

Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada

Oleh:

Nasywa Aulia,

Dosen Pembimbing : Dewi Andriani

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Desember, 2025

Pendahuluan

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, kini mulai mendominasi dunia kerja sebagai generasi pertama yang dibesarkan dengan teknologi digital sejak lahir. Kehadiran mereka membawa transformasi signifikan dalam dinamika dan ekspektasi pekerjaan. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z memiliki karakteristik unik dan preferensi yang berbeda dalam memilih pekerjaan, sehingga metode rekrutmen karyawan perlu disesuaikan. Pengelola sumber daya manusia sangat membutuhkan Generasi Z dalam berbagai bidang, namun generasi ini dinilai sangat selektif dalam memilih pekerjaan.

Data pelamar di PT. Kindo Dwi Persada menunjukkan tren yang menarik. Selama periode 2021-2023 terjadi peningkatan konsisten dari 195 orang menjadi 215 orang. Namun, tahun 2024 mengalami penurunan menjadi 210 orang, dan yang mengkhawatirkan adalah penurunan drastis sekitar 69% pada tahun 2025 menjadi hanya 65 orang. Fenomena ini mengindikasikan adanya masalah dalam strategi penarikan tenaga kerja perusahaan yang perlu segera dievaluasi.

Tiga faktor kunci yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan adalah kompensasi, rekrutmen, dan reputasi perusahaan. Kompensasi yang wajar dan adil dapat meningkatkan produktivitas kerja karena menciptakan kepuasan karyawan. Proses rekrutmen yang baik dengan transparansi informasi akan meningkatkan daya tarik perusahaan. Sementara itu, reputasi perusahaan berperan besar dalam ketertarikan melamar karena Generasi Z sangat sadar akan personal branding dan cenderung mencari tempat kerja yang selaras dengan nilai-nilai mereka. Penelitian ini penting mengingat Generasi Z akan menjadi mayoritas tenaga kerja dan memahami preferensi mereka akan membantu perusahaan mengembangkan strategi rekrutmen yang lebih efektif.

RESEARCH GAP

- Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kompensasi yang wajar dan adil dapat meningkatkan produktivitas kerja karena menciptakan kepuasan dalam melaksanakan pekerjaan. Pernyataan ini didukung oleh penelitian lain yang membuktikan bahwa kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Berbanding terbalik dengan penelitian lain yang membuktikan bahwa kompensasi tidak berpengaruh terhadap minat melamar kerja.
- Pada variabel rekrutmen, penelitian terdahulu menyatakan bahwa proses rekrutmen yang baik dengan transparansi informasi dapat meningkatkan daya tarik perusahaan bagi pelamar. Hal ini didukung oleh riset lain yang membuktikan bahwa rekrutmen berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Namun berbeda dengan penelitian riset lain yang membuktikan bahwa rekrutmen tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan.
- Temuan penelitian terdahulu menyatakan reputasi perusahaan dapat membentuk persepsi positif pelamar kerja sehingga perusahaan bisa menemukan talenta yang sesuai dengan kebutuhan. Hal ini didukung oleh penelitian lain yang membuktikan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Berbeda dengan penelitian lain yang membuktikan bahwa reputasi perusahaan kurang memengaruhi niat melamar pekerjaan karena tidak terlalu dipertimbangkan oleh calon pelamar.
- Berdasarkan hasil temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa gap dalam penelitian ini adalah evidence gap, karena adanya ketidakkonsistenan hasil pada temuan penelitian sebelumnya terkait pengaruh kompensasi, rekrutmen, dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan masalah :

1. Apakah minat melamar pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada di Pengaruhi oleh Kompensasi ?
2. Apakah minat melamar pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada di Pengaruhi oleh Rekrutmen?
3. Apakah minat melamar pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada di pengaruh oleh Reputasi Perusahaan?

Tujuan Penelitian : Untuk menganalisis Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi z di PT.Kindo Dwi Persada.

