

**PENGARUH REPUTASI, *E-RECRUITMENT*, DAN LINGKUNGAN
KERJA TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN
OLEH MAHASISWA**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL JAKARTA
2023**

**PENGARUH REPUTASI, *E-RECRUITMENT*, DAN LINGKUNGAN
KERJA TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN
OLEH MAHASISWA**



**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Sumber Daya Manusia**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL JAKARTA
2023**

**PENGARUH REPUTASI, *E-RECRUITMENT*, DAN LINGKUNGAN KERJA
TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN OLEH MAHASISWA DI DKI
JAKARTA**



**INDONESIA
BANKING
SCHOOL**



Oleh:

Putri Rizka Milenia Alifuddin

20181111064

Diterima dan disetujui untuk diajukan dalam Ujian Skripsi

Jakarta, 29 September 2023

Dosen Pembimbing Skripsi

(Enny Haryanti, S.E., M.M)

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

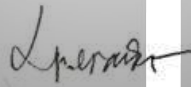
Nama Mahasiswa : Putri Rizka Milenia Alifudin
NIM : 20181111064
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi, *E-recruitment*, dan Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Pekerjaan oleh Mahasiswa.
Tanggal Ujian : 23 Oktober 2023

Ketua Penguji : Dr. Ir. Bambang Budhijana, M.Sc.
Anggota : 1. Enny Haryanti S.E., M.M
2. Deni Wardani, S.T., M.TI.
dengan ini menyatakan bahwa mahasiswi tersebut telah mengikuti ujian skripsi.

Hari, Tanggal : Senin, 23 Oktober 2023
Dengan Hasil : Lulus

Tim Penguji,

Ketua



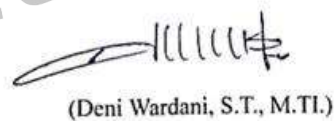
(Dr. Ir. Bambang Budhijana, M.Sc.)

Anggota 1



(Enny Haryanti S.E., M.M)

Anggota 2



(Deni Wardani, S.T., M.TI.)

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademik STIE Indonesia Banking School, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Rizka Milenia Alifuddin

NIM : 20181111064

Program Studi : Manajemen

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Indonesia Banking School Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Analisis Bank Specific Dalam Memprediksi Profitabilitas Bank Digital di Indonesia beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Indonesia Banking School berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemcipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 25 Oktober 2023

Penulis,



MATERAI PEMFEL
KABUPATEN
6653122039

Putri Rizka Milenia Alifudin

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Rizka Milenia Alifuddin

NIM : 20181111064

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan skripsi yang saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila kemudian hari ternyata skripsi ini merupakan asil plagiat atau menjiplak karya orang lain, saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan STIE IBS.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar.

Jakarta, 29 September 2023



(Putri Rizka Milenia Alifudin)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Reputasi, E-recruitment, dan Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa” dapat diselesaikan. Tanpa pertolongan-Nya tentu penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tentunya dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari banyak pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pembuatan laporan praktik kerja ini kepada yang terhormat:

1. Orang tua penulis Alifuddin Djamal dan Megawaty Syahbuddin yang senantiasa penuh kasih dan sabar dalam mendukung, memberikan dorongan, serta doa agar skripsi ini tercapai. Juga kepada Kakak, dan Adik penulis yang selalu menjadi penghibur dan motivator.
2. Ibu Dr. Kusumaningtuti Sandriharmy Soetiono SH, LL.M selaku Ketua Indonesia Banking School.
3. Bapak Dr. Erric Wijaya, S.E., ME selaku Wakil Ketua Indonesia Banking School.
4. Dr. Ir. Bambang Budhijana, M. Sc. selaku Ketua Sidang Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membantu memberikan arahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi penulis.
5. Ibu Enny Haryanti, S.E., M.M selaku dosen pembimbing penulis dan juga penguji 1, yang senantiasa sabar membantu membimbing dan

memberikan saran dan kritik dalam penulisan skripsi ini. Semoga Ibu dan Keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.

6. Bapak Deni Wardani ST., MTI. selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktu untuk membantu memberikan arahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi penulis.
7. Seluruh dosen, karyawan, dan staf akademik STIE Indonesia Banking School yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman terdekat penulis Deandra Amrita, Nabila Yasmin, Manda Sabrina, Rahadian Muara dan teman-teman lainnya yang membantu memberi dukungan dalam penulisan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kesalahan dan kekurangan di dalamnya. Sebab itu, penulis berharap adanya kritik, saran, dan usulan atas skripsi ini, agar skripsi ini lebih baik lagi. Maka dari itu, apabila banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini saya sebagai penulis memohon maaf sebesar-besarnya. Semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan saya ucapkan terima kasih atas pengertiannya.

Jakarta, 29 September 2023



(Putri Rizka Milenia Alifudin)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	Error!
Bookmark not defined.	
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI...Error! Bookmark not defined.i	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xvi
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Masalah	4
1.2.1 Variabel-Variabel yang Diteliti.....	4
1.2.2 Populasi atau Subjek Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Tujuan Penelitian.....	6
1.7 Manfaat Penelitian.....	6
1.7.1 Secara Teoritis	6
1.7.2 Secara Praktis.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS PENELITIAN	8
2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	8
2.1.1 Pengertian Sumber Daya Manusia	8
2.1.2 Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	9
2.1.3 Peran Manajemen Sumber Daya Manusia	10
2.2 Reputasi Perusahaan.....	11
2.2.1 Definisi dan Peran Reputasi Perusahaan.....	11
2.2.2 Dasar Reputasi	12
2.2.3 Indikator Reputasi Perusahaan.....	14
2.3 E-Recruitment	15
2.3.1 Definisi E-Recruitment	15
2.3.2 Fungsi dan Tujuan E-Recruitment	15
2.3.3 Indikator E-recruitment.....	16
2.4 Lingkungan Kerja.....	16
2.4.1 Definisi Lingkungan Kerja.....	16
2.4.2 Jenis-jenis dan Indikator Lingkungan Kerja	17
2.4.3 Manfaat Lingkungan Kerja	18
2.5 Minat Melamar Pekerjaan	19
2.5.1 Definisi Minat Melamar Pekerjaan	19
2.5.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi Minat Melamar Pekerjaan	20

