



Employer Attractiveness, Work Expectations, Corporate Reputation dan Person-Organization Fit terhadap Intention to Apply

Laras Kusuma Astuti^{1*}, Yulyanti Fahrana², Mazayatul Mufrihah³, Ahmad Shalahuddin⁴,
Ikram Yakin⁵

¹²³⁴⁵Fakultas Ekonomi & Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia

Email: ^{1*}laraskusumaaa@gmail.com, ²yulyanti.fahrana@ekonomi.untan.ac.id,

³mazayatulmufrihah@ekonomi.untan.ac.id, ⁴ahmad.shalahuddin@ekonomi.untan.ac.id,

⁵ikram.yakin@ekonomi.untan.ac.id

(*:corresponding author)

Abstrak

BUMN Perbankan saat ini menghadapi persaingan dalam memperoleh calon pekerja potensial dari Generasi Z yang memiliki preferensi kerja berbeda dari generasi sebelumnya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *employer attractiveness* dan *work expectation* terhadap niat melamar kerja di BUMN Perbankan pada Generasi Z yang sudah menjadi sarjana di Kalimantan Barat, dengan mediasi *corporate reputation* dan *person-organization fit*. Pengumpulan data melalui kuesioner dengan jumlah responden 256 responden. Analisis data dengan metode *Structural Equating Model* (SEM) dan aplikasi AMOS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *employer attractiveness*, *work expectation*, *corporate reputation* dan *person-organization fit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat melamar kerja di BUMN Perbankan. Kemudian *corporate reputation* dan *person-organization fit* mampu memediasi pengaruh antara *employer attractiveness* dan niat melamar kerja di BUMN Perbankan. Namun *person organization fit* tidak mampu memediasi pengaruh *work expectation* dengan niat melamar kerja di BUMN Perbankan.

Kata Kunci: *Employer attractiveness, Work expectation, Corporate reputation, Person-organization fit, Intention to apply*

Abstract

BUMN Banking faces competition in obtaining potential job candidates from Generation Z with work preferences different from those of previous generations. The study sought to assess the effects of employer attractiveness and work expectations on the intention to apply for jobs at BUMN Banking from graduates in West Kalimantan, utilizing corporate reputation and person-organization fit as mediating variables. With data collected via questionnaires from 256 respondents, the study's results indicate that employer attractiveness, work expectations, corporate reputation, and person-organization fit positively and significantly impact the desire of Generation Z at BUMN Banking. Additionally, corporate reputation and person-organization fit can mediate the link between employer attractiveness and intention to apply at BUMN Banking. However, a person-organization fit cannot mediate the impact of work expectations regarding the intention to apply at BUMN Banking.

Keywords: *Employer attractiveness, Work expectation, Corporate reputation, Person-organization fit, Intention to apply*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman membawa perubahan besar dalam pasar kerja. Globalisasi, teknologi, dan perubahan ekonomi membuat lingkungan kerja semakin kompleks dan kompetitif bagi pencari kerja. Menurut Kementerian Ketenagakerjaan di Indonesia pada tahun 2023 jumlah penduduk yang bekerja mencapai 140 juta orang yaitu mengalami peningkatan sekitar 8,8 juta orang atau sekitar 6,71% dibandingkan periode 2021 hingga 2023 [1]. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa ketersediaan lapangan kerja di Indonesia meningkat sehingga dapat menarik jumlah tenaga kerja. Apabila lapangan kerja meningkat membuat pencari kerja memiliki banyak pilihan tempat kerja, hal ini menciptakan *war of talent* yaitu kondisi antar perusahaan yang saling bersaing untuk menarik bakat terbaik dari pasar kerja, dengan tujuan agar lebih unggul dari pesaingnya [2]. Sumber daya manusia atau karyawan dianggap sebagai aset perusahaan, oleh karena itu penting untuk memperoleh sumber daya manusia yang berkualitas. Sehingga perusahaan dapat melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dan memastikan setiap individu dapat memberikan