Kategori SDGs : Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada “ ini sesuai dengan SDGs poin ke-8, yang berfokus pada apa yang dianggap sebagai "pekerjaan layak" oleh generasi Z. Faktor-faktor seperti kompensasi, rekrutmen, dan reputasi perusahaan adalah elemen kunci yang membentuk persepsi generasi muda tentang kualitas sebuah pekerjaan. Yang ada pada GOAL 8 - SDGs Indonesia

Literatur Riview

Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan [14]. Teori perilaku terencana (theory of planned behavior) tindakan terencana, dipengaruhi oleh intensitas. Sedangkan intensitas dipengaruhi oleh sikap, kemudahan berperilaku, dan norma subjektif. Sikap dipengaruhi terpengaruh oleh faktor internal dan eksternal. Teori ini menyatakan bahwa seseorang akan bertindak dengan cara tertentu jika mereka percaya bahwa tindakan mereka positif dan jika mereka percaya bahwa orang lain menginginkan mereka melakukannya [15]. Minat melamar pekerjaan mempunyai beberapa indikator yakni [16]:

1. Keperluan akan pekerjaan

Pelamar yang berpotensi tertarik untuk melamar posisi karena memerlukan pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan.

2. Mencari informasi pekerjaan

Pelamar yang menjelajahi informasi mengenai kesempatan kerja yang ditawarkan oleh Perusahaan

3. Menetapkan opsi karir

Pelamar mulai mengevaluasi dan memilih dari berbagai informasi lowongan pekerjaan yang tersedia sesuai preferensi.

4. Proses pengambilan keputusan

Pelamar menentukan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan minat dan keterampilan

Literatur Riview

Kompensasi (X1)

kompensasi adalah semua pendapatan yang dalam bentuk uang, barang, langsung yang diterima karyawan sebagai bentuk imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan [17]. indikator untuk mengukur kompensasi karyawan diantaranya sebagai berikut [18]:

1. Upah adalah Pekerja produksi dan pemeliharaan. Upah umumnya dihubungkan dengan tarif per jam dan biasanya berlaku untuk pembayaran tahunan, bulanan, atau mingguan.
2. Insentif merupakan bentuk kompensasi tambahan yang diberikan perusahaan di samping gaji rutin.
3. Tunjangan mencakup asuransi kesehatan dan jiwa, program pensiun , liburan yang dibayarkan oleh perusahaan, serta tunjangan lainnya yang terkait dengan hubungan kerja .
4. Fasilitas umumnya berkaitan dengan kenyamanan seperti mobil perusahaan, akses ke pesawat perusahaan, tempat parkir khusus dan kenikmatan atau perlakuan khusus yang diperoleh karyawan.

Kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar. Artinya semakin baik penawaran kompensasi yang diberikan akan mempengaruhi minat melamar kerja [6]

Temuan terdahulu [11], [12], [19] menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan.

Literatur Riview

Rekrutmen (X2)

Rekrutmen adalah suatu proses untuk mencari calon atau kandidat pegawai, karyawan, buruh, manajer atau tenaga kerja baru untuk memenuhi kebutuhan SDM oraganisasi atau perusahaan. Dalam tahapan ini diperlukan analisis jabatan yang ada untuk membuat deskripsi pekerjaan dan juga spesifikasi pekerjaan [20]. Rekrutmen dapat diukur menggunakan beberapa indikator, antara lain [17]:

1. Proses penarikan karyawan adalah langkah mencari dan menarik calon karyawan yang siap melamar kerja di perusahaan. Proses ini dimulai dengan mencari para pelamar dan berhasil mengumpulkan berkas - berkas lamaran yang telah ditentukan oleh perusahaan.
 2. Sumber karyawan adalah proses pencarian yang dilakukan perusahaan ketika terdapat yang kosong akibat berhentinya karyawan lama atau adanya pekerjaan baru yang posisi harus segera diisi, sehingga memerlukan tambahan karyawan . Proses ini dapat dilakukan melalui dua cara yaitu rekrutmen internal dan rekrutmen eksternal.
 3. Metode penarikan karyawan merupakan proses pencarian karyawan yang dilakukan melalui dua cara yaitu metode tertutup (informasi lowongan kerja hanya diberikan kepada kelompok tertentu sesuai kebutuhan perusahaan) dan metode terbuka (informasi lowongan kerja diberikan secara luas kepada masyarakat umum sesuai kebutuhan perusahaan).
- Rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik proses rekrutmen yang dilakukan oleh suatu perusahaan, maka akan semakin meningkatkan minat melamar pekerjaan[5]. Temuan terdahulu [5], [10], [21]menunjukkan bahwa rekrutmen berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan.