2.5.3	Indikator Minat Melamar Pekerjaan	21
2.6	Penelitian Terdahulu.....	22
2.7	Kerangka Konseptual	28
2.7.1	Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan 28	
2.7.2	Pengaruh E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan	28
2.7.3	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan..	29
2.8	Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Objek Penelitian	32
3.2	Jenis dan Desain Penelitian	32
3.3	Populasi & Sampel	33
3.4	Variabel Operasional	34
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1	Sumber Data.....	35
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6	Skala Pengukuran dan Teknik Analisis Data	36
3.7	Teknik Analisis Data	37
3.7.1	Outer Model	38
3.7.2	Inner Model.....	40
3.8	Uji Hipotesis.....	40
3.8.1	Uji Nilai t	40
3.8.2	Uji nilai R ² (Koefisien Determinasi).....	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2	Profil Responden.....	44
4.2.1	Jenis Kelamin dan Angkatan Kuliah Responden.....	44
4.2.2	Domisili.....	45
4.2.3	Usia	46
4.2.4	Jurusan	47
4.2.5	Pendapatan dan Pengeluaran per bulan.....	48
4.2.6	Penentuan karir.....	50
4.3	Statistik Deskriptif.....	51
4.3.1	Minat Melamar.....	51
4.3.2	Reputasi Perusahaan.....	53
4.3.3	e-recruitment	56
4.3.4	Lingkungan Kerja.....	59
4.4	Uji Validitas dan Reabilitass	62
4.4.1	Uji Validitas	62
4.4.2	Uji Reliabilitas	63
4.5	Uji Model Keseluruhan	64
4.5.1	Mengevaluasi Model Pengukuran atau Outer Model.....	64
4.6	Pembahasan	68
4.6.1	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan....	68
4.6.2	Pengaruh E-Recruitment terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	69
4.6.3	Pengaruh Lingkungan kerja terhadap Minat Melamar Pekerjaan....	70

4.7.	Mengevaluasi Model struktural atau Inner Model.....	72
4.7.1	Uji t.....	72
4.7.2	Uji R square.....	73
4.9	Implikasi Manajerial.....	74
4.9.1	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar.....	74
4.9.2	Pengaruh e-recruitment terhadap Minat Melamar.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1	Bagi Pihak Terkait.....	82
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	83
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN.....		94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. Variabel Operasional.....	34
Tabel 3. Skala pengukuran likert	37
Tabel 4. Profil Responden.....	42
Tabel 5. Statistik Deskriptif Minat Melamar	51
Tabel 6. Hasil uji outer loadings	62
Tabel 7. Hasil uji AVE.....	63
Tabel 8. Hasil uji reliabilitas	63
Tabel 9. Hasil Construct Validity	64
Tabel 10. Hasil Convergent Validity	65
Tabel 11. Hasil Discriminant Validity	67
Tabel 12. Construct Reliability	68
Tabel 14. Pengujian Hipotesis	72
Tabel 13. Nilai R-square	74
Tabel 15. Deskriptif Reputasi Perusahaan	75
Tabel 16. Deskriptif e-recruitment.....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	30
Gambar 2. Responden berdasarkan Angkatan	44
Gambar 3. Responden berdasarkan Domisili.....	45
Gambar 4. Responden berdasarkan Usia	46
Gambar 5. Responden berdasarkan Jurusan.....	47
Gambar 6. Responden berdasarkan Pendapatan	49
Gambar 7. Responden berdasarkan Pengeluaran	49
Gambar 8. Responden berdasarkan Penentuan Minat Karir Mahasiswa	50
Gambar 9. Path Coefficient.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	94
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	101
Lampiran 3. Hasil Deskriptif Analisis	101
Lampiran 4. Hasil Outer Model	102
Lampiran 5. Hasil Inner Model.....	103



ABSTRACT

This research found that factors such as company reputation, e-recruitment, and work environment significantly influence the interest of college students to apply for jobs. The results of this research underline the importance of company efforts in building a good reputation, utilizing internet technology for the recruitment process, and creating a supportive work environment so that it can attract students to become part of the company. This research uses a quantitative approach with a questionnaire as the instrument used in data collection. The data was then analyzed using SMARTPLS. This research shows that company reputation and e-recruitment significantly influence interest in applying for jobs among IBS students in the Class of 2019 and 2020, while the work environment has a positive influence, but not significant. In the context of intense competition in the world of work, companies need to build a strong reputation and effectively use e-recruitment to attract prospective employees' interest. For students, it is important to understand better the work environment companies offer through their publications, including social media. Although this research provides valuable insight, other potential influences could still be researched in the future, such as compensation, rewards, and other factors that may influence students' job application intentions.

Keywords: Company Reputation, E-Recruitment, Work Environment, Job Interest

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa faktor-faktor seperti reputasi perusahaan, e-rekrutmen, dan lingkungan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa perguruan tinggi untuk melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya upaya perusahaan dalam membangun reputasi yang baik, memanfaatkan teknologi internet untuk proses rekrutmen, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, sehingga dapat menarik minat mahasiswa untuk menjadi bagian dari perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan SMARTPLS. Penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dan e-recruitment memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020, sedangkan lingkungan kerja memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan. Dalam konteks persaingan ketat di dunia kerja, perusahaan perlu membangun reputasi yang kuat dan memanfaatkan efektif e-rekrutmen untuk menarik minat calon karyawan. Bagi mahasiswa, penting untuk lebih memahami lingkungan kerja yang ditawarkan oleh perusahaan melalui publikasi mereka, termasuk media sosial. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan berharga, masih ada potensi pengaruh lain yang dapat diteliti di masa depan, seperti kompensasi, penghargaan, dan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat melamar kerja mahasiswa.

Keywords: Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Lingkungan Kerja, Minat Kerja

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mahasiswa adalah individu yang menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi. Pengertian mahasiswa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah siswa yang belajar pada Perguruan Tinggi (Depdiknas, 2012). Setelah menyelesaikan perguruan tinggi, mahasiswa akan dihadapkan dengan dunia kerja. Masa seperti ini dengan banyaknya pilihan, melamar pekerjaan merupakan hal yang tidak mudah. Hal ini menimbulkan kegelisahan tersendiri bagi sebagian besar mahasiswa yang baru saja selesai menempuh pendidikan di perguruan tinggi atau yang biasa disebut *fresh graduate*. Rata-rata mahasiswa belum siap untuk menghadapi dunia luar apalagi di masa-masa sulit seperti ini. Mayoritas mahasiswa mengatur berbagai hal yang berkaitan dengan perusahaan tempat mereka melamar pekerjaan, seperti reputasi perusahaan, proses rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan dan lingkungan kerja yang mendukungnya. Faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi kenyamanan mahasiswa dalam suatu perusahaan.

Menurut (Helm et al., 2011) Reputasi adalah persepsi yang menggambarkan perilaku umum organisasi dan hubungannya dengan pihak berkepentingan yang terbentuk dari waktu ke waktu. Orang yang memengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi baik internal

maupun eksternal disebut *Stakeholder*. Contoh *Stakeholder* internal seperti direktur, manajer, dan karyawan. *Stakeholder* eksternal seperti, konsumen, pemerintah, media, komunitas, dan masyarakat.

