2015). *Human Resources Management*. United States: Pearson Education
- Dessler, G. (2020). *Human Resources Management 16th Edition*. New York: Pearson.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Hoang, L. V., Vu, H. M., & Ngo, V. M. (2020). Factors affecting job pursuit intention in hotel industry in Ho Chi Minh, Viet Nam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 281-290.
- LFG. (2019). Millennial & Gen Z Reflection on Workplace Benefit & Financial Planning, Businesswire. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20191120005742/en/Gen-Z-and-Millennials-All-About-the-Benefits-Not-Just-the-Benjamins>. 30 Oktober 2023
- Moorthy, K., Na, S. A., Yee, C. W., Xian, C. Y., Jin, O. T., Mun, T. S., & Shan, W. S. (2017). Influence of corporate social responsibility in job pursuit intention among prospective employees in Malaysia. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1159-1180.
- Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhillah, N., & Rahmi, N. (2022). The intention of Generation Z to apply for a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218-247.
- Putri Sekar Purborini, R. A. (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.
- Reis, G. G., Braga, B. M., & Trullen, J. (2017). Workplace authenticity as an attribute of employer attractiveness. *Personnel Review*, 46(8), 1962-1976.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational Behavior*, Updated, Global Edition (18th ed.). Pearson International Content.
- Sivertzen, A.M., Nilsen, E.R., dan Olafsen, A.H. (2013). Employer Branding: Employer Attractiveness and the use of social media. *Journal of Product & Brand Management*, 473-483.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumardana, O. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 184-192.
- Tumi, N. S., Hasan, A. N., & Khalid, J. (2021). Impact of compensation, job enrichment and enlargement, and training on employee motivation. *Business Perspectives and Research*, 10(1), 121-139.
- Widianti, D. F., dan R., Arif Murti. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 24(1), 63-75.
- Wilden, R., Gugerdan, S., & Lings, I. (2010). Employer branding: strategic implications for staff recruitment. *Journal of Marketing Management*, 26(1), 56-73.