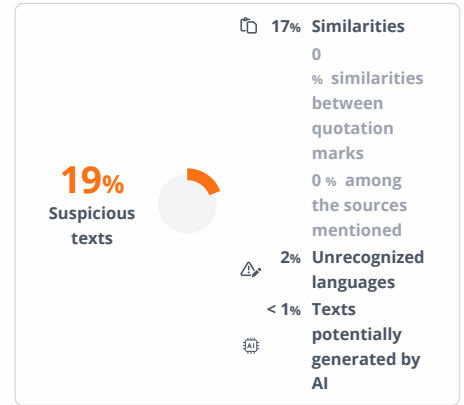


Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi z di PT. Kindo Dwi Persada



Document name: Pengaruh Kompensasi, Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi z di PT. Kindo Dwi Persada.pdf Document ID: b8720b6edb8fda097196073ae0d24c475c572c12 Original document size: 499.88 KB	Submitter: UMSIDA Perpustakaan Submission date: 12/8/2025 Upload type: interface analysis end date: 12/8/2025	Number of words: 6,165 Number of characters: 46,737
---	--	--

Location of similarities in the document:



Sources of similarities

Main sources detected

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	archive.umsida.ac.id 95 similar sources	14%		Identical words: 14% (910 words)
2	archive.umsida.ac.id 95 similar sources	14%		Identical words: 14% (910 words)
3	repository.uhamka.ac.id Inovasi Media Pembelajaran Quizizz pada Hasil Belaja... 94 similar sources	13%		Identical words: 13% (878 words)
4	archive.umsida.ac.id 94 similar sources	13%		Identical words: 13% (863 words)
5	Artikel Ilmiah Siti Mutamimah Alfiah.pdf Artikel Ilmiah Siti Mutamim... #ede3c1 Comes from my group 45 similar sources	12%		Identical words: 12% (842 words)

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	dx.doi.org Determinan Rekrutmen Online Generasi Y dan Z di Perusahaan ABC http://dx.doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.380	< 1%		Identical words: < 1% (38 words)
2	Document from another user #6d0abb Comes from another group	< 1%		Identical words: < 1% (36 words)
3	doi.org PENGARUH E-RECRUITMENT, KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA DAN RE... https://doi.org/10.26877/jjibeka.v3i2.942	< 1%		Identical words: < 1% (34 words)
4	ejournal.unikama.ac.id PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR KEPEMILIKAN, ... http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrma/article/download/4216/2495	< 1%		Identical words: < 1% (16 words)
5	dx.doi.org Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan E-Rekrutment terhada... http://dx.doi.org/10.35931/aq.v18i1.2998	< 1%		Identical words: < 1% (14 words)

Referenced source (without similarities detected) These sources were cited in the paper without finding any similarities.

1	https://sdgs.bappenas.go.id/17-goals/goal-8/
---	---

Points of interest



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Page 1

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original

publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply

with these terms.



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4621/33078/37498>

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)}, Vera Firdaus ³⁾



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

1)

Program Studi Manajemen,

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2) Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6870/49221/55737>

3) Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi:

dewiandriani@umsida.

ac.id

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



repositori.uin-alauddin.ac.id

<https://repositori.uin-alauddin.ac.id/26874/1/90200115133%20MARYAM.pdf>

reputasi

perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

Generasi Z pada PT Kindo Dwi

Persada.

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: Company Reputation; Compensation; Interest in Applying for Jobs;



Recruitment.

I. PENDAHULUAN

Kini banyak anggota Generasi Z yang telah memasuki dunia kerja. Dengan ciri khas yang ist

imewa 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.

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

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 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 dilakukan 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 hal ini tidak terlalu dipertimbangkan minat melamar kerja.

0

50

100

150

200

250

2021 2022 2023 2024 2025

Jumlah Pelamar di PT.Kindo Dwi Persada

 **archive.umsida.ac.id**
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Page | 3

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.



Temuan studi mengenai kebiasaan kerja Generasi Z di PT . Kindo Dwi Persada menyoroti beberapa as

pek

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.

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



repositori.uin-alauddin.ac.id

<https://repositori.uin-alauddin.ac.id/26874/1/90200115133%20MARYAM.pdf>

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 REVIEW

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 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.

<https://sdgs.bappenas.go.id/17-goals/goal-8/>

Page |



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/7232/51826/57613>

4



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original

publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply

with these terms.

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. 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

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6360/45656/51100>

Gambar

2. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut.

H1 : Kompensasi



myskripsi.ums.ac.id

https://myskripsi.ums.ac.id/media/konsultasi/b100210089/proposal_puput_2_mei_QFLqPrf.pdf

berpengaruh



dx.doi.org | The Influence of E-Recruitment and E-Selection on Interest in Applying for Jobs at the Central Statistics Agency of Lamongan Regency in the 2024 Statistics P...