kontribusi maksimal bagi kesuksesan perusahaan [3]. Namun saat ini kita juga dihadapkan pada jumlah pekerja di sektor informal yang mendominasi sekitar 60% dibandingkan sektor formal yang hanya 40% [4]. Hal tersebut disebabkan banyak faktor salah satunya karena fleksibilitas, serta peluang untuk berinovasi dan berkreasi di sektor informal, lalu adanya hambatan dalam beradaptasi dengan lingkungan formal [5]. Tentu hal tersebut menjadi permasalahan yang harus di selesaikan bersama, bukan hanya pencari kerja tetapi juga perusahaan formal yang perlu memberikan tempat kerja yang baik agar tetap menarik pencari kerja untuk masuk. Salah satu perusahaan di sektor formal yang berpotensi menarik tenaga kerja adalah perbankan, yang tercatat tahun 2023 jumlah bank umum sebanyak 105 dan jumlah bank pengkreditan/pembiayaan rakyat sebanyak 1.575 [6]. Sehingga perbankan perlu menyusun strategi agar dapat berkontribusi dalam menarik tenaga kerja ke sektor formal. Menurut Yunianto (2022) Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berhasil meraih posisi teratas sebagai tempat kerja yang paling diinginkan oleh generasi muda, salah satu alasan utamanya adalah nilai-nilai yang diterapkan oleh BUMN yang sejalan dengan citra perusahaan yang positif. BUMN mencakup berbagai industri, termasuk industri perbankan yang hingga sekarang masih memiliki banyak peminat di kalangan *fresh graduates* karena beberapa alasan seperti jam kerja teratur, tunjangan menarik, jenjang karier menjanjikan dan gaji yang cukup tinggi [8]. Bank-bank yang termasuk ke dalam BUMN yaitu Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, dan Bank BTN. Dua di antaranya, yaitu Bank Mandiri dan Bank BTN menerima penghargaan dari *LinkedIn* sebagai *Top Companies* 2024 [9]. Namun walaupun begitu BUMN Perbankan tetap harus memperhatikan perubahan preferensi kerja pada generasi saat ini yaitu Generasi Z, yang merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2012 [10]. Di Indonesia pada tahun 2020 memiliki jumlah total Generasi Z sebanyak 56.557.299 jiwa [11]. Generasi Z terbiasa dengan teknologi, ahli *multitasking*, dan cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi serta mereka menyukai fleksibilitas dan lingkungan kerja dinamis, dan lebih suka bekerja mandiri menggunakan teknologi, namun sebaliknya, milenial fokus pada keseimbangan kerja dan hidup, kebahagiaan pribadi, kolaborasi, komunikasi, peningkatan karier, dan lingkungan kerja inklusif [12]. Generasi milenial dan Generasi Z merupakan kelompok tenaga kerja terbesar, namun mereka juga dikenal memiliki kecenderungan rendah untuk bertahan lama di suatu perusahaan [13], banyak hal yang menyebabkan itu terjadi, untuk Generasi Z sendiri salah satunya karena perubahan preferensi yang akhirnya menciptakan tantangan bagi Generasi Z untuk mampu beradaptasi dengan budaya dan nilai-nilai yang sudah terbentuk lama di dalam sebuah perusahaan yang mungkin berbeda dengan ekspektasi mereka [14]. Pada saat ini Generasi Z juga telah mendominasi dunia kerja, jadi penting untuk memperhatikan strategi yang sesuai dengan karakter Generasi Z [15]. Dalam rangka memperoleh Generasi Z yang berkualitas, perusahaan harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat melamar kerja [16]. Niat melamar kerja adalah tahapan mencari pekerjaan, yang dimulai dengan menganalisis informasi lowongan pekerjaan, mengevaluasi opsi karier, dan membuat keputusan untuk memilih perusahaan yang diinginkan [17]. BUMN Perbankan perlu memperhatikan beberapa faktor untuk memenangkan persaingan dalam perebutan tenaga kerja, seperti *employer attractiveness*, *work expectation*, *corporate reputation* dan *person-organization fit*. Faktor-faktor tersebut perlu dibangun dan disebarluaskan agar menjadi pertimbangan Generasi Z dalam memilih tempat kerja yang sesuai. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya BUMN Perbankan memperoleh beberapa prestasi dan pengakuan tentu hal tersebut dapat meningkatkan *employer attractiveness* di mata calon karyawan. *Employer attractiveness* merupakan persepsi yang dimiliki oleh calon karyawan dan karyawan saat ini dalam melihat perusahaan sebagai tempat terbaik untuk bekerja [18]. Karena *employer attractiveness* dapat memengaruhi niat seseorang untuk melamar pekerjaan [19]. Sehingga BUMN Perbankan perlu menciptakan perusahaan yang baik untuk meningkatkan daya tariknya di mata masyarakat terutama Generasi Z yang memiliki ekspektasi atau harapan kerja yang berbeda dibandingkan dengan generasi lainnya. Karena sebelum memulai bekerja, calon karyawan akan mengembangkan ekspektasi atau harapan-harapan terhadap pekerjaan mereka di masa mendatang [20]. *Work expectation* adalah harapan yang mendorong individu untuk bekerja [21]. Sehingga semakin baik BUMN Perbankan mewujudkan harapan kerja Generasi Z maka semakin besar pula niat generasi ini untuk melamar kerja kesana [22], [23].

Selanjutnya adalah reputasi perusahaan yang merupakan penilaian kompleks dari berbagai pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan, yang menjadi faktor pertimbangan penting dalam menarik minat calon pelamar untuk melamar pekerjaan [24]. Maka dengan reputasi BUMN



Perbankan sebagai tempat kerja yang diinginkan kalangan muda dapat membangun reputasi yang baik bagi perusahaan tersebut dan pada akhirnya dapat menarik niat melamar kerja [25]. Kemudian faktor lain adalah *person-organization fit*, yaitu keterkaitan antara tujuan yang dimiliki oleh individu dengan organisasi, kebutuhan pribadi dengan sistem organisasi, serta karakter seseorang dengan budaya organisasi [26]. Selaras dengan penelitian terdahulu menurut Rani *et al.* (2023) menunjukkan bahwa kesesuaian antara nilai-nilai individu dengan nilai-nilai organisasi akan menarik niat seseorang untuk melamar kerja. Generasi Z juga perlu mengetahui nilai-nilai dari BUMN Perbankan agar dapat beradaptasi dan memastikan cocok atau tidaknya mereka dengan budaya atau lingkungan kerja saat nanti menjadi karyawan di perusahaan tersebut, kemudian apabila dirasa sesuai maka akan muncul keinginan untuk melamar kerja kesana [27]. Pada akhirnya keselarasan dari faktor-faktor ini akan mendorong niat melamar pekerjaan di BUMN Perbankan.