Perilaku melamar pekerjaan juga telah berubah sejak iklan pekerjaan pertama kali dipublikasikan melalui media tulis. Internet mempercepat pencarian calon pekerja. Beberapa bisnis telah menyadari dampak penggunaan internet dan mulai menggunakan situs media sosial untuk tujuan seperti komunikasi dan periklanan (Bradley dan McDonelad, 2011; Andrianto & Haryanto, 2010). Selain itu, penggunaan internet telah membuka kesempatan bagi perusahaan untuk berbagi informasi dan mengiklankan pekerjaan, terutama melalui situs media sosial (Nielsen dan Olafsen, 2013; Evrina & Wulansari, 2023). Di era digital saat ini, media sosial memainkan peran penting dalam pencarian pekerjaan. Menurut Kajanová et al. (2017) Bisnis menggunakan internet untuk menarik karyawan dengan kemampuan yang diinginkan (Suryani & John, 2019). E-rekrutmen adalah proses perekrutan karyawan melalui situs web bisnis atau perusahaan yang memberikan informasi tentang kesempatan kerja dan calon karyawan (Suryani & John, 2019). Namun, penggunaan internet tidak cukup untuk menarik perhatian calo karyawan. Sebanyak 74 persen bisnis percaya reputasi mereka dapat rusak dengan cepat, menurut penelitian milik (Hof, 2012).

Menurut (Arimbawa, 2014), Lingkungan kerja adalah lingkungan fisik dan non fisik yang dibutuhkan karyawan untuk

bekerja dalam suatu organisasi yang memengaruhi kemampuan karyawan untuk melaksanakan tugas dan wewenang yang diberikan. Lingkungan kerja yang kondusif dapat meningkatkan kinerja karyawan dan sebaliknya lingkungan kerja yang kurang kondusif dapat menyebabkan kinerja yang buruk.

Menurut (Barber, 1998) di dalam (Permadi & Netra, 2015) Minat melamar pekerjaan adalah proses tertarik untuk mendapatkan pekerjaan yang dimulai dengan serangkaian penelitian informasi tentang peluang kerja, mengidentifikasi pilihan pekerjaan, dan pengambilan keputusan oleh calon karyawan untuk mengidentifikasi perusahaan yang diinginkan. Minat lamaran adalah keinginan calon karyawan untuk bekerja di suatu perusahaan dengan tujuan mendapatkan pekerjaan yang baik, dengan mempertimbangkan aspek-aspek berbeda dari perusahaan tempat mereka melamar.

Alasan peneliti ingin meneliti judul ini karena persaingan yang ketat untuk masuk ke dunia kerja, mahasiswa sebagai calon karyawan perlu memiliki perencanaan yang matang untuk melamar pekerjaan dan didukung dengan gaji yang layak dan lingkungan kerja yang mendukung. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa”.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup masalah dalam penelitian ini meliputi variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian dan lokasi penelitian dengan penjabaran sebagai berikut:

1.2.1 Variabel-Variabel yang Diteliti

Variabel penelitian adalah sifat-sifat atau nilai-nilai orang, benda atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 (dua) variabel yaitu variabel independen yang sering disebut variabel bebas dan variabel dependen yang sering disebut variabel terikat. Dalam hal ini, tergantung pada judul penelitian yang diusulkan, peneliti mengidentifikasi variabel-variabel berikut:

1. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini dapat disimbolkan dengan variabel X. Peneliti menggunakan reputasi perusahaan sebagai (X1), *E-Recruitment* (X2) dan lingkungan kerja (X3). Faktor ini diduga dapat memengaruhi minat melamar pekerjaan.
2. Variabel Dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. disimbolkan dengan variabel Y. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah minat melamar pekerjaan.

1.2.2 Populasi atau Subjek Penelitian

Populasi adalah setiap orang atau objek yang menjadi pokok bahasan dan bahan penelitian. Subjek dalam penelitian ini melibatkan mahasiswa di perguruan tinggi dan memiliki pengalaman atau yang sudah pernah melakukan magang.

1.3 Identifikasi Masalah

Penelitian ini akan meneliti beberapa hal, yaitu:

1. Reputasi yang harus dimiliki oleh perusahaan.
2. *E-Recruitment* yang dilaksanakan oleh perusahaan.
3. Lingkungan kerja yang ada di perusahaan.
4. Minat melamar pekerjaan untuk mahasiswa.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah reputasi perusahaan memengaruhi minat melamar pekerjaan secara signifikan pada mahasiswa?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan *E-Recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan secara signifikan pada mahasiswa?
3. Apakah lingkungan kerja perusahaan memengaruhi minat melamar pekerjaan secara signifikan pada mahasiswa?

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada dalam penelitian ini hanya akan membatasi responden pada mahasiswa Indonesia Banking School Angkatan 2019 dan 2020. Peneliti akan membatasi mengenai reputasi dari perusahaan, *E-Recruitment* yang dilaksanakan, dan lingkungan kerja, serta minat melamar kerja.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa.
2. Untuk menguji pengaruh *E-Recruitment* yang dilaksanakan perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa.
3. Untuk menguji pengaruh lingkungan kerja perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa.

1.7 Manfaat Penelitian

1.7.1 Secara Teoritis

Diharapkan kedepannya penelitian ini dapat menjadi referensi baru bagi mahasiswa sehingga dapat mengembangkan pengetahuan yang komprehensif tentang manajemen sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan reputasi perusahaan, *e-recruitment*, lingkungan kerja dan minat terhadap suatu lamaran.

1.7.2 Secara Praktis

1.7.2.1 Bagi Instansi

Sebagai sumbangsih informasi yang dapat dijadikan acuan evaluasi pencatatan atau koreksi untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

1.7.2.2 Bagi Akademik

Menambah perbendaharaan keustakaan di STIE Indonesia Banking School dan memberikan manfaat kepada peneliti selanjutnya atau para pembaca.



BAB II

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

2.1.1 Pengertian Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian atas pengadaan tenaga kerja, pengembangan, kompensasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja dengan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran dan tujuan dari perusahaan.

Manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan manajerial yang melibatkan mempekerjakan, mengembangkan, mengevaluasi, dan memberi penghargaan kepada orang-orang sebagai anggota individu organisasi atau perusahaan. Manajemen sumber daya manusia juga mencakup perancangan sistem untuk perencanaan, penempatan staf, manajemen karier, penilaian kinerja, kompensasi karyawan, dan hubungan industrial. Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni tentang bagaimana secara efisien dan efektif mengelola orang (aset) dan fungsi SDM lainnya yang dimiliki oleh setiap individu dan merancang sistem formal dalam suatu organisasi atau bisnis dan mengelola bakat manusia untuk mencapai tujuan yang dapat dicapai sepenuhnya.

Manajemen sumber daya manusia adalah aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh setiap perusahaan guna memperoleh sumber daya manusia yang dapat digunakan secara efektif dan efisien untuk mencapai berbagai tujuan. Akibatnya, manajer perusahaan mana pun harus memperhatikan dengan saksama pentingnya manajemen sumber daya manusia. Hal ini, nantinya akan berpengaruh terhadap berlangsungnya kinerja suatu perusahaan.