<http://dx.doi.org/10.55927/fjas.v3i4.8716>

terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

H2 : Rekrutmen berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

H3: Reputasi Perusahaan berpengaruh 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 kuisioner, 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].



journal.uin-alauddin.ac.id

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/teknosains/article/download/1856/1797>

Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model struktural

(structural model) disebut inner model dan model pengukuran (measurement model) 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].



Page | 6



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sido

arjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original

publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply

with these terms.



IV. DEFINISI OPERASIONAL

Minat Melamar Pekerjaan

(Y)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [14] minat melamar pekerjaan adalah ketertarikan seseorang untuk

memperoleh pekerjaan, yang dimulai dari pencarian informasi lowongan hingga pengambilan keputusan memilih

perusahaan yang diinginkan. Minat melamar pekerjaan mempunyai beberapa indikator yakni [16] :

1. Keperluan akan pekerja : Pelamar mencari kerja karena butuh penghasilan untuk memenuhikebutuhan hidup.

2. Mencari informasi pekerjaan : Pelamar aktif mencari lowongan pekerjaan melalui internet, media sosial ,

atau teman-teman.

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)

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

1. Upah : Imbalan finansial berdasarkan jam kerja (upah).
2. Insentif: Tambahai uang di luar gaji sebagai apresiasi terhadap kinerja.
3. Tunjangan: Fasilitas non - tunai seperti asuransi, pensiun , dan cuti berbayar.Fasilitas : Kenikmatan khusus seperti mobil dinas dan tempat parkir khusus.

Rekrutmen (X2)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [20] proses ini meliputi identifikasi kebutuhan SDM, publikasi lowongan, pengumpulan dan penyaringan berkas lamaran, seleksi melalui tes dan wawancara, hingga penentuan kandidat terbaik dan penawaran kerja Rekrutmen dapat diukur menggunakan beberapa indikator, antara lain [17]:

1. Karyawan : Proses mencari dan menerima calon karyawan yang memenuhi persyaratan dengan mengumpulkan berkas lamaran sesuai ketentuan 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 : Metode terbuka : Informasi lowongan disebarakan luas ke publik.

Reputasi Perusahaan(X3)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [22] Reputasi adalah aset penting yang mempengaruhi keberhasilan dan daya saing perusahaan di pasar.Reputasi perusahaan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu [23] :

1. Kepercayaan : Keyakinan anggota terhadap integritas , kemampuan , dan niat baik kolega dan manajemen mereka.
 2. Perasaan Bangga : Tingkat kebanggaan karyawan menjadi bagian dari organisasi.
 3. Kekuatan Visi dan Misi Perusahaan :Kejelasan dan daya motivasi visi serta misi organisasi bagi karyawan.
- Keempat elemen ini mempengaruhi kecepatan dan produktivitas karyawan dalam organisasi.

V. 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

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

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)

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.

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)



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 reliabilitas cukup baik,



nilai Composite Reliability,

Cronbach's Alpha, dan rho_A di atas 0,

70. Variabel penelitian 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)

Nilai R Square biasanya berkisar antara 0 dan 1, proses pengujian model struktural dimulai melihat nilai R Square setiap variabel laten endogen, 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.

 **dx.doi.org** | Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan E-Rekrutment terhadap Daya Tarik Perusahaan bagi Pelamar Kerja (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global...
<http://dx.doi.org/10.35931/aq.v18i1.2998>

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 ->

0,300 0,303 0,092 3,275 0,001

berpengaruh

positif dan

signifikan

Diterima



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Page | 9

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original

publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply

with these terms.



Minat Melamar

Pekerjaan

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2

025)

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 Bostraping SmartPLS(2025)

Sumber : Olah Data SmartPLS 3.2.9(2025)

Berdasarkan Gambar 3, model menunjukkan hasil analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang menunjukkan hubungan antara variabel laten yaitu Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Setiap variabel diukur menggunakan beberapa indikator, yaitu x1,1 sampai x3,4 untuk variabel eksogen dan y1 sampai y4 untuk variabel endogen. Kompensasi diukur melalui empat indikator (x1,1 hingga x1,4), Rekrutmen melalui tiga indikator (x2,1 hingga x2,3), dan Reputasi Perusahaan melalui empat indikator (x3,1 hingga x3,4).

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.

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

23

[dx.doi.org | PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK DKI CABANG JUANDA](https://dx.doi.org/10.24176/jsm.v3i2.3493)
<http://dx.doi.org/10.24176/jsm.v3i2.3493>

kompensasi

24

[archive.umsida.ac.id](https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881)
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan [31]. Penelitian lain juga

membuktikan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

25

[journal.steipress.org](https://journal.steipress.org/index.php/jmstei/article/download/36/18/485)
<https://journal.steipress.org/index.php/jmstei/article/download/36/18/485>

melamar pekerjaan [32].