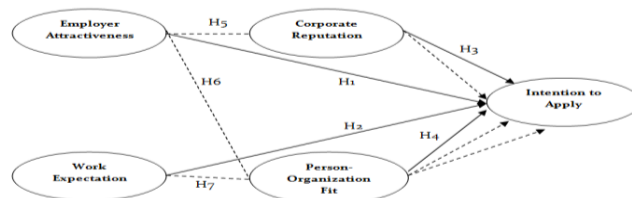
Penelitian ini mengkaji Generasi Z di Kalimantan Barat untuk berkontribusi pada perkembangan ketenagakerjaan lokal, dengan populasi Generasi Z mencapai 1.521.612 jiwa atau 25,37% dari total penduduk [11], [28]. Lalu Generasi Z yang diteliti berasal dari perguruan tinggi, karena syarat untuk bekerja di BUMN Perbankan minimal harus lulusan D3 [29]. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *employer attractiveness* dan *work expectation* terhadap niat melamar pekerjaan di BUMN Perbankan. Penelitian ini juga menyoroti peran mediasi *corporate reputation* dan *person-organization fit*. Penelitian ini memberikan kontribusi lanjutan dengan menggabungkan variabel-variabel yang akan memengaruhi niat melamar pekerjaan dalam satu model teoritis. *Work expectation* sebagai variabel yang memengaruhi niat melamar kerja dan *person-organization fit* menjadi mediasi masih jarang dibahas oleh peneliti terdahulu. Kemudian penelitian terkait Generasi Z di Kalimantan Barat khususnya dari lulusan perguruan tinggi terhadap niat melamar kerja di Bank BUMN masih terbatas. Sehingga dengan penelitian ini diharapkan menjadi sumber literatur tambahan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui studi literatur, dokumentasi, dan data primer melalui kuesioner berbasis skala likert 1-5. Pengukuran variabel terdiri dari 28 indikator: 4 indikator untuk niat melamar kerja menurut Barber (1998) dalam Permadi & Netra (2015) yaitu 1) *need a job*; 2) *search for job information*; 3) *make job choices*; 4) *decision making*. Kemudian 5 indikator untuk *employer attractiveness* yaitu 1) *social value*; 2) *economic value*; 3) *value of interest*; 4) *development value*; 5) *application value* [31]. Lalu 9 indikator untuk *work expectation* yaitu 1) *salary*; 2) *work condition*; 3) *Good work atmosphere*; 4) *Good interpersonal relation*; 5) *Possibility to use your skills*; 6) *possibility to use your knowledge*; 7) *quick career*; 8) *possibilities to be promoted*; 9) *self-expression* [32]. Selanjutnya 6 indikator untuk *corporate reputation* yaitu 1) *emotional appeal*; 2) *products and services*; 3) *vision and leadership*; 4) *workplace environment*; 5) *social responsibility*; 6) *financial performance* [33]. Terakhir, 4 indikator untuk *person-organization fit* yaitu 1) *value congruence*; 2) *goal congruence*; 3) *employee need fulfillment*; 4) *culture personality congruence* [34]. Populasi penelitian yaitu masyarakat di Kalimantan Barat yang sudah lulus perguruan tinggi tetapi belum bekerja dan merupakan Generasi Z (1995–2012). Untuk teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* mengingat jumlah responden yang tidak dapat dipastikan dan memiliki karakteristik yang diinginkan. Kriteria responden 1) Generasi Z berusia 20-25 tahun; 2) Berdomisili di Kalimantan Barat; 3) Sudah sarjana minimal D3; 4) Belum Bekerja; 5) Memiliki niat untuk melamar kerja di BUMN Perbankan. Penentuan sampel berdasarkan rumus Hair, *et al* (2019) dimana jumlah sampel dapat diperoleh melalui jumlah indikator dikali 5 sampai 10, sehingga didapatkan $n = 28 \times 5 = 140$ minimal responden yang harus dimiliki. Berdasarkan data yang diperoleh, total responden awal berjumlah 298 orang. Setelah dilakukan proses penyaringan atau *filtering*, ditemukan bahwa hanya 256 responden yang memenuhi kriteria atau syarat yang telah ditetapkan. Dengan demikian, analisis dan interpretasi data akan berfokus pada 256 responden yang telah diseleksi ini untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan relevan.

Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui aplikasi AMOS 26, dengan melakukan pengujian pada model yaitu dengan uji kecocokan yang dinilai

menggunakan parameter indeks seperti CMIN/DF, RMSEA, RMR, GFI, TLI, IFI, CFI, dan NFI. Validitas dalam penelitian ini diukur melalui *Standardized Loading Factor* (SLF) yang harus mencapai minimal 0,50. Selain itu, reliabilitas diukur berdasarkan hasil dari *Construct Reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE). Selanjutnya uji hipotesis, yang mana hipotesis diterima jika nilai $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ (1,96) dengan tingkat signifikan 0,05. Uji Sobel juga digunakan untuk menilai pengaruh tidak langsung variabel mediasi terhadap hasil penelitian.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap *Intention to Apply*

Employer attractiveness memiliki pengaruh terhadap niat seseorang untuk melamar pekerjaan, sehingga apabila *employer attractiveness* meningkat, maka niat untuk melamar pekerjaan pada juga ikut meningkat [16], [19], [22], [23], [25], [36]. Selain itu terdapat temuan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara keduanya [37], hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terdahulu sehingga perlu dikaji kembali.
 H1: *Employer attractiveness* memengaruhi niat melamar kerja.

Pengaruh *Work Expectation* terhadap *Intention to Apply*

Work expectation yang dimiliki oleh Generasi Z memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mereka untuk melamar pekerjaan, sehingga apabila perusahaan memiliki tempat kerja yang sesuai dengan harapan Generasi Z maka semakin meningkatkan niat Generasi Z untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut [22], [23].
 H2: *Work expectation* memengaruhi niat melamar kerja.

Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap *Intention to Apply*

Organisasi yang memiliki reputasi perusahaan yang baik cenderung lebih diminati oleh calon karyawan dan dapat mempengaruhi keinginan mereka untuk melamar pekerjaan berdasarkan persepsi yang dimiliki tentang organisasi tersebut [16], [25], [36], [38], [39], [40], [41], [42]. Selain itu juga terdapat temuan penelitian yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara kedua variabel [19], [24]. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terdahulu sehingga perlu dikaji kembali.
 H3: *Corporate reputation* memengaruhi niat melamar kerja.

Pengaruh *Person-Organization Fit* terhadap *Intention to Apply*

Person-organization fit memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam melamar pekerjaan, karena *person-organization fit* memiliki peranan penting dalam membangun tempat kerja yang nyaman [22], [23], [27], [43], [44]. Namun terdapat pula temuan yang menunjukkan tidak ada pengaruh antara kedua variabel [45], hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terdahulu sehingga perlu dikaji kembali.
 H4: *Person-organization fit* memengaruhi niat melamar kerja.

Pengaruh *Employer Attractiveness toward* terhadap *Intention to Apply* dimediasi oleh *Corporate Reputation*

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan hasil jika reputasi perusahaan dapat menjadi mediasi antara *employer attractiveness* dengan niat melamar kerja [16]. Namun juga terdapat hasil bahwa pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan tidak dapat dimediasi oleh reputasi perusahaan [19]. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terdahulu sehingga perlu dikaji kembali untuk memperoleh kebenarannya.
 H5: *Employer attractiveness* memengaruhi niat melamar kerja dengan mediasi *corporate reputation*.



Pengaruh *Employer Attractiveness toward* terhadap *Intention to Apply* dimediasi oleh *Person-Organization Fit*

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *person-organization fit* menjadi mediasi antara *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan [22].

H6: *Employer attractiveness* memengaruhi niat melamar kerja dengan mediasi *person-organization fit*.