Literatur Riview

Reputasi Perusahaan(X3)

Reputasi perusahaan adalah pandangan mengenai kemampuan perusahaan dalam menyajikan layanan yang berkualitas tinggi, serta penilaian dan harapan sebelumnya tentang mutu perusahaan. Salah satu elemen paling krusial dalam kesuksesan usaha adalah citra perusahaan [22]. Reputasi perusahaan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu [23] :

1. Rasa kepercayaan

Rasa kepercayaan dalam organisasi mengacu pada keyakinan anggota organisasi terhadap integritas, kemampuan, dan niat baik satu sama lain serta terhadap manajemen.

2. Perasaan bangga

menunjukkan sejauh mana karyawan merasa bangga menjadi bagian dari organisasi.

3. Kenyamanan lingkungan kerja

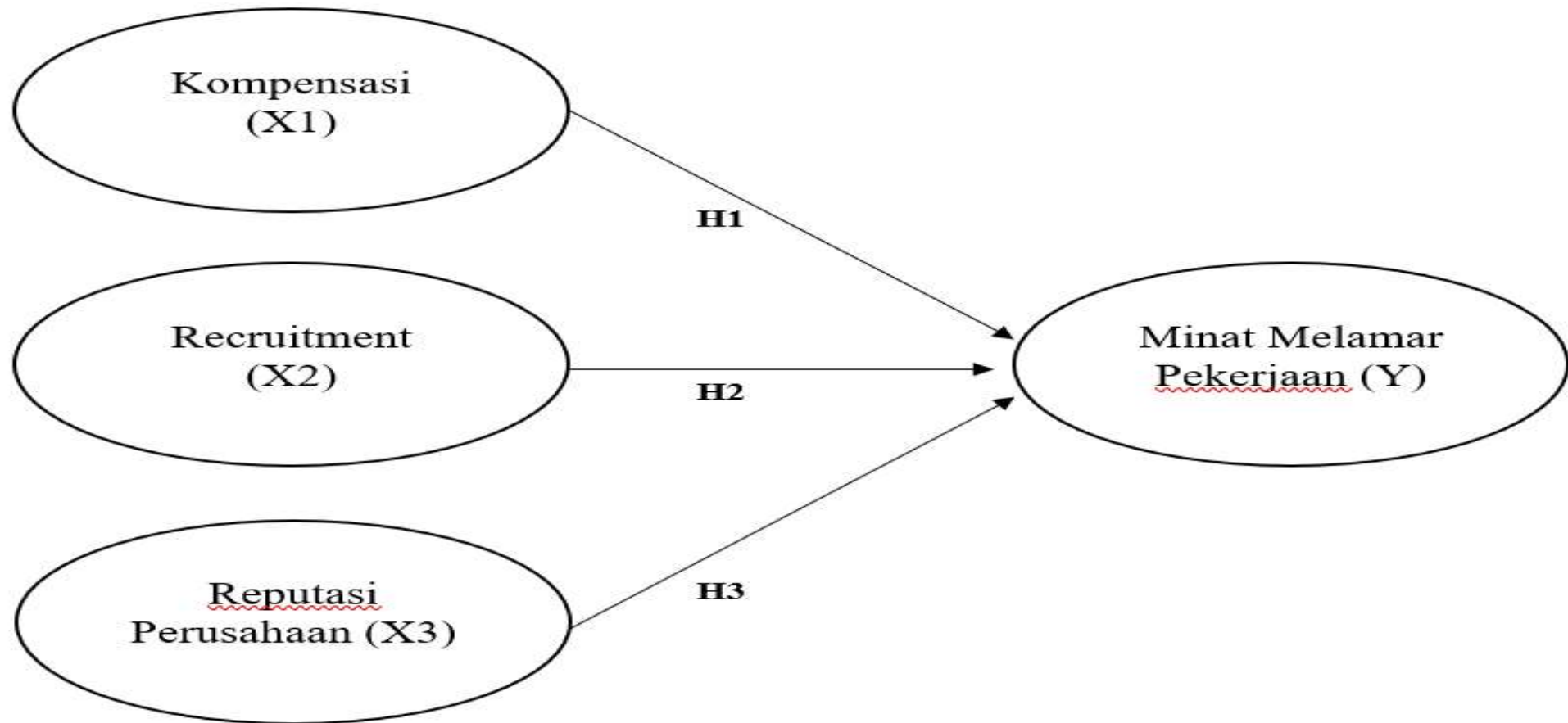
Kenyamanan lingkungan kerja mencakup kondisi fisik dan psikologis di tempat kerja yang mendukung produktivitas serta kesejahteraan karyawan.