2.1.2 Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Secara khusus, tujuan manajemen sumber daya manusia adalah untuk memastikan bahwa bisnis dapat mendapatkan dan mempertahankan karyawan yang produktif, dapat dipercaya, dan sangat termotivasi sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhan bisnis. Ada empat tujuan manajemen SDM, menurutnya. Tujuan sosial adalah tujuan manajemen SDM yang bertujuan untuk memastikan bahwa sebuah organisasi atau perusahaan dapat bertanggung jawab secara sosial dan etis terhadap kebutuhan-kebutuhan masyarakat sambil menghasilkan keuntungan bagi masyarakat dan mengurangi dampak buruk yang dapat terjadi pada masa mendatang.

Tujuan Organisasi adalah suatu tujuan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen sumber daya manusia benar-benar mempengaruhi kinerja perusahaan. Walaupun departemen sumber daya manusia secara formal dibuat untuk membantu manajer, manajer tetap bertanggung jawab atas kinerja seluruh karyawan. Tujuan fungsional, yang dimaksudkan untuk mempertahankan partisipasi

departemen sumber daya manusia pada jenjang yang telah disesuaikan dengan kebutuhan organisasi, diciptakan. Jika manajemen sumber daya manusia menilai karyawan lebih rendah dari kebutuhan atau kepentingan perusahaan, sumber daya manusia menjadi tidak bernilai.

Tujuan individu adalah tujuan yang bertujuan untuk membantu setiap anggota organisasi atau karyawan mencapai tujuan perusahaan. Tujuan ini harus dipertimbangkan saat menentukan apakah karyawan akan dipertahankan, dipensiunkan, atau dimotivasi. Jika tujuan pribadi tidak dilaksanakan atau dipertimbangkan, kinerja dan kepuasan karyawan akan terpengaruh, dan mereka dapat meninggalkan perusahaan.

2.1.3 Peran Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia tentunya memiliki peranan penting dalam perusahaan. Faktor yang diperhatikan dalam manajemen sumber daya manusia adalah manusianya itu sendiri. Saat ini banyak perusahaan yang menyadari bahwa sumber daya manusia itu adalah masalah yang paling penting dalam keberlangsungan perusahaan, karena melalui sumber daya manusia inilah yang menyebabkan sumber daya yang lain dalam suatu perusahaan dapat berfungsi dan berjalan dengan baik.

Peranan dari manajemen sumber daya manusia dalam menjalankan aspek sumber daya manusia sangat menentukan untuk terwujudnya tujuan perusahaan. Sehingga dalam kebijakan dan praktiknya dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.

Adanya kemajuan dalam beberapa bidang, seperti: dari segi ekonomi, budaya, pengetahuan, pendidikan, hukum, sosial, politik dan pembangunan sudah dapat dipastikan akan menimbulkan berbagai rintangan serta kendala yang beranekaragam. Dengan adanya berbagai rintangan dan kendala ini, maka peranan manajemen sumber daya manusia dirasa penting bagi perusahaan, sehingga mampu menyelesaikan berbagai masalah yang sedang dihadapi ataupun yang mungkin muncul di kemudian hari.

2.2 Reputasi Perusahaan

2.2.1 Definisi dan Peran Reputasi Perusahaan

Reputasi merupakan aset yang paling berharga bagi sebagian besar perusahaan, karena reputasi memegang peranan penting dalam menilai masa depan perusahaan, karena menawarkan potensi dan prospek masa depan yang lebih baik. Reputasi pada dasarnya adalah nama baik yang dinilai oleh pihak eksternal maupun (Mulia, 2021). Reputasi baik atau buruk perusahaan memengaruhi keputusan pihak yang berkepentingan untuk menahan atau melepaskan saham yang ditanamkan di perusahaan. Reputasi organisasi adalah daya tarik yang dihasilkan dari komunikasi identitas organisasi kepada pihak yang berkepentingan. Daya tarik ini dapat mendorong seseorang untuk merekomendasikan produk atau jasa organisasi atau membentuk ikatan dengan organisasi tersebut (Sugiono & Puspitasari, 2021).

Bagi sebuah bisnis, reputasi merupakan faktor yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis dan loyalitas pelanggan. Tidak ada perusahaan yang ingin reputasinya hancur di

mata pelanggannya. Reputasi yang baik dari suatu perusahaan harus dibangun dengan usaha yang besar, yang tentunya membutuhkan waktu, tenaga, pikiran dan uang. Selain itu, manajemen perusahaan harus mengikuti strategi komunikasi yang ditujukan untuk membangun citra atau reputasi perusahaan. Dengan perkembangan teknologi dan sistem informasi, perusahaan berkembang pesat, dan jika menerima berita buruk, itu dapat langsung merusak reputasi perusahaan. Dampaknya, kepercayaan dan kepercayaan publik terhadap perusahaan hilang, sulit untuk dipulihkan.

2.2.2 Dasar Reputasi

Reputasi dibentuk dari berbagai atribut, bahwa dasar dari reputasi adalah social responsibility, emotional appeal, financial performance, product and service, vision and leadership, dan workplace environment. Di samping itu, ada beberapa faktor lain yang juga menjadi dasar reputasi, sebagai berikut:

a. Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam membangun reputasi atau citra positif di mata publiknya. Tanpa komunikasi yang baik tidak mungkin membangun citra positif, menciptakan kepercayaan dan membangun hubungan yang baik dengan para stakeholder.

b. Sikap Profesional

Profesionalisme adalah cara kerja seseorang yang sangat didorong oleh sikap dan tidak hanya bergantung pada keterampilan

dan kemampuan. Profesionalisme juga dapat dijadikan sebagai ukuran dapat tidaknya seseorang melakukan pekerjaan dengan baik.

c. Kepercayaan Publik

Reputasi dapat dibangun dengan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan publik terhadap pelayanan atau janji yang dibuat. Dapat diyakini bahwa kepercayaan publik mampu menyadarkan publik tentang keputusan yang dibuat dan keberlanjutan hal-hal tertentu.

d. Inovasi Produk

Berinovasi untuk menciptakan produk atau jasa terbaru menunjukkan bahwa suatu perusahaan ingin maju dibidangnya dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat. Peran inovasi dalam mendorong kinerja bisnis mencakup semua aspek penting yang dapat menambah nilai daya saing bisnis.

e. Tanggung Jawab Sosial

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Melalui program CSR reputasi atau citra perusahaan bisa terdongkrak di mata publiknya. Adanya program tersebut, reputasi perusahaan lebih terjaga, serta akan membawa manfaat yang sangat besar bagi eksistensi dan keberlangsungan perusahaan.

f. Kualitas Layanan Konsumen

Kualitas pelayanan yang baik tidak didasarkan pada persepsi penyedia jasa/produk, tetapi pada persepsi konsumen. Karena konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati produk perusahaan. Untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen, pelaku usaha dapat mendirikan call center atau kotak saran untuk menerima kritik dan saran dari masyarakat. Kritik dan saran tersebut sangat bermanfaat untuk perbaikan dan perbaikan perusahaan itu sendiri.

g. Responsif terhadap Feedback Publik

Menanggapi masukan masyarakat merupakan komitmen perusahaan untuk peduli terhadap konsumen, baik memberikan pelayanan yang terbaik maupun menanggapi setiap keluhan konsumen. Respon adalah respon organisasi terhadap apa yang terjadi di lingkungan internal dan eksternal.