Pengaruh *Work Expectation toward Intention to Apply* dimediasi oleh *Person-Organization Fit*

Person-organization fit mampu menjadi mediasi antara *work expectation* terhadap niat melamar pekerjaan [23]. Namun juga ditemukan bahwa *person-organization fit* tidak dapat memediasi hubungan keduanya [22]. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terdahulu sehingga perlu dikaji kembali.

H7: *Work expectation* memengaruhi niat melamar kerja dengan mediasi *person-organization fit*.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Identitas responden yang diperoleh pada penelitian dapat dilihat pada tabel 1 yang berisi informasi terkait jenis kelamin, domisili, umur, level pendidikan dan tahun kelulusan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Item	F	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	84	33%
	Perempuan	172	67%
	Total	256	100%
Domisili	Pontianak	138	54%
	Singawang	15	6%
	Sintang	20	8%
	Sambas	14	5%
	Sanggau	10	4%
	Mempawah	10	4%
	Sekadau	5	2%
	Melawi	4	2%
	Landak	5	2%
	Kubu Raya	10	4%
	Ketapang	7	3%
	Kayong Utara	7	3%
	Bengkayang	5	2%
	Kapuas Hulu	6	2%
	Total	256	100%
Umur	20 tahun	8	3%
	21 tahun	36	14%
	22 tahun	88	34%
	23 tahun	58	23%
	24 tahun	36	14%
	25 tahun	30	12%
	Total	256	100%
Level Pendidikan	Diploma 3	32	13%
	Sarjana (S1)	224	88%
	Total	256	100%
Tahun Kelulusan	2020	26	10%
	2021	45	18%
	2022	49	19%
	2023	87	34%
	2024	49	19%
	Total	256	100%



Sumber : Diproses Oleh Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki niat melamar kerja di Bank BUMN di Kalimantan Barat didominasi oleh perempuan sebanyak 67% dari total responden, serta domisili responden setengahnya diwakili oleh Kota Pontianak yaitu 54%, umur responden yang paling banyak berkisar dari 22 dan 23 tahun, dan didominasi oleh responden yang bergelar sarjana sebanyak 88%. Kemudian tahun kelulusan responden paling banyak berada di tahun 2023 yaitu sebanyak 34%.

3.1 Pengujian Model

Hasil uji validitas dan reliabilitas diperoleh melalui *output* dari pengolahan AMOS 26, yang digunakan untuk menguji setiap item pertanyaan dari indikator yang diterapkan dalam penelitian ini.

Tabel 2. *Standardized Loading Factor (SLF), Construct Reliability (CR), and Average Variance Extracted (AVE) Values on Overall Model Fit*

Variabel	Indikator	Item	SLF	CR	AVE
Employer Attractiveness	Social Value	Saya tertarik dengan BUMN Perbankan jika lingkungan kerjanya sehat dan menyenangkan.	0.696	0.88	0.60
	Economic Value	Saya tertarik dengan BUMN perbankan jika memiliki kompensasi yang menarik serta adanya jaminan pekerjaan.	0.658		
	Value of Interest	Saya tertarik dengan BUMN Perbankan jika dapat mendukung dan menghargai kreativitas karyawan.	0.646		
	Development Value	Saya tertarik dengan BUMN Perbankan jika tersedia program peningkatan <i>skill</i> dan karier.	0.672		
	Application Value	BUMN Perbankan menarik jika memberikan keramahan serta pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggan.	0.619		
Work Expectation	Salary	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah mempertimbangkan gaji yang akan saya terima.	0.676	0.93	0.60
	Work Condition	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah mempertimbangkan kenyamanan lingkungan kerja saya nanti.	0.77		
	Good Work Atmosphere	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah mempertimbangkan suasana kerja yang akan saya rasakan.	0.76		
	Good Interpersonal Relation	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah mempertimbangkan kualitas hubungan interpersonal yang akan terbentuk.	0.733		
	Possibility To Use Your Skills	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah memperkirakan bahwa saya	0.711		



		bisa menggunakan keterampilan yang saya miliki.			
	<i>Possibility To Use Your Knowledge</i>	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah memperkirakan bahwa saya bisa memanfaatkan pengetahuan saya di pekerjaan tersebut.	0.716		
	<i>Quick Career</i>	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah memperkirakan seberapa cepat saya bisa mencapai kesuksesan karier.	0.672		
	<i>Possibilities To Be Promoted</i>	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah memperkirakan peluang promosi yang tersedia.	0.705		
	<i>Self-expression</i>	Jika nanti bekerja di BUMN Perbankan, saya sudah memperkirakan kesempatan untuk bisa mengekspresikan diri dalam pekerjaan tersebut.	0.693		
<i>Corporate Reputation</i>	<i>Emotional Appeal</i>	BUMN Perbankan yang dikenal memiliki karyawan yang berloyalitas tinggi.	0.558	0.91	0.62
	<i>Products and Services</i>	BUMN Perbankan dikenal memberikan pelayanan yang unggul kepada pelanggan.	0.673		
	<i>Vision and Leadership</i>	BUMN Perbankan dikenal memiliki visi yang jelas dan mampu memanfaatkan keuntungan dari peluang pasar.	0.718		
	<i>Workplace Environment</i>	BUMN perbankan dikenal memiliki karyawan yang mengutamakan profesionalisme dalam bekerja.	0.716		
	<i>Social Responsibility</i>	BUMN Perbankan dikenal memiliki program berkaitan dengan lingkungan, masyarakat dan isu sosial.	0.683		
	<i>Financial Performance</i>	BUMN Perbankan dikenal menawarkan gaji yang kompetitif untuk karyawan <i>entry-level</i> dan <i>fresh graduate</i> .	0.713	0.89	0.67
<i>Person-Organization fit</i>	<i>Value Congruence</i>	Saya merasa nilai-nilai pribadi saya sesuai dengan nilai-nilai BUMN Perbankan.	0.795		
	<i>Goal Congruence</i>	Saya merasa tujuan BUMN Perbankan sejalan dengan tujuan yang saya harapkan dalam pekerjaan ini.	0.875		
	<i>Employee Need Fulfillment</i>	Saya merasa bahwa pekerjaan di BUMN Perbankan akan memenuhi harapan saya terkait dengan kondisi pekerjaan.	0.758		