4. Kekuatan visi dan misi perusahaan Kekuatan visi dan misi perusahaan mengacu pada kejelasan, relevansi, dan kemampuan memotivasi dari pernyataan visi dan misi organisasi.

Persepsi pelamar kerja mengenai perusahaan melalui faktor reputasi dinilai positif, yang akan memengaruhi minat untuk melamar pekerjaan sehingga perusahaan bisa menemukan talenta yang sesuai dengan kebutuhan[24]. Temuan terdahulu [6], [12], [25]menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan.

Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual



Metode

Jenis Pendekatan: Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif.

Populasi: Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan kategori Generasi Z yang berusia 18-25 tahun, dengan jumlah populasi yang tidak dapat ditentukan secara pasti.

Sampel: Menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi laki-laki dan perempuan yang berusia 18-25 tahun, belum bekerja, serta merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Jumlah Sampel: Penelitian ini berhasil mengumpulkan sebanyak 101 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Teknik Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form dengan skala Likert yang terdiri dari 16 item pertanyaan untuk mengukur variabel Minat Melamar Pekerjaan, Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan.

Teknik Analisis Data: Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) dengan software SmartPLS versi 3.2.9 untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel penelitian.

Metode

Sumber Data: Penelitian ini mengandalkan data primer sebagai data utama yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form dengan skala Likert yang terdiri dari 16 item pertanyaan, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal publikasi, serta data jumlah pelamar PT. Kindo Dwi Persada periode 2021-2025.

Analisis Data: Menggunakan software SmartPLS versi 3.2.9, mencakup:

- Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)
 - a) Uji Validitas Konvergen (nilai Outer Loading $> 0,70$ dan Average Variance Extracted/AVE $> 0,50$)
 - b) Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha, rho_A, dan Composite Reliability $> 0,70$)
- Evaluasi Model Struktural (Inner Model)
 - a) Koefisien Determinasi (R-Square) untuk mengukur kekuatan prediksi model
 - b) Uji Effect Size (f-Square) untuk mengukur pengaruh relatif variabel eksogen
 - c) Uji Hipotesis melalui Bootstrapping (Original Sample, T-Statistics $> 1,96$, dan P-Values $< 0,05$)

Analisa Statistik: Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

<u>Variabel</u>	<u>Indikator</u>	<u>Outer Loading</u>	<u>AVE</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Kompensasi (X1)</u>	K1	0,903	0,776	Valid
	K2	0,875		Valid
	K3	0,891		Valid
	K4	0,821		Valid
<u>Rekrutmen (X2)</u>	R1	0,891	0,962	Valid
	R2	0,914		Valid
	R3	0,859		Valid
<u>Reputasi Perusahaan (X3)</u>	RP1	0,789	0,637	Valid
	RP2	0,795		Valid
	RP3	0,777		Valid
	RP4	0,817		Valid
<u>Minat Melamar Pekerjaan (Y)</u>	MMP1	0,912	0,764	Valid
	MMP2	0,949		Valid
	MMP3	0,941		Valid
	MMP4	0,945		Valid

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Validitas konvergen diukur menggunakan nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading $> 0,70$, yang mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabel latennya dengan baik.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

<u>Indikator</u>	<u>Average Variance Extracted (AVE)</u>	<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>rho_A</u>	<u>Composite Reliability</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Kompensasi (X1)</u>	0,776	0,904	0,904	0,933	Reliable
<u>Rekrutmen (X2)</u>	0,764	0,896	0,896	0,928	Reliable
<u>Reputasi Perusahaan (X3)</u>	0,962	0,980	0,980	0,987	Reliable
<u>Minat Melamar Pekerjaan (Y)</u>	0,637	0,810	0,811	0,875	Reliable

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Berdasarkan Tabel 3, disajikan hasil uji validitas dan reliabilitas konstruk untuk variabel penelitian—Kompensasi(X1), Rekrutmen(X2), Reputasi Perusahaan(X3), dan Minat Melamar Pekerjaan(Y). Uji validitas konvergen dilakukan dengan menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE), dan semua variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa indikator untuk setiap konstruk cukup menjelaskan varians konstruk. Selain itu, reliabilitas konstruk dinilai menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR). Semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha, rho_A , dan Composite Reliability di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa konsistensi internal dan tingkat reliabilitasnya cukup baik . Dengan demikian, variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, sehingga dapat dilanjutkan untuk dijelaskan lebih lanjut .