H1 : Kompensasi berpengaruh positif signifikan

26

[dx.doi.org | The Influence of E-Recruitment and E-Selection on Interest in Applying for Jobs at the Central Statistics Agency of Lamongan Regency in the 2024 Statistics P...](https://dx.doi.org/10.55927/ijfas.v3i4.8716)
<http://dx.doi.org/10.55927/ijfas.v3i4.8716>

terhadap minat melamar pekerjaan Generasi z

Pengaruh Recruitment terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z

Page | 10

27

[archive.umsida.ac.id](https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881)
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original

publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply

with these terms.

28

[archive.umsida.ac.id](https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4621/33078/37498)
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4621/33078/37498>

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

 **29** Document from another user
Comes from another group

rekrutmen

 **30** repository.uhamka.ac.id | Inovasi Media Pembelajaran Quizizz pada Hasil Belajar Matematika
<http://repository.uhamka.ac.id/id/eprint/46432/1/inovasi%20quizizz%20pada%20pembelajaran%20matematika.pdf>

ber

 **31** archive.umsida.ac.id
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6360/45656/51100>

pengaruh positif dan signifikan terhadap


minat melamar pekerjaan [4].

H2: Rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap

 **32** doi.org
<https://doi.org/10.37373/infotech.v4i2.558>

minat kerja generasi Z


Pengaruh Reputasi Perusahaan

 **33** dx.doi.org | The Influence of E-Recruitment and E-Selection on Interest in Applying for Jobs at the Central Statistics Agency of Lamongan Regency in the 2024 Statistics P...
<http://dx.doi.org/10.55927/ijfas.v3i4.8716>

terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berdampak positif dan signifikan

terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z

 **34** doi.org
<https://doi.org/10.37373/infotech.v4i2.558>

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

35

archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

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

36

journal.steipress.org

<https://journal.steipress.org/index.php/jmstei/article/download/36/18/485>

melamar pekerjaan generasi Z.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa Kompensasi, Rekrutmen, dan Reputasi Perusahaan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan di PT. Kindo Dwi Persada. Kompensasi

terbukti menjadi daya tarik utama bagi Generasi Z. Mereka tertarik pada pekerjaan yang menawarkan gaji yang adil,

insentif yang jelas, tunjangan yang lengkap, dan fasilitas yang mendukung. Saat memilih tempat kerja, Generasi Z

sangat mempertimbangkan stabilitas keuangan dan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Proses

rekrutmen yang baik juga sangat penting. Proses aplikasi yang sederhana melalui platform digital, informasi yang

jelas, seleksi yang cepat, dan komunikasi yang baik menciptakan pengalaman yang positif. Generasi Z, yang terbiasa

dengan teknologi, mengharapkan proses rekrutmen yang modern dan efisien, alih-alih yang rumit dan lambat.

Reputasi perusahaan merupakan pertimbangan serius bagi Generasi Z. Mereka lebih cenderung melamar pada

perusahaan yang memiliki reputasi baik, dikenal inovatif, peduli terhadap karyawan, dan memiliki visi yang jelas.

Di era digital, reputasi perusahaan mudah dicek di media sosial, sehingga perusahaan perlu menjaga citra yang baik.

Perusahaan harus menawarkan kompensasi yang kompetitif, menyederhanakan proses rekrutmen menggunakan

teknologi digital, dan menjaga reputasi yang baik untuk menarik minat Generasi Z

37

archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5635/40060/44881>

Page | 11

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original

publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply

with these terms.

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

.VII. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesempatan bagi kami untuk menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Terima kasih kepada dosen pembimbing, atas bimbingan yang tak kenal lelah, saran konstruktif, dan dukungan moral yang sangat berarti selama proses penelitian ini. Terima kasih juga kepada dosen penguji, atas waktu dan tenaga yang telah diberikan untuk menilai serta memberikan masukan berharga, kritik yang membangun, dan saran perbaikan yang membantu meningkatkan kualitas penelitian ini. Ucapan terima kasih yang tulus kepada PT. Kindo Dwi Persada, khususnya tim HRD, atas izin yang diberikan serta data dan informasi yang mendukung kelancaran penelitian ini. Terima kasih kepada responden Generasi Z yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi survei, sehingga data penelitian dapat terkumpul dengan baik dan lengkap. Kami mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta dan teman-teman setia yang memberikan motivasi, dukungan emosional, dan doa selama penyusunan tesis ini. Akhirnya, terima kasih kepada universitas dan fakultas atas fasilitas, sumber daya, serta kesempatan untuk melakukan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi dunia akademik, industri, dan masyarakat luas, serta menjadi amal ibadah yang diterima di sisi Allah SWT. Aamiin.