Intention To Apply	To Need a Job	Culture Personality Congruence	Saya merasa bahwa budaya kerja di BUMN Perbankan akan sesuai dengan karakter pribadi saya.	0.783			
			Saya ingin segera bekerja BUMN Perbankan agar bisa memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga saya dan memperoleh keuntungan yang besar.	0.584			
		Search For Job Information	Saya mencari pekerjaan di BUMN Perbankan yang sesuai dengan keahlian dan kompetensi saya.	0.63			
		Make Job Choices	Saya memilih pekerjaan di BUMN Perbankan yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian saya.	0.589	0.86	0.60	
		Decision Making	Saya yakin bisa bekerja dengan baik di BUMN Perbankan yang sesuai dengan keterampilan yang saya miliki.	0.694			

Sumber : Diproses Oleh Penulis (2024)

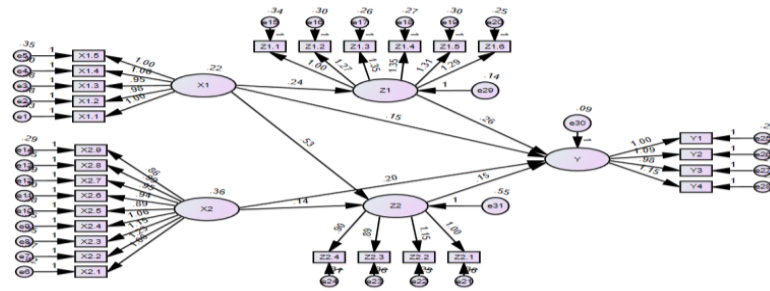
Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa hasil dari *Standardized Loading Factor* (SLF) pada seluruh item di penelitian ini telah mencapai nilai minimal yaitu 0,50 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini valid dan mampu mengukur konstruk model secara keseluruhan. Kemudian seluruh variabel menunjukkan nilai $CR \geq 0,70$ dan $AVE \geq 0,50$, hal tersebut menunjukkan bahwa uji reliabilitas yang ada di penelitian ini berhasil atau indikator variabel dianggap reliabel dalam mengukur konstruk model penelitian ini secara keseluruhan.

Tabel 3. Goodnest of Fit Index

Indeks	Karakteristik	Hasil	Deskripsi
CMIN/DF	≤ 3.00	1.766	Good Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.055	Good Fit
RMR	< 0.05	0.066	Bad Fit
NFI	≥ 0.90	0.819	Marginal Fit
IFI	≥ 0.90	0.913	Good Fit
TLI	≥ 0.90	0.903	Good Fit
CFI	≥ 0.90	0.912	Good Fit

Sumber : Diproses Oleh Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa pada penelitian ini terdapat lima indeks yang memenuhi *Goodnest of Fit* yaitu CMIN/DF, RMSEA, IFI, TLI, dan CFI. Menurut Hair *et al.* (2019) menyatakan bahwa jika empat atau lima pengukuran menghasilkan hasil yang sesuai atau melebihi nilai batas, maka konstruk model penelitian dianggap layak dan diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki uji kecocokan yang dapat diterima dan dinyatakan layak.



Gambar 2. Pengujian Model

3.1.1 Uji Hipotesis

Berikut adalah hasil dari temuan penelitian ini berdasarkan model hipotesis yang sudah dibangun sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Hipotesis

Jalur	Estimate	SE	CR	P	Deskripsi
EA --> IA	0.148	0.073	2.011	0.044	Diterima
WE --> IA	0.203	0.053	3.809	***	Diterima
CR --> IA	0.261	0.083	3.161	0.002	Diterima
POF --> IA	0.146	0.040	3.690	***	Diterima

Sumber : Diproses Oleh Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan hasil hipotesis pertama, kedua, ketiga dan keempat memiliki pengaruh positif dan signifikan dapat dilihat dari nilai uji t yang dapat dilihat pada kolom CR menunjukkan hasil $\geq t$ tabel (1,96). Serta nilai p secara signifikan $\leq 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa keempat hipotesis pengaruh langsung diterima.

Tabel 5. Uji Sobel

Jalur	Uji Sobel		Deskripsi
	t-stat	p-value	
EA -> CR -> IA	2.295	0.021	Diterima
EA -> POF -> IA	2.634	0.008	Diterima
WE -> POF -> IA	1.345	0.178	Ditolak

Sumber : Diproses Oleh Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan hasil uji sobel untuk mengetahui pengaruh variabel yang menggunakan mediasi. Untuk hipotesis kelima dan keenam menunjukkan bahwa uji statistik $\geq t$ tabel (1,96), kemudian nilai p -value $\leq 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kelima dan keenam diterima secara positif dan signifikan. Kemudian untuk uji hipotesis ketujuh menunjukkan hasil t -statistic sebesar 1,345 atau kurang dari 1,96 serta p -value nya sebesar 0,178 atau lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh positif tapi tidak signifikan, maka hipotesis ditolak.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian dengan AMOS 26 menunjukkan bahwa *employer attractiveness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat Generasi Z di Kalimantan Barat untuk melamar kerja di BUMN Perbankan. Semakin tinggi daya tarik perusahaan, semakin besar kemungkinan Generasi Z ingin bergabung, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya [16], [19], [22], [23], [25], [36]. Selain itu, *work expectation* juga berpengaruh positif dan signifikan, jadi apabila BUMN Perbankan dapat memenuhi harapan kerja Generasi Z maka akan dapat menarik talenta dari generasi ini, hasil ini mendukung penelitian terdahulu [22], [23]. *Corporate reputation* juga memengaruhi niat melamar kerja secara positif dan signifikan, karena reputasi yang baik akan meningkatkan niat melamar kerja sebab Generasi Z dapat menilai tempat kerja di perusahaan tersebut dari citra luarnya, ini mendukung penelitian [16], [25], [36], [38], [41]. *Person-organization fit* juga berpengaruh positif dan signifikan, karena kesesuaian nilai individu dengan budaya organisasi mendorong Generasi Z melamar kerja, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya [22], [23], [27], [43], [44]. Hasil



penelitian dari uji sobel menunjukkan bahwa *employer attractiveness* terhadap niat melamar kerja Generasi Z dapat dimediasi oleh *corporate reputation* dan *person-organization fit*. Reputasi perusahaan yang baik seperti di BUMN Perbankan dapat meningkatkan daya tarik perusahaan, sehingga meningkatkan niat Generasi Z untuk melamar kerja, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya [16]. Selain itu, *person-organization fit* juga menjadi mediator antara *employer attractiveness* dan niat melamar, karena kesesuaian nilai antara calon karyawan dan perusahaan memperkuat daya tarik dan niat melamar kerja, hal ini mendukung penelitian [22]. Walaupun *person-organization fit* mampu menjadi mediasi hubungan antara *employer attractiveness* dengan niat melamar kerja, namun dari hasil olahan data yang sudah dilakukan variabel tersebut belum mampu menjadi mediasi antara *work expectation* dan niat melamar kerja karena menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini dikarenakan adanya faktor lain diluar variabel yang telah ditentukan dan hasil temuan ini mendukung penelitian terdahulu [22].

