

The Influence of Compensation, Recruitment, and Company Reputation on Generation Z's Interest in Applying for Jobs at PT Kindo Dwi Persada [Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada]

Nasywa Aulia¹⁾, Dewi Andriani^{*2)}

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: dewiandriani@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the influence of compensation, recruitment, and company reputation on Generation Z's interest in applying for jobs at PT. Kindo Dwi Persada. The population was students of Muhammadiyah University of Sidoarjo with the Generation Z category aged 18-25 years. A sample of 101 participants was obtained through purposive sampling. Data were collected using a Likert scale Google Form online questionnaire and analyzed using SEM-PLS. The results of this study revealed that the variables of compensation, recruitment, and company reputation had a positive and significant effect on Generation Z's interest in applying for jobs at PT Kindo Dwi Persada..*

Keywords – *Compensation, Recruitment, Company Reputation, Interest in Applying for Jobs*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kompensasi, rekrutmen, dan reputasi perusahaan terhadap minat Generasi Z melamar pekerjaan di PT. Kindo Dwi Persada. Populasi adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan kategori Generasi Z pada usia 18-25 tahun. Sampel yang diperoleh sebanyak 101 parsipan melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner online Google Form skala Likert dan dianalisis dengan SEM-PLS. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel kompensasi, rekrutmen dan reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z pada PT Kindo Dwi Persada.*

Kata Kunci - *Kompensasi, Rekrutmen, Reputasi Perusahaan, Minat Melamar Pekerjaan*

I. PENDAHULUAN

Kini banyak anggota Generasi Z yang telah memasuki dunia kerja. Dengan ciri khas yang istimewa dan pilihan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, hal ini menjadikan metode perekrutan karyawan Gen Z juga berbeda dari cara merekrut karyawan generasi sebelumnya. Anggapan bahwa karyawan Generasi Z "kurang kuat" dan terlalu "cengeng" perlu dipertimbangkan kembali. Sebagai seorang HR, tentu tidak dapat menghindari kenyataan ini, karena suka atau tidak suka Generasi Z akan menjadi generasi yang mendominasi dunia kerja di masa depan. Generasi Z, yang sering disebut sebagai Generasi Z, merupakan kelompok generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka generasi pertama yang dibesarkan dengan teknologi digital sejak lahir, sehingga membuat mereka sangat terhubung dengan internet dan perangkat cerdas. Di dunia kerja, kemunculan Generasi Z menciptakan transformasi yang berarti dalam dinamika serta harapan pekerjaan.

Tak heran jika pengelola sumber daya manusia dalam organisasi kerja sangat membutuhkan Generasi Z dalam berbagai bidang. Hal ini menyebabkan Generasi Z memiliki kesempatan yang luas dalam memilih pekerjaan. Sehingga tak ayal kebanyakan dari mereka dinilai pemilih dalam hal pekerjaan. Generasi sudah mulai berpindah, yang sudah mendominasi (dalam pekerjaan) Generasi z, era *baby boomer* rata-rata sudah pensiun, milenial dan generasi Y sudah menempati posisi-posisi penting di perusahaan (mapan). Yang direkrut sekarang yang masih muda-muda, yaitu yang generasi Z, dalam konteks ini menyoroti faktor yang membuat mereka tertarik dalam melamar pekerjaan di suatu perusahaan [1].

Fenomena minat melamar pekerjaan ini menjadi masalah penting bagi perusahaan. Apabila sebuah perusahaan memiliki tenaga kerja yang berkualitas, perusahaan tersebut akan berkembang. Sumber daya manusia merupakan aset krusial bagi perusahaan dan menjadi garda terdepan yang diharapkan mampu menjalankan, mencapai sasaran, menghasilkan laba, serta membangun hubungan kerja yang harmonis. Karyawan yang ingin memperoleh sumber daya manusia berkualitas harus bekerja lebih keras. Dengan sedikitnya tenaga kerja, perusahaan bersaing untuk menarik calon karyawan dengan cara yang paling menarik [2]. Hal ini dikenal sebagai "perang tenaga kerja". Oleh karena itu, PT. Kindo Dwi Persada akan berusaha untuk menjadi perusahaan yang unik bagi calon karyawan sehingga mereka lebih tertarik melamar pekerjaan di perusahaan mereka daripada perusahaan pesaing.