Uji R-Square

Table 4. Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat <u>Melamar Pekerjaan</u>	0,764	0,757

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Dari data yang tercantum dalam Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi (R square) untuk variabel Minat Melamar Pekerjaan adalah 0,764. Artinya, sekitar 76,4% dari variasi dalam minat melamar pekerjaan dapat dijelaskan oleh faktor kompensasi, rekrutmen dan reputasi perusahaan sementara 23,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam hipotesis.

Uji F-Square

Tabel 5. Uji F-Square

Variabel	f²	Kategori	Interpretasi
Kompensasi → Minat Melamar	0,051	Kecil	Pengaruh rendah
Rekrutmen → Minat Melamar	0,119	Kecil	Pengaruh rendah
Reputasi Perusahaan → Minat Melamar	0,146	Kecil	Pengaruh rendah

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Berdasarkan analisis ukuran efek , jalur ketiga menunjukkan efek sedang, dengan reputasi sebagai yang paling kuat . Hal ini menunjukkan bahwa dalam model ini, reputasi merupakan prediktor utama untuk minat melamar, diikuti oleh perekrutan dan kompensasi. Dalam penerapan praktis , fokus pada peningkatan reputasi organisasi besar kemungkinan akan memberikan hasil yang optimal dalam menarik kandidat . Pastikan nilai – nilai tersebut signifikan secara statistik (misalnya, $p < 0,05$) untuk keabsahan interpretasi. Jika tersedia data tambahan seperti R^2 atau statistik t, interpretasi dapat dilakukan lebih dalam.

Uji Hipotesis

Table 6. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil	Hipotesis
<u>Kompensasi -> Minat Melamar Pekerjaan</u>	0,237	0,232	0,117	2,019	0,044	<u>berpengaruh positif dan signifikan</u>	<u>Diterima</u>
<u>Rekrutmen -> Minat Melamar Pekerjaan</u>	0,398	0,402	0,125	3,183	0,002	<u>berpengaruh positif dan signifikan</u>	<u>Diterima</u>
<u>Reputasi Perusahaan -> Minat Melamar Pekerjaan</u>	0,300	0,303	0,092	3,275	0,001	<u>berpengaruh positif dan signifikan</u>	<u>Diterima</u>

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Data pada Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kompensasi (X1) memiliki koefisien parameter sebesar 0,237 terhadap minat melamar pekerjaan, dengan T-Statistics sebesar 2,019, yang melebihi nilai T-Tabel (1,96), dan P value sebesar 0,044. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan, sehingga hipotesis H1 diterima. Sementara itu, variabel rekrutmen (X2) memiliki koefisien parameter sebesar 0,398 terhadap minat melamar pekerjaan, dengan T-Statistics sebesar 3,183, dan P value sebesar 0,002, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, sehingga hipotesis H2 diterima. Variabel reputasi perusahaan (X3) memiliki koefisien parameter sebesar 0,300 terhadap minat melamar pekerjaan, dengan T-Statistics sebesar 3,275, dan P value sebesar 0,001, yang menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, sehingga hipotesis H3 diterima.

Pembahasan

- **Kompensasi**

Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada. Penawaran kompensasi yang kompetitif mencakup upah sesuai standar industri, insentif berbasis kinerja, tunjangan komprehensif, dan fasilitas pendukung dapat meningkatkan ketertarikan Generasi Z untuk melamar. Generasi Z cenderung pragmatis dan mengutamakan stabilitas finansial serta work-life balance, sehingga kompensasi menjadi faktor krusial dalam keputusan melamar pekerjaan.