2.2.3 Indikator Reputasi Perusahaan

Beberapa indikator pada reputasi perusahaan (Fombrun, 1996), yaitu:

- a. Ketertarikan Emosi (Emotional Appeal)
- b. Produk dan Layanan (Product and Services)
- c. Lingkungan Kerja (Workplace Environment)
- d. Performa Finansial (Financial Performance)
- e. Visi dan Kepemimpinan (Vision and Leadership)
- f. Tanggungjawab Sosial (Social Responsibility)

2.3 E-Recruitment

2.3.1 Definisi E-Recruitment

Rekrutmen, menurut Bangun (2012), mengacu pada pemenuhan kebutuhan jumlah dan kualitas karyawan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. Dengan menggunakan rekrutmen online, informasi dapat dikirim jauh lebih cepat dan ke semua lapisan masyarakat, bahkan ke daerah terpencil yang jauh dari perusahaan. Jenis rekrutmen yang disebut sebagai E-Recruitment adalah ketika bisnis menggunakan internet untuk menambah karyawan dan menarik karyawan yang memiliki kemampuan dan keterampilan yang diinginkan perusahaan. Pada era modern, perusahaan menggunakan E-Recruitment, situs web online, untuk merekrut calon karyawan dan menempatkan mereka di bidangnya Mangkunegara (2015). Semua orang hidup di era digital saat ini, di mana mereka selalu membawa perangkat elektronik dan menggunakan sosial media untuk berinteraksi satu sama lain. Hal ini meningkatkan minat calon karyawan dalam melamar pekerjaan sekaligus membuat informasi tentang lowongan pekerjaan dapat diakses dengan mudah bagi mereka yang membutuhkan pekerjaan.

2.3.2 Fungsi dan Tujuan E-Recruitment

Perekrutan, menurut Mondy (2008), adalah proses menarik orang pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang cukup, dan dengan persyaratan yang layak untuk melamar pekerjaan di perusahaan. Dengan perekrutan online, istilah "waktu yang tepat" tidak berubah. Dengan metode perekrutan konvensional, ini bisa berarti sebulan atau

dua bulan, tetapi dengan perekrutan online, ini bisa berarti seminggu, sehari, atau bahkan lebih singkat. Dalam E-Recruitment ini, perusahaan menggunakan situs web perusahaan mereka, organisasi, dan iklan untuk memberi tahu orang tentang lowongan pekerjaan yang tersedia secara online. Kesimpulannya, E-Recruitment adalah informasi lowongan pekerjaan yang dikemas dalam bentuk iklan atau komersial yang berguna bagi perusahaan untuk merekrut karyawan secara online dan mendapatkan pekerja yang mereka butuhkan.

2.3.3 Indikator *E-recruitment*

Davis (1989) menyatakan bahwa derajat penerimaan teknologi diukur melalui dua indikator, yaitu:

- a. Perceived of Usefullness, berkaitan dengan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerjanya.
- b. Perceived of ease, berkaitan dengan sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan teknologi adalah mudah.

2.4 Lingkungan Kerja

2.4.1 Definisi Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar karyawan yang dapat memengaruhi kepuasan kerja karyawan dalam bekerja untuk mencapai hasil kerja yang maksimal, sedangkan lingkungan kerja adalah ruang kerja yang membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. mereka mereka untuk meningkatkan kinerja karyawan perusahaan.

Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang mengelilingi karyawan dan dapat memengaruhi mereka dalam pelaksanaan tugas yang diberikan kepadanya (Sofyan, 2013). Oleh karena itu, Lingkungan kerja di perusahaan merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Meskipun lingkungan kerja tidak melakukan proses produksi di perusahaan, namun lingkungan kerja secara langsung memengaruhi karyawan yang melakukan proses produksi. Lingkungan kerja yang berpusat pada karyawan dapat meningkatkan kinerja. Di sisi lain, lingkungan kerja yang kurang memadai dapat menurunkan efisiensi dan pada akhirnya menurunkan motivasi kerja karyawan.

2.4.2 Jenis-jenis dan Indikator Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja terdiri atas dua jenis. Pertama, lingkungan kerja yang menyangkut segi fisik adalah segala sesuatu yang menyangkut segi fisik dalam lingkungan kerja. Kedua, lingkungan kerja yang menyangkut segi psikis adalah lingkungan kerja yang tidak dapat ditangkap dengan panca indra (Suwondo & Sutanto, 2015).

a. Lingkungan kerja fisik.

Lingkungan kerja yang berhubungan langsung dengan karyawan, seperti: lemari, kursi, dan meja. Lingkungan umum yang dapat memengaruhi kondisi manusia, seperti Misalnya: suhu, kelembaban, kebisingan, pencahayaan, dan warna.

b. Lingkungan kerja non fisik

Lingkungan kerja non fisik adalah situasi yang berkaitan dengan hubungan kerja dengan atasan, rekan kerja dan bawahan. Prasyarat terciptanya lingkungan kekeluargaan, pengendalian diri dan komunikasi yang baik Untuk mencapai tujuan bersama, manajemen harus menciptakan lingkungan dan suasana kerja yang membangkitkan rasa kebersamaan. Manajemen kantor juga harus mampu mendorong kreativitas karyawan. Kondisi seperti ini seharusnya menimbulkan kegairahan atau semangat untuk mempersatukan instansi-instansi untuk mencapai tujuan.

Sedarmayanti (2018) menyatakan indikator-indikator dari variabel lingkungan kerja, sebagai berikut:

- a. Perhatian dan dukungan pimpinan.

Sejauh mana karyawan merasakan bahwa pimpinan sering memberikan penghargaan dan perhatian serta menghargai mereka.

- b. Kerjasama antar kelompok.

Sejauh mana karyawan merasakan adanya kerjasama yang baik diantara kelompok yang ada.

- c. Kelancaran komunikasi

Sejauh mana karyawan merasakan adanya komunikasi yang baik, terbuka dan lancar baik antar rekan kerja maupun pimpinan.

2.4.3 Manfaat Lingkungan Kerja

Manfaat lingkungan kerja dapat menciptakan gairah kerja sehingga prestasi dan produktivitas karyawan dapat meningkat. dapat diselesaikan dengan tepat waktu sesuai dengan standar kerja

perusahaan dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Menurut (Hermawan & Rahadi, 2021) Manfaat lingkungan kerja adalah menciptakan insentif kerja, sehingga produktivitas kerja meningkat. Melakukan pekerjaan yang baik adalah salah satu manfaat bekerja dengan orang-orang yang termotivasi. Artinya pekerjaan dapat dilakukan tepat waktu dan normal.