Kompensasi menjadi salah satu elemen krusial dalam manajemen sumber daya manusia yang secara langsung mempengaruhi minat individu untuk melamar suatu pekerjaan. Pemberian belanja kepada pegawai haruslah wajar dan

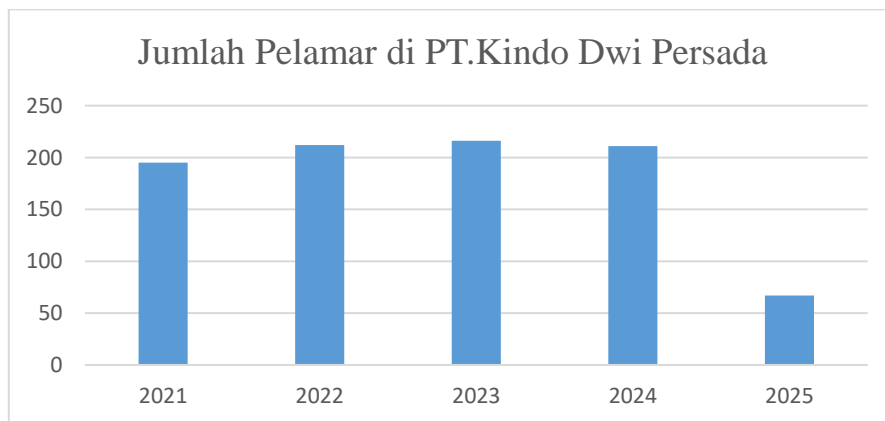
Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

adil, karena dapat meningkatkan kemampuan pegawai untuk meningkatkan produktifitas kerja, karena pegawai dapat merasakan kepuasan dalam melaksanakan pekerjaannya [3].

Perusahaan diharapkan dapat menerapkan rekrutmen dalam proses rekrutmen mereka. Perusahaan bisa meningkatkan pemanfaatan rekrutmen dengan memperhatikan faktor kenyamanan dan keuntungan dari penerapan rekrutmen tersebut. Masalah yang sering dialami oleh pelamar kerja dalam menggunakan rekrutmen kurangnya kejelasan hasil rekrutmen; sering kali perusahaan telah menemukan kandidat, namun banyak pelamar yang tidak terpilih tidak mendapatkan pemberitahuan[4]. Rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk menciptakan sosial media rekrutmen yang dapat dilihat secara langsung oleh pelamar, sehingga kemudahan dan keuntungannya dapat meningkat[5]. Reputasi perusahaan berpengaruh besar pada ketertarikan untuk melamar pekerjaan oleh karena itu, disarankan bagi perusahaan untuk senantiasa menjaga reputasi mereka demi meningkatkan daya tarik pelamar terhadap lowongan di perusahaan tersebut. Keunggulan perusahaan, keyakinan masyarakat, dan pengalaman perusahaan merupakan faktor krusial yang membutuhkan perhatian khusus untuk membangun reputasi [6].

Ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan informasi yang akurat dan realistis tentang posisi yang ditawarkan, sehingga calon kandidat memiliki gambaran dan ekspektasi yang jelas tentang karir mereka [7]. 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 [8].



Gambar 1.

Data Jumlah Pelamar di PT. Kindo Dwi Persada

Data karyawan PT Kindo Dwi Persada menunjukkan jumlah karyawan selama periode 2021–2025 . Tiga tahun pertama , terdapat peningkatan jumlah pelamar yang konsisten dari sekitar 195 orang pada tahun 2021 menjadi sekitar 210 orang pada tahun 2022 menunjukkan peningkatan 7,7 % . Tren positif ini berlanjut hingga tahun 2023, ketika jumlah peserta mencapai 215 orang atau lebih , menunjukkan peningkatan tambahan sebesar % dari tahun sebelumnya . Pada tahun 2024 , terjadi sedikit dengan . sedikit menurun dengan populasi sekitar 210 orang , yang menunjukkan penurunan sekitar 2,3 % dari tahun 2023. Pada tahun 2025 terjadi terjadi penurunan yang signifikan sekitarcukup 69%sekitar 69 % dibanding tahun sebelumnya , terbukti dengan adanya penurunan drastis sekitar 65 orang .dibandingkan dengan tahun sebelumnya , sebagaimana dibuktikan oleh penurunan drastis sekitar 65 orang . Fenomena tajam penurunan ini mengharuskan adanya penelitian pada empat tahun pertama sebelum jumlah pendaftar cenderung stabil bahkan meningkat. Beberapa faktor yang mungkin berkontribusi terhadap penurunan drastis ini antara lain kompensasi, perubahan strategi rekrutmen perusahaan, penurunan reputasi , perubahan kondisi pasar tenaga kerja, atau kemungkinan data tahun 2025 yang belum lengkap karena tahun tersebut belum berakhir. PT Kindo Dwi Persada perlu mengevaluasi strategi penarikan tenaga kerjanya, khususnya terkait saluran rekrutmen yang digunakan, serta melakukan analisis komprehensif untuk mengidentifikasi akar penyebab penurunan drastis jumlah pelamar ini guna memastikan ketersediaan kandidat berkualitas di masa mendatang.