4. PENGUJIAN

4.1. Validitas dan Reliabilitas

Validitas: Pengujian validitas dilakukan melalui nilai Standardized Loading Factor (SLF). Semua indikator dalam penelitian ini valid dengan $SLF \geq 0,50$.

Reliabilitas: Reliabilitas diuji menggunakan Construct Reliability (CR) dan Average Variance Extracted (AVE). Nilai $CR \geq 0,70$ dan $AVE \geq 0,50$ menunjukkan indikator reliabel.

4.2. Goodness of Fit (GOF)

Beberapa indeks yang digunakan dalam mengukur kelayakan model penelitian adalah:

CMIN/DF: ≤ 3.00 (Hasil: 1.766 – Good Fit)

RMSEA: ≤ 0.08 (Hasil: 0.055 – Good Fit)

RMR: < 0.05 (Hasil: 0.066 – Bad Fit)

IFI, TLI, CFI: ≥ 0.90 (Semua hasil > 0.90 – Good Fit)

Lima indeks memenuhi syarat **Goodness of Fit**, sehingga model dinyatakan layak.

4.3 Uji Hipotesis Langsung

Uji dilakukan terhadap pengaruh langsung antar variabel menggunakan nilai Critical Ratio (CR) dan p-value. Hipotesis diterima jika:

CR $\geq$ t-tabel (1,96) dan p-value $\leq 0,05$.

Hasilnya:

Employer attractiveness (EA) $\rightarrow$ Intention to apply (IA): Diterima

Work expectation (WE) $\rightarrow$ IA: Diterima

Corporate reputation (CR) $\rightarrow$ IA: Diterima

Person-organization fit (POF) $\rightarrow$ IA: Diterima

4.4 Untuk menguji pengaruh mediasi variabel:

EA $\rightarrow$ CR $\rightarrow$ IA: Diterima (signifikan)

EA $\rightarrow$ POF $\rightarrow$ IA: Diterima (signifikan)

WE $\rightarrow$ POF $\rightarrow$ IA: Ditolak (tidak signifikan)

Faktor langsung seperti employer attractiveness, work expectation, corporate reputation, dan person-organization fit memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat melamar kerja. **Mediasi:** Corporate reputation dan person-organization fit menjadi mediator signifikan antara employer attractiveness dan intention to apply. Namun, person-organization fit tidak menjadi mediator signifikan antara work expectation dan intention to apply.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *employer attractiveness*, *work expectation*, *corporate reputation*, dan *person-organization fit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat Generasi Z di



Kalimantan Barat untuk melamar kerja di BUMN Perbankan. *Corporate reputation* dan *person-organization fit* dapat memediasi pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar kerja, tetapi *person-organization fit* tidak mampu memediasi pengaruh *work expectation* secara signifikan. Peneliti menyimpulkan bahwa Generasi Z dalam mencari kerja di BUMN Perbankan akan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut sebelum melamar pekerjaan di BUMN Perbankan terutama berkaitan dengan harapan kerja mereka. Hasil penelitian ini berguna bagi BUMN Perbankan untuk menetapkan kebijakan, prosedur serta strategi yang lebih efektif agar dapat menarik sumber daya manusia potensial di generasi ini yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Keterbatasan penelitian berada pada pengumpulan sampel yang hanya dilakukan di Kalimantan Barat serta hanya tertuju pada satu generasi saja, sehingga hasil penelitian mungkin saja berbeda di generasi, daerah atau negara lain. Namun penelitian ini dapat memberikan kontribusi lebih lanjut terkait hubungan *employer attractiveness*, *work expectation*, *corporate reputation*, *person-organization fit* dan niat melamar kerja. Disarankan bagi peneliti di masa mendatang dapat melibatkan wilayah dan objek yang lebih luas, serta dapat kembali membahas terkait hubungan antara *employer attractiveness* terhadap niat melamar kerja dan menambah variabel yang dirasa unik dan relevan, sehingga memperoleh hasil yang lebih baik.