2.5 Minat Melamar Pekerjaan

2.5.1 Definisi Minat Melamar Pekerjaan

Minat adalah ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang berkaitan dengan pribadi dan sikap mereka sendiri. Perasaan senang dan positif terhadap sesuatu yang diminati biasanya merupakan awal dari cinta. Menurut Marwansyah (Permadi & Netra, 2015) calon karyawan juga menilai informasi dari sumber perekrutan secara pribadi. Secara umum, dua jenis sumber rekrutmen adalah internal dan eksternal.

Seseorang dapat mengartikan kerja sebagai pengeluaran tenaga terhadap kegiatan yang dibutuhkan oleh seseorang untuk mencapai tujuannya atau sebagai profesi yang sengaja dilakukan untuk mendapatkan penghasilan.

Menurut (Cannaby, 2018) dalam (Shalahuddin et al., 2022) minat melamar pekerjaan merupakan suatu keinginan dalam diri individu atas ketertarikan terhadap suatu pekerjaan dengan menunjukkan suatu upaya mencari informasi lowongan pekerjaan dari beberapa perusahaan untuk pengambilan keputusan agar mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Minat mencari kerja dapat diartikan

sebagai suatu kecenderungan yang menetap pada individu yang merasa senang dan tertarik dengan aktivitas fisik, psikologis, intelektual, dan sosial yang dilakukannya untuk memperoleh kepuasan, status, imbalan, dan lain-lain. Ekonomi, keuangan dan tujuan hidup dan menyatukan orang-orang dalam individu dan masyarakat.

2.5.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Yuwono (2001), beberapa faktor utama yang memengaruhi minat seseorang terhadap pekerjaan mereka adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi kerja yang menyenangkan di tempat kerja yang didukung oleh kerja sama profesional dan saling membantu dapat meningkatkan produktivitas.
- b. Sistem Pendukung: Untuk memastikan hasil produksi yang optimal, fasilitas kendaraan, perlengkapan kerja yang tepat, kenaikan pangkat, dan promosi di tempat kerja, pekerja memerlukan sistem pendukung yang memadai.
- c. Kepribadian Pekerja: Semangat pekerja, visi, kebanggaan, dan sikap terhadap pekerjaan termasuk dalam kepribadian pekerja. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling penting ketika seseorang mempertimbangkan untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan adalah kondisi kerja. Perasaan baik atau kepuasan terhadap citra perusahaan dan kepercayaan

terhadap perusahaan dapat menyebabkan kerangka kerja yang menyenangkan. Kesamaan visi dan misi antara perusahaan dan karyawan serta lingkungan kerja yang baik dan mendukung dapat mendorong kolaborasi profesional.

2.5.3 Indikator Minat Melamar Pekerjaan

Menurut (Barber, 1998), terdapat beberapa tanda tertarik melamar pekerjaan, yaitu:

- a. Kebutuhan akan pekerjaan: Calon karyawan terfokus pada pekerjaan karena perlu untuk menghasilkan uang untuk memenuhi kebutuhan mereka.
- b. Pencarian informasi pekerjaan: Calon karyawan mencari informasi tentang lowongan pekerjaan yang disediakan oleh perusahaan.
- c. Penentuan pilihan pekerjaan: Calon karyawan mulai mempertimbangkan berbagai perusahaan dan memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.
- d. Pembuatan keputusan: Calon karyawan menetapkan keputusan mengenai perusahaan yang akan dilamar berdasarkan minat dan bakat yang dimiliki

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Gap Penelitian
1	(Nur'aini & Dharmawan, 2017)	Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT.Sinar Mas Land Tbk Tangerang	Variabel Independen: Lingkungan kerja Kompetensi Variabel Dependen: Kinerja Karyawan	Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kedua variabel (lingkungan kerja dan kompetensi) yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan pada PT. Sinar Mas Land Tbk Tangerang. Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa kedua variabel yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam persamaan regresi.	Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terdapat pada salah satu variabel independen yaitu lingkungan kerja. Perbedaannya adalah pada variabel independen (kompetensi) dan variabel dependen (kinerja karyawan).
2	(Shalahuddin et al., 2022)	Peran Kompensasi dan <i>E-Recruitment</i> : Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial	Variabel Independen: Kompensasi <i>E-Recruitment</i> Variabel Dependen: Minat Melamar Pekerjaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap minat pencarian kerja dan <i>e-recruitment</i> juga berpengaruh positif terhadap minat pencarian kerja.	Persamaannya terdapat pada variabel independen <i>E-Recruitment</i> dan variabel dependen minat melamar pekerjaan

3	(Lestary & Harmon, 2017)	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan	Variabel Independen: Lingkungan Kerja Variabel Dependen: Kinerja Karyawan	Hasil penelitian didapatkan bahwa lingkungan kerja dengan kinerja karyawan Bagian Detail Manufacturing PT Dirgantara Indonesia (Persero) memiliki hubungan yang cukup positif, dengan skor 0,438, dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.	Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terdapat pada salah satu variabel independen yaitu lingkungan kerja. Perbedaannya adalah pada variabel dependen yaitu kinerja karyawan
4	(Permadi & Netra, 2015)	Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana	Variabel Independen: Reputasi Perusahaan Lingkungan Kerja Variabel Dependen: Minat Melamar Pekerjaan	Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda pada penelitian ini (hasil uji t) dinyatakan bahwa variabel reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah terdapat pada variabel independen (reputasi perusahaan dan lingkungan kerja) dan variabel dependen (minat melamar kerja).
5	(Sumardana et al., 2016)	Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan.	Variabel Independen: Reputasi Perusahaan Deskripsi Pekerjaan Kompensasi Variabel Dependen: Minat Melamar Kerja	Hasil penelitian ini adalah ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan dengan variabel yang paling dominan adalah deskripsi pekerjaan.	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang reputasi perusahaan dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah, penelitian dari universitas udayana ini tidak meneliti tentang lingkungan pekerjaan, melainkan meneliti mengenai deskripsi pekerjaan sebagai variabel penelitiannya