Penelitian yang di lakukan oleh [3] kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar. Sementara [9] kompensasi tidak memiliki pengaruh terhadap variabel minat melamar kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh [10] bahwa rekrutmen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat untuk melamar pekerjaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan [11] rekrutmen tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Secara khusus penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara rekrutmen terhadap minat melamar pekerjaan.

Penelitian yang dilakukan oleh [12] bahwa reputasi perusahaan terbukti secara positif dan signifikan secara parsial berpengaruh terhadap minat melamar kerja. Sementara itu [13] penelitian yang dilakukan Reputasi perusahaan kurang mempengaruhi minat melamar pekerjaan karena bagaimana masyarakat, karyawan, dan calon pelamar melihat perusahaan. Selain itu, reputasi perusahaan dalam nia tidak terlalu dipertimbangkan minat melamar kerja.

Temuan studi mengenai kebiasaan kerja Generasi Z di PT . Kindo Dwi Persada menyoroti beberapa aspek yang perlu diselidiki lebih lanjut adalah kurangnya konsistensi dalam hal dampak kompensasi , perekrutan, dan reputasi perusahaan terhadap motivasi karyawan untuk melaksanakan pekerjaan mereka. Dimana beberapa penelitian menunjukkan hasil yang tidak konsisten perlu memahami variabel yang berpotensi memengaruhi hubungan tersebut. Selain itu, karakteristik unik Generasi Z di Indonesia dan konteks spesifik PT. Kindo Dwi Persada belum diteliti secara mendalam. Sehingga penelitian lebih lanjut dapat menghasilkan temuan yang lebih relevan. Persepsi Generasi Z mengenai kemudahan penggunaan dan manfaat pekerjaan juga perlu diselidiki lebih lanjut karena mereka adalah generasi yang sangat paham teknologi. Berubah dengan cepat di era digital penting untuk menyelidiki bagaimana Generasi Z memandang reputasi perusahaan melalui media sosial dan bagaimana hal ini memengaruhi motivasi mereka untuk bekerja.

Urgensi penelitian ini sangat tinggi yang mengindikasikan bahwa Generasi Z akan menjadi mayoritas di dunia kerja dalam waktu dekat. Preferensi dan karakteristik akan membantu PT. Kindo Dwi Persada mengembangkan strategi rekrutmen yang lebih efektif dan relevan. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan manajemen sumber daya manusia terutama dalam konteks perekrutan Generasi Z yang relatif baru. Berdasarkan hasil penelitian tersebut pelaku bisnis dapat meningkatkan produktivitas di tempat kerja dan mengidentifikasi talenta terbaik dari generasi ini juga mengantisipasi bahwa penelitian ini akan memberikan rekomendasi praktis bagi personel SDM untuk meningkatkan proses perekrutan agar dapat memenuhi harapan Generasi Z yang semakin tinggi. Berdasarkan dari latar belakang dan fenomena yang ada, maka penelitian ini tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada”**.

Rumusan masalah : Bagaimana Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di PT Kindo Dwi Persada?

Pertanyaan penelitian : Apakah terdapat 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](#)

II. LITERATUR RIVIEW

Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Minat melamar pekerjaan adalah proses keinginan seseorang untuk bekerja. Ini dimulai dengan mencari informasi tentang lowongan pekerjaan; kemudian, calon karyawan menggunakan informasi yang mereka dapatkan untuk 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 melihat informasi tentang pekerjaan yang ditawarkan oleh Perusahaan
3. Menetapkan opsi karir
mulai mengaktifkan dan memilih dari berbagai informasi lowongan pekerjaan yang tersedia sesuai dengan preferensi mereka.
4. Proses pengambilan keputusan
Pelamar menentukan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan minat dan keterampilan.

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.

Rekrutmen (X2)

Rekrutmen adalah suatu proses untuk mencari calon atau kandidat pegawai, karyawan, buruh, manajer atau tenaga kerja baru untuk memenuhi kebutuhan SDM organisasi 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 metode, baik rekrutmen internal maupun eksternal.
3. Metode penarikan karyawan adalah proses mencari 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.