REFERENCES

- [1] Satu Data Ketenagakerjaan, "Kondisi Ketenagakerjaan di Indonesia Tahun 2021 - 2023," Satu Data Ketenagakerjaan. Accessed: Jun. 05, 2024. [Online]. Available: <https://satudata.kemnaker.go.id/infografik/59>
- [2] R. T. Purnawan, R. Permata, S. Muthmainnah, and Muljadi, "Pengaruh Talent Management Terhadap Kinerja Karyawan," *J. Comp. Ekon. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, p. 25, 2023, doi: 10.31000/combis.v5i1.8061.
- [3] H. Rahmadani, I. Daud, Y. Fahrana, T. Rosnani, and A. Azazi, "Work Engagement As a Mediator Of Transactional Leadership And Workload On Employee Turnover Intention," *Int. J. Soc. Sci. Econ. Arts*, vol. 13, no. 3, pp. 163–174, 2023, doi: <https://doi.org/10.35335/ijosea.v13i3.362>.
- [4] S. Novika, "Kebanyakan Pekerja RI Masuk Sektor Informal, Ini Sebabnya," Detik Finance. Accessed: Jun. 06, 2024. [Online]. Available: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4981010/kebanyakan-pekerja-ri-masuk-sektor-informal-ini-sebabnya>
- [5] S. J. Santosa, "Gen Z Makin Sulit Cari Kerja di Sektor Formal?," LinkedIn. Accessed: Jun. 06, 2024. [Online]. Available: <https://www.linkedin.com/pulse/gen-z-makin-sulit-cari-kerja-di-sektor-formal-setiya-joko-santosa-9nmvc>
- [6] BPS, "Jumlah Bank dan Kantor Bank," Badan Pusat Statistik. Accessed: Jun. 05, 2024. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTM3IzI=/jumlah-bank-dan-kantor-bank-unit.html>
- [7] T. K. Yudianto, "MarkPlus QuickSurvey: Mayoritas Gen Z Incar Berkari di BUMN," marketeers. Accessed: Jun. 13, 2024. [Online]. Available: <https://www.marketeers.com/markplus-quicksurvey-mayoritas-gen-z-incar-berkarier-di-bumn/>
- [8] C. Maretha, "4 Alasan Pegawai Bank Masih Jadi Incaran Fresh Graduate, Kamu Salah Satunya?," glints. Accessed: Jun. 13, 2024. [Online]. Available: <https://glints.com/id/lowongan/karier-pegawai-bank/>
- [9] M. Puspadini, "15 Perusahaan Terbaik RI Untuk Pencari Kerja Menurut LinkedIn," cnbc Indonesia. Accessed: Jun. 13, 2024. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240416130910-17-530680/15-perusahaan-terbaik-ri-untuk-pencari-kerja-menurut-linkedin>
- [10] B. Barhate and K. M. Dirani, "Career aspirations of generation Z: a systematic literature review," *Eur. J. Train. Dev.*, vol. 46, no. 1/2, pp. 139–157, Jan. 2022, doi: 10.1108/EJTD-07-2020-0124.
- [11] BPS, "Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia, 2020," Badan Pusat Statistik. Accessed: Jun. 12, 2024. [Online]. Available: <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- [12] H. Abdi, "Karakter Gen Z dalam Bekerja dan Perbedaannya dengan Milenial," Liputan 6. Accessed: Jun. 05, 2024. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/hot/read/5513528/karakter-gen-z-dalam-bekerja-dan-perbedaannya-dengan-milenial?page=6>
- [13] S. S. Heriyanti and R. B. Esthi, "The effect of talent management on turnover intention mediated by employee engagement," in *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 2021, pp. 194–201. doi: <https://doi.org/10.35335/ijosea.v13i3.406>.
- [14] Binus University, "Gen Z di Dunia Kerja: Menghadapi Tantangan dan Peluang," Binus University. Accessed: Jun. 05, 2024. [Online]. Available: <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2024/02/15/gen-z-di-dunia-kerja-menghadapi-tantangan-dan-peluang/>
- [15] A. Syal, T. Rosnani, I. Daud, M. C. I. Kalis, and M. I. Hendri, "The Influence of Reward, Work-Life Balance on Employee Retention: The Mediating Effect of Job Satisfaction Generation Z Employees in West Kalimantan," *J. Manag. Sci.*, vol. 7, no. 1, pp. 270–279, 2024, doi: <https://doi.org/10.35335/jmas.v7i1.384>.
- [16] A. N. A. Amara, Barkah, I. Daud, Sulistiawati, and M. I. Hendri, "The Effect of Employer Attractiveness and Compensation on Job Pursuit Intention to Fmcg Companies in Indonesia: Coporate Reputation as an Intervening Variable," *Sci. Res. J. Econ. Bus. Manag.*, vol. 3, no. 1, 2023, [Online]. Available: https://iarconsortium.org/srjebm/32/141/334_The_Effect_of_Employer_Attractiveness_and_Compensation_on_Job_Pursuit_Intention_to_Fmcg_Companies_in_Indonesia_Coporate_Reputation_as_an_Intervening_Variable/
- [17] R. Rahmawati and S. D. Ratnasari, "Pengaruh online recruitment dan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan (studi pada mahasiswa semester akhir di kota malang)," *EKONIKA J. Ekon. Univ. Kadiri*, vol. 6, no. 2, p. 266, Sep. 2021, doi: 10.30737/ekonika.v6i2.1500.