6	(Kumar & Ibrahim, 2021)	Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa pada PT Bank Syariah Indonesia	Variabel Independen: Reputasi Perusahaan Deskripsi Pekerjaan Kompensasi Variabel Dependen: Minat Melamar Kerja	Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi dan remunerasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa, sedangkan variabel job description berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa.	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang reputasi perusahaan dan minat melamar pekerjaan. Teknik penentuan penelitian ini sama-sama menggunakan <i>purposive sampling</i> . Perbedaan penelitian ini adalah penelitian dari Rafi Kumar ini tidak meneliti tentang lingkungan pekerjaan, melainkan meneliti mengenai deskripsi pekerjaan sebagai variabel penelitiannya
7	(Arimbawa, 2014)	Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Jatim Selatan Malang	Variabel Independen: Lingkungan Kerja Variabel Dependen: Kinerja Karyawan	Pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh variabel lingkungan kerja fisik dan lingkungan kerja non fisik terhadap kinerja karyawan adalah signifikan. Pada saat yang sama, lingkungan kerja fisik dan lingkungan kerja non fisik masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada subtes tersebut. Sedangkan variabel independen yang berpengaruh lebih kuat terhadap kinerja pegawai adalah lingkungan kerja non fisik dengan koefisien beta standar sebesar 0,489 yang	Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan jurnal "Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Jatim Selatan Malang" yang mana menggunakan variabel independen yang sama yaitu Lingkungan Kerja

				melebihi lingkungan kerja fisik sebesar 0,339	
8	(Hermawan & Rahadi, 2021)	Analisa Lingkungan Kerja dan Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Motivasi: Studi Literatur	Variabel Independen: Lingkungan Kerja Peningkatan Kinerja Karyawan Variabel Dependen: Motivasi Peningkatan Kinerja Karyawan	Demi meningkatkan kinerja karyawan saat menjalankan tugas-tugas secara optimal, maka langkah yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan lebih memperhatikan keadaan lingkungan kerja karyawan dan memberikan motivasi kerja yang efektif agar karyawan dapat tujuan utama perusahaan atau organisasi dapat tercapai.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis ada pada variabel independent yaitu lingkungan kerja.
9	(Rahmawanti, 2014)	Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)	Variabel Independen: Lingkungan Kerja Peningkatan Kinerja Karyawan Variabel Dependen: Kinerja Karyawan	Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara parsial lingkungan kerja fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan dan lingkungan kerja non fisik juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Hasil uji simultan menunjukkan lingkungan kerja fisik dan lingkungan kerja non fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.	Terdapat persamaan pada variabel lingkungan kerja yang ada pada variabel independent sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel dependen kinerja karyawan
10	(Fridantara, 2018)	Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan <i>E-Recruitment</i> terhadap Keinginan Melamar	Variabel Independen: Daya Tarik Perusahaan <i>E-Recruitment</i> Karyawan Variabel Dependen:	Perusahaan untuk menerapkan strategi untuk mampu menarik calon karyawan generasi Y dan menjadikan perusahaan sebagai	Terdapat persamaan pada variabel <i>E-Recruitment</i> dan variabel dependen minat melamar pekerjaan sedangkan

		Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi	Keinginan melamar pekerjaan	pilihan utama untuk melamar. Reputasi perusahaan juga berpengaruh pada keinginan seseorang untuk melamar di suatu perusahaan. Selain itu sifat alami Generasi Y dalam penggunaan internet harus dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai sarana menyebarkan informasi mengenai keuntungan dan proses seleksi melalui e-rekrutment. Dengan demikian perlu dilakukan penelitian tentang peranan daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan dan e-rekrutment dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan terutama calon karyawan yang merupakan generasi Y. Sepanjang pengetahuan peneliti, penelitian tersebut belum pernah dilakukan di Yogyakarta, dengan demikian penelitian tersebut layak untuk dilakukan	perbedaannya terdapat pada variabel independen daya tarik perusahaan
11	(Handi & Safitri, 2023)	Pengaruh Reputasi Perusahaan, <i>E-Recruitment</i> , Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi	Variabel Independen: Reputasi Perusahaan Variabel Dependen: Minat Melamar Pekerjaan	Hasil penelitian berdasarkan perhitungan SPSS dinyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, <i>e-recruitment</i> berpengaruh positif dan signifikan serta kompensasi	Terdapat persamaan pada variabel Reputasi Perusahaan dan <i>E-Recruitment</i> di variabel independen dan variabel dependen Minat Melamar Kerja sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen kompensasi

				tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar kerja di kabupaten Bekasi	
12	(Widianti & Murti, 2022)	Pengaruh <i>Employer Attractiveness</i> dan <i>Corporate Reputation</i> terhadap intensi melamar kerja talenta digital generasi z pada startup <i>unicorn</i> Indonesia	Variabel Independen: Reputasi Perusahaan Variabel Dependen: Minat Melamar Kerja	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>employer attractiveness</i> dan <i>corporate reputation</i> berpengaruh signifikan terhadap intensi melamar kerja talenta digital generasi Z.	Terdapat persamaan pada variabel Reputasi dan variabel dependen minat melamar pekerjaan sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen <i>Employer Attractiveness</i>
13	(Marginingsih & Setiawan, 2021)	<i>Employer Branding Towards the Intention to Apply for a Job Through Company Reputation as Mediation Variable</i>	Variabel Independen: <i>Employer Branding</i> Variabel Dependen: <i>Company Reputation</i>	<i>Employer Branding</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Company Reputation</i> dan <i>Employer Branding</i> berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan	Terdapat persamaan pada variabel independen <i>Intention to Apply for a Job</i> dan variabel dependen <i>Company Reputation</i> sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen <i>Employer Branding</i>

Sumber: Data diolah penulis (2023)

2.7 Kerangka Konseptual

2.7.1 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sumardana et al., 2016) yang menyatakan bahwa variabel reputasi perusahaan, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Sumardana et al., 2016) menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. M. Rafi (Kumar & Ibrahim, 2021) memaparkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa.

H01 = Tidak ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap terhadap minat melamarpekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

Ha1 = Ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap terhadap minat melamarpekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

2.7.2 Pengaruh E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

E-Recruitment merupakan proses perekrutan yang dilakukan perusahaan untuk mencari calon karyawan yang memiliki keterampilan yang sesuai dengan kriteria perusahaan melalui Internet (Allden & Harris, 2013). Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi mempunyai dampak langsung terhadap keputusan dalam menggunakan aplikasi berbasis teknologi khusus (Budhijana, 2022).

Adapun hipotesis yang dirumuskan adalah:

H02= Tidak ada pengaruh E-Recruitment terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

Ha2= Ada pengaruh E-Recruitment terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

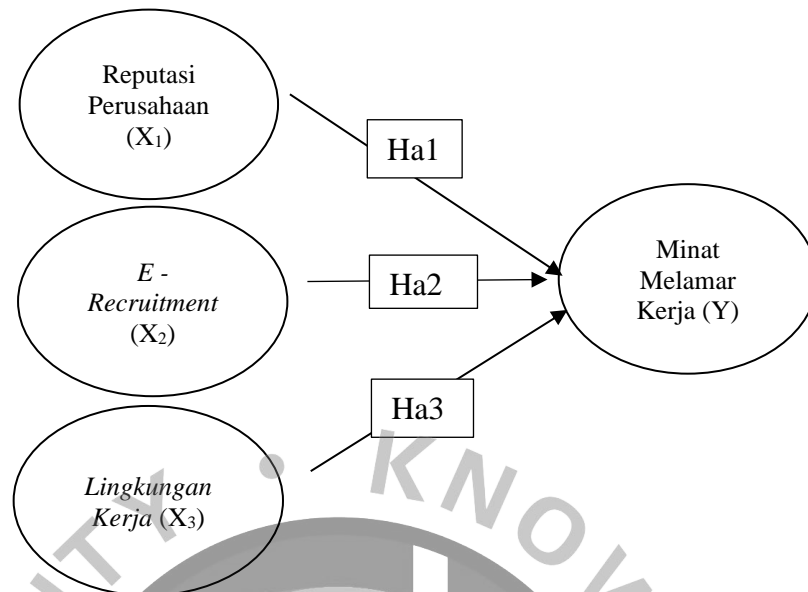
2.7.3 Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Hasil penelitian dari (Nur'aini & Dharmawan, 2017) menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat mencari kerja. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawanti, 2014) juga memaparkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar kerja. Hasil penelitian yang dilakukan (Rahmawanti, 2014) menyatakan bahwa variabel reputasi perusahaan, E-Recruitment yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