Reputasi Perusahaan (X3)

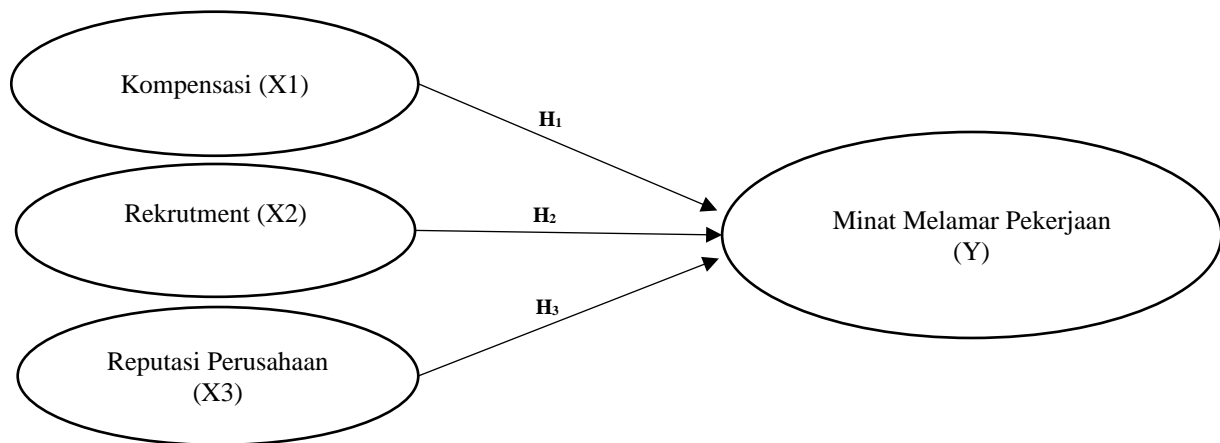
Reputasi perusahaan adalah pandangan mengenai kemampuan perusahaan dalam menyajikan layanan yang berkualitas tinggi, serta penilaian dan harapan sebelumnya tentang mutu perusahaan. Salah satu elemen paling krusial dalam kesuksesan usaha adalah citra perusahaan [22]. Reputasi perusahaan dapat diukur dengan 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
Kondisi fisik dan psikologis di tempat kerja yang nyaman mencakup kondisi yang mendukung produktivitas dan 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 merupakan struktur pemikiran yang menggambarkan keterkaitan dan pengaruh antara variabel-variabel dalam penelitian, serta berfungsi memahami asumsi yang mendasari hubungan antara variabel yang diteliti.



Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

H2 : Rekrutmen berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

H3: Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menggambarkan hasilnya. Sesuai namanya, penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, dan validasi fenomena yang diteliti [26]. Dengan pendekatan Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian di mana fenomena dipelajari secara sistematis dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi[26].

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa kategori generasi z yang berusia 18-25 tahun di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Sampel diambil dari Program studi Manajemen Universitas muhammadiyah Sidoarjo dengan menggunakan pendekatan *Non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan (kriteria) tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti [27] Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Laki-laki dan perempuan
2. Berusia 18-25 tahun
3. Belum bekerja
4. Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jenis dan sumber data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan google form dan diukur dengan menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert yakni untuk mengukur pendapat, persepsi, serta sikap dari seseorang mengenai gejala sosial ataupun kondisi yang terjadi, dengan skala likert instrumen dari variabel yang diukur dapat menggunakan indikator sebagai tolak ukur [28]. Data dikumpulkan melalui kuesioner . Kuesioner yang digunakan terdiri dari 16 item yang dirancang untuk mengukur Minat Melamar Pekerjaan, kompensasi , Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan.

Teknik Analisis Data

Saat pengambilan data melalui kuisisioner, terdapat lima kategori, responden diminta untuk menjawab pernyataan yang sudah dibuat dengan menggunakan skala likert, yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Data yang sudah terkumpul akan di analisis dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS versi 3.0. PLS dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori sekaligus menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel [29]. Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model struktural (structural model) sering disebut inner model dan model pengukuran (measurement model) sering disebut outer model. Model struktural atau inner model menunjukkan kekuatan estimasi antar konstruk, sedangkan model pengukuran atau outer model menunjukkan bagaimana indikator merepresentasikan variabel laten untuk diukur[30].

VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini melibatkan 101 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan karakteristik generasi Z berusia 18-25 tahun yang belum bekerja. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan untuk memberikan gambaran profil responden dalam penelitian ini. Di bawah ini terdapat tabel yang menampilkan demografi responden :

Tabel 1. Demografi Responden

Kategori	Item	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	27	26,7%
	Perempuan	74	73,3%
Usia	18-25	101	100%
Status Pekerjaan	Belum Bekerja	100	99%
Termasuk Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	Program Studi Manajemen	101	100%

Sumber : Olah Data SmartPLS (2025)

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 74 orang (73,3%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 27 orang (26,7%) dengan rasio perbandingan sekitar 3:1. Seluruh responden (100%) berada dalam rentang usia 18-25 tahun yang merupakan kategori generasi Z, menunjukkan bahwa kriteria purposive sampling terkait usia telah terpenuhi dengan sempurna. Sebanyak 100 responden (99%) memiliki status belum bekerja, sementara 1 responden (1%) sudah bekerja, yang mengindikasikan bahwa sampel didominasi oleh calon pencari kerja aktif yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Seluruh responden merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (100%), yang memastikan konsistensi latar belakang pendidikan dan relevansi dengan konteks penelitian karena lulusan manajemen adalah target utama rekrutmen di berbagai perusahaan termasuk PT. Kindo Dwi Persada. Profil responden ini menunjukkan bahwa sampel telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dan sangat relevan dengan tujuan penelitian untuk menganalisis minat melamar pekerjaan generasi Z, karena responden memiliki pemahaman yang cukup tentang konsep-konsep terkait kompensasi, rekrutmen, dan reputasi perusahaan sehingga dapat memberikan penilaian yang lebih informed terhadap variabel-variabel yang diteliti.

Pengukuran Model Evaluasi (Outer Model)

Evaluasi Outer Model dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan adalah bagian dari pemeriksaan ini.

Uji Validitas

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.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
Kompensasi (X1)	K1	0,903	0,776	Valid
	K2	0,875		Valid
	K3	0,891		Valid
	K4	0,821		Valid
Rekrutmen (X2)	R1	0,891	0,962	Valid
	R2	0,914		Valid
	R3	0,859		Valid
Reputasi Perusahaan (X3)	RP1	0,789	0,637	Valid
	RP2	0,795		Valid
	RP3	0,777		Valid
	RP4	0,817		Valid

Minat Melamar Pekerjaan (Y)	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)

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai faktor pemuatan untuk setiap indikator lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator secara akurat merepresentasikan konstruk yang diukur. Oleh karena itu, setiap indikator yang disertakan dalam model dianggap valid untuk tujuan penjelasan lebih lanjut. Hasil analisis pencarian silang menunjukkan bahwa setiap indikator mengukur konstruk yang relevan secara tepat dan akurat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model memenuhi kriteria validitas diskriminan, yang menjamin bahwa setiap indikator mengukur konstruk yang relevan secara akurat.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diukur menggunakan Cronbach's Alpha, rho_A , dan Composite Reliability (CR).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Average Variance Extracted (AVE)	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Keterangan
Kompensasi (X1)	0,776	0,904	0,904	0,933	Reliable
Rekrutmen (X2)	0,764	0,896	0,896	0,928	Reliable
Reputasi Perusahaan (X3)	0,962	0,980	0,980	0,987	Reliable
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	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 menunjukkan tingkat konsistensi internal dan reliabilitas yang cukup baik, dengan nilai Composite Reliability, Cronbach's Alpha, dan rho_A di atas 0,70. Oleh karena itu, variabel penelitian ini memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, sehingga dapat diberikan penjelasan tambahan.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Langkah selanjutnya adalah memicu model struktural untuk menguji hipotesis penelitian setelah model pengukuran terbukti valid dan dapat diandalkan.

Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (R Square) adalah teknik untuk mengukur seberapa baik konstruk endogen dapat menjelaskan konstruk eksogen. Nilai R Square biasanya berkisar antara 0 dan 1, dan proses pengujian model struktural dimulai dengan melihat nilai R Square untuk setiap variabel laten endogen, yang menunjukkan kekuatan model prediksi . Angka R Square sebesar 0,75 menandakan tingkat kekuatan prediksi yang tinggi (Baik), sedangkan nilai 0,50 menunjukkan tingkat prediksi yang moderat, dan angka 0,25 menunjukkan prediksi yang lemah. Informasi terkait uji R Square telah disajikan dalam Tabel 4.

Table 4. Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Melamar Pekerjaan	0,764	0,757

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Dari tabel 4. 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

F-square merupakan ukuran yang dipakai untuk menilai seberapa besar pengaruh relatif variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model. Nilai F-square dikategorikan menjadi tiga tingkat, yaitu 0,02 sebagai pengaruh rendah, 0,15 sebagai pengaruh moderat, dan 0,35 sebagai pengaruh tinggi.