- [18] M. H. Nguyen, N. V. Luan, and B. T. Khoa, "Employer Attractiveness and Employee Performance: An Exploratory Study," *J. Syst. Manag. Sci.*, vol. 11, no. 1, pp. 97–123, Mar. 2021, doi: 10.33168/JSMS.2021.0107.
- [19] P. Soeling, S. D. A. Arsanti, and F. Indriati, "Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia?," *Heliyon*, vol. 8, no. 4, 2022, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e09208.
- [20] N. H. Putri and H. Aldrin, "Linking job expectation, career perception, intention to stay: Evidence from generation Y," *HOLISTICA – J. Bus. Public Adm.*, vol. 10, no. 2, pp. 105–114, Aug. 2019, doi: 10.2478/hjbpa-2019-0019.
- [21] T. Sariwulan, I. Agung, U. Sudrajat, and G. Atmadiredja, "The Influence of Job Expectation, Job Satisfaction, and Government Policy Towards The Work Stress, Job Enthusiasm and Continuance Commitment of The Honorarium Teacher," *Cakrawala Pendidik.*, vol. 38, no. 2, pp. 305–319, 2019, doi: 10.21831/cp.v38i2.24380.
- [22] I. H. Rani, J. H. Jalih, and L. A. Widyowati, "Generation Z's Intention to Apply: An Approach to Job Preferences, Organization Attractiveness, Person-Organization Fit, and Social Media Usage," *J. Pendidik. Bisnis dan Manaj.*, vol. 8, no. 3, pp. 168–186, 2022, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.17977/um003v8i32022p168>
- [23] I. H. Rani, J. H. Jalih, and L. A. Widyowati, "Analyzing the impact of working expectations on intention to apply in Indonesia: A study on Gen Z college graduate," *J. Manaj. dan Pemasar. Jasa*, vol. 16, no. 2, pp. 287–308, 2023.
- [24] D. I. Febrianti and C. Hendratmoko, "Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan," *Kinerja J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 19, no. 2, pp. 257–267, 2022, doi: 10.30872/jkin.v19i2.10927.
- [25] S. Annisa, S. J. Raharja, and H. A. Muhyi, "Pengaruh employer attractiveness, media sosial, dan reputasi organisasi terhadap intensi melamar pekerjaan generasi z," *J. Ekon. Keuang. dan Manaj.*, vol. 18, no. 4, p. 816, 2022, doi: 10.30872/jinv.v18i4.
- [26] T. Rosnani, "Kesesuaian Orang-Organisasi dan Perilaku Kerja Inovatif: Peran Mediasi Pemberdayaan Psikologis," *Manaj. Bus. Innov. Conf.*, vol. 7, pp. 609–626, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/article/view/77120>
- [27] M. S. Chowdhury, J. Yun, and D. S. Kang, "Towards sustainable corporate attraction: The mediating and moderating mechanism of person–organization fit," *Sustain.*, vol. 13, no. 21, 2021, doi: 10.3390/su132111998.
- [28] Pontinesia, "Milenial dan Gen Z Penentu Pemilu di Kalbar 13 Februari 2024," pontinesia. Accessed: Jun. 12, 2024. [Online]. Available: <https://pontinesia.com/berita/milenial-dan-gen-z-penentu-pemilu-di-kalbar>
- [29] S. D. Caesaria and D. Ihsan, "4 Bank BUMN Buka Besar-besaran Lowongan Kerja bagi Lulusan D4-S1," *kompas.com*. Accessed: Jun. 13, 2024. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/edu/read/2022/04/16/132251771/4-bank-bumn-buka-besar-besaran-lowongan-kerja-bagi-lulusan-d4-s1?page=all>
- [30] K. D. Permadi and I. G. S. K. Netra, "Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana," *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. 4, no. 10, pp. 3256–3286, 2015, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/246570-pengaruh-reputasi-kompensasi-dan-lingkungan-ef19cec6.pdf>
- [31] P. Berthon, M. Ewing, and L. L. Hah, "Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding," *Int. J. Advert.*, vol. 24, no. 2, pp. 151–172, Jan. 2005, doi: 10.1080/02650487.2005.11072912.
- [32] R. Čiapienė, V. Kumpikaitė, and M. Vienažindienė, "Expectations and job satisfaction: Theoretical and empirical approach," in *The 6th International Scientific Conference "Business and Management 2010". Selected papers*, Vilnius, Lithuania: Vilnius Gediminas Technical University, May 2010, pp. 978–984. doi: 10.3846/bm.2010.131.
- [33] C. J. Fombrun, N. A. Gardberg, and J. M. Sever, "The Reputation QuotientSM: A Multi-Stakeholder Measure of Corporate Reputation," *J. Brand Manag.*, vol. 7, no. 4, pp. 241–255, Mar. 2000, doi: 10.1057/bm.2000.10.
- [34] A. L. Kristof, "Person-Organization Fit: An Integrative Review Of Its Conceptualizations, Measurement, And Implications," *Pers. Psychol.*, vol. 49, no. 1, pp. 1–49, Mar. 1996, doi: 10.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x.
- [35] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, vol. 50, no. 181. United Kingdom: Cengage Learning, 2019. doi: 10.2307/2007941.
- [36] F. Ardiansyah and F. P. Sary, "The Influence Of Employer Attractiveness And Company Reputation On The Intention Of Applying For Jobs In Startup Companies In Final Level Students Of Universitas Telkom," *Indones. Interdiscip. J. Sharia Econ.*, vol. 7, no. 2, pp. 2227–2242, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i2.4823>
- [37] A. C. G. Astrellia and D. Y. Wardhana, "Attracting Generation Z: How Employer Attractiveness and Prestige Affect Application Decisions," *J. Appl. Manag. Bus.*, vol. 5, no. 1, pp. 44–50, Jul. 2024, doi: 10.37802/jamb.v5i1.700.
- [38] 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 J. Inform. Teknol.*, vol. 4, no. 2, pp. 157–167, 2023, doi: 10.37373/infotech.v4i2.558.
- [39] A. W. Noviriani and A. Wirakartakusumah, "The Effect of Employer Attractiveness, Social Media Use and Business Sustainability on The Intention to Apply For A Job To Start-Up Companies," *Keynesia Int. J. Econ. Bus.*, vol. 2, no. 2, pp. 69–78, Oct. 2023, doi: 10.55904/keynesia.v2i2.867.
- [40] E. Setiawan and R. Marginingsih, "Employer Branding Towards the Intention to Apply for a Job Through Company Reputation as Mediation Variable," *Andalas Manag. Rev.*, vol. 5, no. 2, pp. 73–94, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.25077/amar.6.2.72-93.2021>
- [41] G. P. I. Hapsara and T. N. Nugrahaningsih, "Corporate Reputation Mediates the Effect of Employer Branding on Intention Z Generation to Apply for a Job Reputasi Perusahaan Memediasi Pengaruh Employer Branding Terhadap Niat Mahasiswa Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 2548–2562, 2024, doi: <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4093>.
- [42] A. Potgieter and M. Doubell, "The Influence of Employer Branding and Employees' Personal Branding on Corporate Branding and Corporate Reputation," *African J. Bus. Econ. Res.*, vol. 15, no. 2, pp. 107–133, 2020, doi:



- 10.31920/1750-4562/2020/V15N2A6.
- [43] D. T. Kumiawan, A. H. . Prohimi, S. Sopiah, and Y. I. Kusnayain, *What are Determinant Factors for Master Student (Gen Y) to Join on Indonesia's Giant Digital Startup?* Atlantis Press International BV, 2023. doi: 10.2991/978-94-6463-026-8_8.
- [44] E. Nadya, F. Azzahra, J. Ningsih, M. A. Fahri, and D. T. Kumiawan, *The Effect of Employer Branding and E-recruitment on the Intention to Apply for a Job in Z Generation*, vol. 23, no. 19. Atlantis Press International BV, 2023. doi: 10.9734/ajeba/2023/v23i191067.
- [45] A. N. Fadilah and N. A. R. Putranto, "Influence of Employer Branding Dimensions on Generation Z Women's Intention to Apply For a Job with Person-Organization Fit as Mediating Variable," *J. Integr. Soc. Stud. Bus. Dev.*, vol. 1, no. 2, pp. 91–101, Aug. 2023, doi: 10.58229/jissbd.v1i2.110.