- **Rekrutmen**

Rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada. Proses rekrutmen yang baik dengan platform digital yang user-friendly, transparansi informasi, proses seleksi cepat, dan komunikasi proaktif menciptakan candidate experience yang positif. Generasi Z yang terbiasa dengan pengalaman digital mulus memiliki ekspektasi tinggi terhadap proses rekrutmen, sehingga cara rekrutmen menjadi sama pentingnya dengan isi penawaran pekerjaan.

- **Reputasi Perusahaan**

Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada. Citra positif sebagai perusahaan inovatif, etis, dan peduli karyawan menjadi daya tarik kuat. Bagi Generasi Z yang sadar akan personal branding, bekerja di perusahaan bereputasi baik menjadi bagian dari identitas profesional mereka. Di era digital, reputasi perusahaan semakin transparan melalui platform seperti LinkedIn dan media sosial, sehingga pengelolaan reputasi digital sangat penting untuk menarik talenta Generasi Z.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan di PT. Kindo Dwi Persada secara signifikan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kompensasi dan proses rekrutmen. Hasil analisis menunjukkan bahwa kompensasi yang kompetitif, seperti gaji, tunjangan, dan insentif, menjadi faktor utama yang mendorong Generasi Z untuk mengajukan lamaran, karena mereka menghargai keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi serta stabilitas finansial. Di sisi lain, reputasi perusahaan juga berperan penting, di mana citra positif PT. Kindo Dwi Persada sebagai perusahaan inovatif, etis, dan peduli terhadap karyawan meningkatkan daya tarik bagi Generasi Z, yang cenderung mencari tempat kerja yang selaras dengan nilai-nilai mereka seperti keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi bagi perusahaan meliputi peningkatan strategi rekrutmen dengan menekankan transparansi kompensasi serta pembangunan reputasi melalui media sosial dan program CSR, untuk menarik lebih banyak talenta Generasi Z di era persaingan tenaga kerja yang ketat. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan preferensi Generasi Z, yang dapat meningkatkan retensi karyawan dan produktivitas jangka panjang.

Referensi

- [1] I. F. Nurqamar, S. Ulfa, I. Hafizhah, N. Fadhillah, and N. Rahmi, “The Intention of Generation Z To Apply For a Job,” *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, vol. 18, no. 3, pp. 218–247, Feb. 2022, doi: 10.26487/jbmi.v18i3.16493.
- [2] S. Shalahuddin, M. F. Sari, and N. Hidayat, “Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial,” *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, vol. 6, no. 1, p. 66, Jan. 2022, doi: 10.31602/atd.v6i1.6088.
- [3] R. M. Luthfi, N. Setyorini, and B. Kurniawan, “Pengaruh E-Recruitment, Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Pada Fresh Graduate Di Semarang),” Oct. 2024. doi: <https://doi.org/10.26877/jibeka.v3i2.942>.
- [4] A. Delarosa Prasetya and D. Windu Suryono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, “Pengaruh reputasi perusahaan, e-rekrutmen, dan kompensasi terhadap minat melamar kerja,” *Jurnal Manajemen STEI*, vol. 11, no. 1, pp. 69–80, Feb. 2025, doi: 10.36406/JMSTEI.V8I1.36.
- [5] Maryam, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Rekrutmen Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Melalui Daya Tarik Perusahaan Sebagai Variabel Intervening,” Apr. 2022.
- [6] Y. Aise Hayomi, “Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate di Semarang),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2024, doi: 10.29040/jiei.v10i1.8391.
- [7] R. A. Wardani and M. A. D. Ikhrum, “Pengaruh Employer Branding, Corporate Reputation, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Intention To Apply Job Pada Gen Z,” *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, vol. 2, no. 4, pp. 949–959, Aug. 2023, doi: 10.21776/jki.2023.02.4.02.
- [8] A. Junça Silva and H. Dias, “The relationship between employer branding, corporate reputation and intention to apply to a job offer,” *International Journal of Organizational Analysis*, vol. 31, no. 8, pp. 1–16, 2022, doi: 10.1108/IJOA-01-2022-3129.
- [9] Umi Nurfadhilah, “Pengaruh Employer Branding, Kompensasi, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja di PT. Bank Syariah Indonesia,” Apr. 2022.
- [10] P. Jenny Ananda and A. Santosa, “Pengaruh E-Recruitment, Media Sosial, dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan,” 2024. [Online].