Tabel 5. Uji F-Square

Variabel	f ²	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

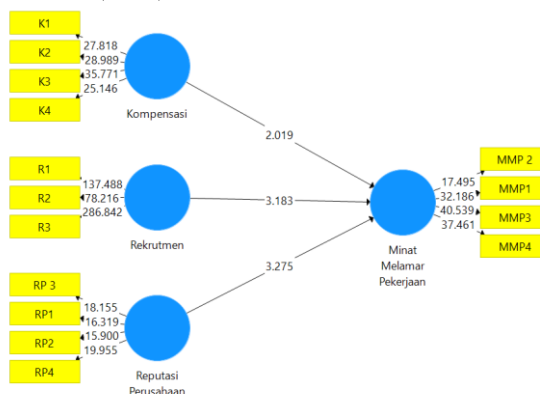
Table 6. Uji Hipotesis

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

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.

Gambar 3. Hasil Bootstrapping SmartPLS(2025)



Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

Berdasarkan Gambar 3, model menunjukkan hasil analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang menggambarkan hubungan antara variabel laten: Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Setiap variabel diukur menggunakan beberapa indikator: $x_{1,1}$ hingga $x_{3,4}$ untuk variabel eksogen dan y_1 hingga y_4 untuk variabel endogen. Kompensasi diukur melalui empat indikator ($x_{1,1}$ hingga $x_{1,4}$), Rekrutmen melalui tiga indikator ($x_{2,1}$ hingga $x_{2,3}$), dan Reputasi Perusahaan melalui empat indikator ($x_{3,1}$ hingga $x_{3,4}$), sedangkan Minat Melamar Pekerjaan, sebagai variabel endogen, diukur melalui empat indikator (y_1 hingga y_4).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menggunakan SmartPLS 3.2.9 penelitian mengungkapkan beberapa temuan penting mengenai Minat Melamar pekerjaan pada Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada dipengaruhi oleh Kompensasi, Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan. Pembahasan hasil penelitian akan diuraikan secara mendalam untuk setiap hipotesis yang telah diuji.

Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik penawaran kompensasi yang diberikan perusahaan, maka akan semakin tinggi minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

Temuan ini mendukung Teori Perilaku yang Diperencanakan (*Theory of Planned Behavior*) di mana sikap terhadap kompensasi yang ditawarkan berpengaruh terhadap intensitas seseorang untuk melamar pekerjaan. Sebagai faktor eksternal, tawaran membuat calon pelamar terlihat baik, yang pada gilirannya meningkatkan minat mereka untuk melamar. Generasi Z, yang tumbuh di masa ekonomi tengah dunia, cenderung lebih pragmatis dan mengutamakan stabilitas keuangan.

Secara empiris, PT. Kindo Dwi Persada perlu merancang paket kompensasi yang kompetitif mencakup upah yang sesuai standar industri, sistem insentif berbasis kinerja yang jelas, tunjangan komprehensif (asuransi kesehatan, program pensiun, cuti fleksibel), dan fasilitas pendukung seperti tunjangan teknologi yang relevan dengan karakteristik Generasi Z yang melek digital. Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [31]. Penelitian lain juga membuktikan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [32].

H1 : Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

Pengaruh Recruitment terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa recruitment berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik proses rekrutmen yang dilakukan perusahaan, maka akan semakin meningkat minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

Temuan ini memperkuat teori Perilaku yang Diperencanakan (*Theory of Planned Behavior*) dalam konteks kemudahan dalam berperilaku (*perceived behavioral control*) dan mendukung Teori Signaling, di mana proses rekrutmen berfungsi sebagai tanda atau sinyal mengenai tingkat profesionalisme dan budaya perusahaan. Hal ini menunjukkan pergeseran cara pikir dalam pemanasan talenta, di mana cara atau proses (how) menjadi lebih penting dibandingkan dengan isi atau konten penawaran (what). Generasi Z yang sudah terbiasa dengan pengalaman digital yang mulus memiliki ekspektasi yang sama dalam proses mencari pekerjaan.

Secara praktis, PT. Kindo Dwi Persada perlu mengoptimalkan digitalisasi proses rekrutmen dengan platform yang *user-friendly* dan *mobile-responsive*, memanfaatkan media sosial populer Generasi Z (Instagram, TikTok, LinkedIn), memberikan transparansi informasi yang lengkap, mempercepat proses seleksi, komunikasi proaktif dengan feedback transparan, dan menciptakan candidate experience yang positif di setiap touchpoint. Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa rekrutmen berdampak positif dan signifikan terhadap minat bekerja [33]. Penelitian lain juga membuktikan bahwa rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [4].

H2: Rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kerja generasi Z

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berdampak positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di PT. Kindo Dwi Persada.

Temuan ini mengkonfirmasi bahwa semakin baik reputasi perusahaan, maka akan semakin tinggi minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Temuan ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* pada aspek sikap dan norma subjektif, mendukung Teori Signaling dimana reputasi berperan sebagai sinyal kualitas mengenai kondisi kerja dan prospek karir, serta relevan dengan Teori Identitas Sosial dimana individu ingin terasosiasi

dengan organisasi yang memiliki reputasi baik untuk meningkatkan harga diri. Bagi Generasi Z yang sangat sadar akan personal branding, bekerja di perusahaan dengan reputasi baik menjadi bagian dari konstruksi identitas profesional mereka. Di era digital, reputasi perusahaan semakin transparan melalui platform seperti Glassdoor, JobStreet, LinkedIn, TikTok, dan Instagram.

Secara empiris, PT. Kindo Dwi Persada perlu mengelola reputasi dengan membangun kepercayaan *stakeholder* melalui praktik bisnis etis, menciptakan budaya organisasi positif yang *inclusive* dan *empowering*, mengembangkan lingkungan kerja nyaman fisik dan psikologis, mengkomunikasikan visi-misi yang *purpose-driven*, mengelola kehadiran digital dengan konten autentik, melibatkan karyawan sebagai brand ambassador, dan menangani feedback konstruktif. Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [34]. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [35].

H3: Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z.

V. 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 transparansi transparansi dan pembangunan reputasi melalui program CSR dan media sosial 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, serta kesempatan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam proses penyusunannya, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang hingga selesainya tugas akhir ini. Kemudian kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, yakni orang tua, teman-teman seperjuangan, dan sosok istimewa yang senantiasa memberikan semangat. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga disampaikan kepada dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, dan nasihat yang berharga.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh responden yang sudah bersedia menyisihkan waktunya untuk mengisi data penelitian ini. Tanpa partisipasi responden, proses analisis dan penemuan hasil penelitian tentu tidak akan berjalan lancar. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan pasti ada bagian yang perlu diperbaiki. Karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan masukan berupa kritik maupun saran untuk menyempurnakan karya ilmiah ini ke depannya. Harapan penulis, penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan kontribusi nyata, baik untuk perkembangan keilmuan maupun untuk masyarakat luas. Selain itu, semoga penelitian ini juga bisa menjadi bekal dan pondasi yang kokoh bagi langkah karir penulis selanjutnya.

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. Ikhran, “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]. Available: <https://Economics.Pubmedia.Id/Index.Php/Jbhi>
- [11] M. Ekhsan, N. Komang, P. A. Jayanti, And R. D. Parashakti, “Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Kompensasi Sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (Jpmk)*, Nov. 2021, [Online]. Available: <http://Jurnal.Undira.Ac.Id/Index.Php/Jpmk/>
- [12] Handi And W. Safitri, “Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi,” *Jambura*, Vol. 6, No. 1, 2023, [Online]. Available: <http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/Jimb>
- [13] R. M. Syifa Aulia Azahra*, “Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Dan Informasi Sosial Media Terhadap Intention To Apply Pada Gen Z Lulusan Smk Se-Bandung Raya,” *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, Nov. 2024, Accessed: Dec. 13, 2024. [Online]. Available: Syifaauliaazh@Student.Inaba.Ac.Id, Ridlwani.Muttaqin@Inaba.Ac.Id
- [14] Marwansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2nd Ed. Bandung: Cv Alfabeta, 2016. Accessed: Jun. 02, 2025. [Online]. Available: <https://Perpustakaan.Binadarma.Ac.Id/Opac/Detail-Opac?Id=4176>
- [15] B. Riadini And A. Bari, *Perencanaan Sukses: Urgensi, Model, Dan Implementasi*, Cetakan Ke-1., Vol. Viii. Yogyakarta: Deepublish, 2018. Accessed: Jun. 02, 2025. [Online]. Available: http://Digitallib.Pps.Unj.Ac.Id/Index.Php?P=Show_Detail&Id=92687
- [16] S. Fatimah, A. Kusniawati, And M. Abdul Kader, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Pt. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya),” 2021.
- [17] M. S. P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia : Edisi Revisi*, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara, 2019. Accessed: Jun. 01, 2025. [Online]. Available: <https://Perpustakaan.Binadarma.Ac.Id/Opac/Detail-Opac?Id=2370>
- [18] H. Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi 3*. Stie Ykpn, 2006.
- [19] R. M. Luthfi, R. Pramudya, N. Setyorini, M. Sc, B. Kurniawan, And S. Kom, “Pengaruh E-Recruitment, Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Pada Fresh Graduate Di Semarang).” [Online]. Available: <https://Journal2.Upgris.Ac.Id/Index.Php/Jibeka>
- [20] Y. J. Purnomo, S. E. Mm, S. E. Clma Budi Harto, And M. Andina Dwijayanti, *Teori Dan Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2021.
- [21] H. Chaeriyah And Y. K. Halomoan, “Pengaruh Online Rekrutmen Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z Pengguna Platform Tiktok Di Pt. Es Teh Indonesia,” *Jorapi : Journal Of Research And Publication Innovation*, Vol. 2, No. 4, 2024, [Online]. Available: <https://Jurnal.Portalpublikasi.Id/Index.Php/Jorapi/Index>
- [22] N. Agata, “Factors, Company Reputation, Compensation, And Job Application Interest Affect Job Application Interest Among Gen Z,” 2025.
- [23] A. S. Hapsari, “Peran Reputasi Perusahaan Melalui Employer Branding Dan Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam Meningkatkan Minat Melamar Pekerjaan Pada Fresh Graduate,” *Eco-Buss*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1925–1940, Apr. 2025, Doi: 10.32877/Eb.V7i3.2172.
- [24] Risa Apri Sukresno And Jul Aidil Fadli, “Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja,” *Journal Of Advances In Digital Business And Entrepreneurship*, Vol. 01, No. 02, 2022, Accessed: May 10, 2025. [Online]. Available: <https://Intropublicia.Org/Index.Php/Jadbe/Article/View/105/80>
- [25] M. A. R. Junaedi, D. Dewianawati, And R. Ratna, “Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, Dan Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Y Dan Z Muslim Pengguna Platform Tik-

- Tok Pada Pt Kelas Digital,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1, P. 978, Mar. 2024, Doi: 10.29040/Jiei.V10i1.12781.
- [26] M. S. Prof. Dr. H. M. Sidik Priadana And M. M. , Ch. Denok Sunarsi S.Pd., “Metode-Penelitian-Kuantitatif,” Dec. 2021.
- [27] Prof. Dr. Sugiyono;, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D,” 2013, Accessed: Mar. 24, 2025. [Online]. Available: //Digilib.Unigres.Ac.Id%2findex.Php%3fp%3dshow_Detail%26id%3d43
- [28] Ana Komariya And Dewi Andriani, “Eksplorasi Pengaruh Penilaian Organisasi Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan: Peran Keterlibatan Karyawan”, Accessed: May 21, 2025. [Online]. Available: <https://Acopen.Umsida.Ac.Id/Index.Php/Acopen/Article/View/3533/1641?Download=Pdf>
- [29] Duryadi, “Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan Smartpls,” *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, Pp. 1–150, Apr. 2021, Accessed: May 21, 2025. [Online]. Available: <https://Penerbit.Stekom.Ac.Id/Index.Php/Yayasanpat/Article/View/283>
- [30] I. Dan, K. Adam, D. Pada, J. Matematika, And F. Sains, “Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pdam Unit Camming Kab. Bone).”
- [31] Dewi Indah Febrianti And Christiawan Hendratmoko, “Pengaruh Kompensasi, Karakteristik Pekerjaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan,” *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 19, No. 2, Pp. 257–267, 2022.
- [32] A. Meiske Dodengo, G. G. Lumintang, And J. S. Sumarauw, “Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja,” Vol. 13, No. 1, Pp. 618–628, 2024.
- [33] Rili Isma Putri, Ali Ridho, And Udriyah, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z Kota Depok,” *Journal Of Social And Economics Research*, Vol. 7, No. 1, Pp. 1732–1747, Sep. 2025, Doi: 10.54783/Jser.V7i1.995.
- [34] I. N. Cahyo And J. Waskito, “Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, Dan Persepsi Pencari Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Pada Generasi Z Solo Raya),” *Infotech : Jurnal Informatika & Teknologi*, Vol. 4, No. 2, Pp. 157–167, Dec. 2023, Doi: 10.37373/Infotech.V4i2.558.
- [35] Adelia Pritasari Kusumawardani, Puji Isyanto, And Dini Yani, “Pengaruh E-Rekrutmen Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Kerja Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3, No. 3, Pp. 202–208, Sep. 2025, Doi: 10.55606/Cemerlang.V3i3.1366.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.