H03= Tidak ada pengaruh lingkungan kerja terhadap terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

Ha3= Ada pengaruh lingkungan kerja terhadap terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

2.8 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Gambar 2.1 di atas merupakan penelitian modifikasi model yang diambil dari penelitian terdahulu. Penelitian tersebut diteliti dengan maksud untuk memperoleh hasil apakah reputasi perusahaan, *E-Recruitment*, dan lingkungan kerja, memiliki pengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

H01 = Tidak ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

Ha1 = Ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

H02 = Tidak ada pengaruh *E-Recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi.

Ha2 = Ada pengaruh *E-Recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

H03= Tidak ada pengaruh lingkungan kerja terhadap terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi

Ha3= Ada pengaruh lingkungan kerja terhadap terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa perguruan tinggi



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dari penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di DKI Jakarta dan sudah melakukan magang. Adapun kriteria dari objek penelitian ini adalah mahasiswa Indonesia Banking School Angkatan 2019 dan 2020.

3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Menurut penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat digunakan untuk membuat suatu teori yang dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan suatu fenomena. Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah kausalitas, yaitu hubungan sebab akibat yang disebabkan oleh variabel bebas yaitu: (X1) Reputasi perusahaan, (X2) E-Recruitment, (X3) Lingkungan kerja berdasarkan variabel dependen (Y) Minat mencari pekerjaan.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis kegiatan penelitian yang tujuannya sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga membuat rencana penelitian dan kaitannya dengan tujuan penelitian, topik penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data dan metodologi data.

3.3 Populasi & Sampel

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari: objek/subyek yang memiliki ciri dan sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Indonesia Banking School yang sudah melakukan magang dengan jumlah Angkatan 2019 sebanyak 104 mahasiswa dan 2020 sebanyak 102 mahasiswa sehingga total populasi dari penelitian ini adalah 206 mahasiswa.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dikarenakan metode ini memiliki tujuan spesifik dengan maksud untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi. Hair et al. (2010) pada mengungkapkan bahwa jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah indikator yang dipergunakan dalam penelitian. Sampel penelitian dalam penelitian ini berjumlah 80 sesuai dengan pengambilan jumlah sampel. Rumus pengambilan sampel menurut Hair et al. (2010) adalah sebagai berikut:

$$N = (5 \text{ s/d } 20) \times K$$

Dimana:

N = jumlah sampel

K = indikator penelitian yang akan digunakan

5 - 20 = jumlah observer menurut Hair et. Al (2010)

Pada penelitian ini, jumlah sampel yang akan digunakan yakni:

$$N = 5 \times 14 = 60$$

3.4 Variabel Operasional

Penelitian ini menggunakan variabel reputasi perusahaan (X1), *E-Recruitment* (X2) dan lingkungan kerja (X3) sebagai variabel independen dan minat melamar pekerjaan (Y) sebagai variabel dependen.

Tabel 3.1 Variabel Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1	Minat Melamar	Proses ketertarikan untuk bergabung dengan suatu perusahaan yang diawali dengan mengumpulkan informasi tentang perusahaan tersebut, kemudian dilanjutkan dengan mempelajari tentang lowongan pekerjaan, dan diakhiri dengan mengirimkan lamaran kerja ke perusahaan yang dituju (Barber, 1998).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan akan pekerjaan 2. Pencarian informasi pekerjaan 3. Penentuan pilihan pekerjaan 4. Pembuatan keputusan (Barber, 1998).
2	Reputasi Perusahaan	Perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, atau pun pelayanan yang mereka dapatkan, reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka (Fombrun, 1996).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya Tarik perusahaan 2. Produk dan layanan 3. Visi dan kepemimpinan 4. Tanggung jawab lingkungan dan sosial 5. Kinerja keuangan (Fombrun, 1996)
3	<i>E-recruitment</i>	Penggunaan internet untuk menarik karyawan yang potensial ke dalam suatu organisasi, termasuk di dalamnya adalah penggunaan dari situs perusahaan itu sendiri, organisasi dan penggunaan papan pengumuman lowongan pekerjaan komersial secara online (Purnomo, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived of Usefulness</i> 2. <i>Perceived of Ease</i> (Davis, 1989)

4	Lingkungan Kerja	Keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya di mana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok (Sedarmayanti, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian dan Dukungan Pimpinan 2. Kerjasama Antar Kelompok 3. Kelancaran Komunikasi (Sedarmayanti, 2018)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data. Berdasarkan sumber survei, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder, yaitu:

- a. Data primer adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di tempat oleh peneliti atau orang yang membutuhkannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Contoh: Data survei (data diperoleh melalui kuesioner), data survei, data observasi, dll.
- b. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti dari sumber yang ada. Informasi ini biasanya berasal dari perpustakaan atau laporan penelitian sebelumnya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana peneliti membuat kuesioner yang dibagikan kepada beberapa responden yang dijadikan sampel untuk tujuan tertentu guna memperoleh informasi guna memecahkan masalah yang dibahas.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (survei). Menurut (Sugiyono, 2007) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dibagikan langsung kepada responden atau dikirim melalui surat atau melalui Internet. Kuesioner paling banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif karena jika dilakukan secara intensif dan hati-hati memiliki kelebihan dibandingkan dengan instrumen penelitian lainnya.

3.6 Skala Pengukuran dan Teknik Analisis Data

Skala alat ukur merupakan konvensi yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang pendek antar alat ukur sehingga pada saat menggunakan alat ukur diperoleh informasi kuantitatif pada saat pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, yang akan disebut variabel penelitian di masa yang akan datang. Variabel yang diukur dengan skala Likert diubah menjadi indikator variabel. Indikator-indikator tersebut kemudian digunakan sebagai titik awal untuk pengembangan elemen instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki respon skala dari sangat positif hingga sangat negatif.

Skala likert yang digunakan adalah skala likert 6 poin, karena penelitian terdahulu yang menggunakan skala Likert 6 poin memiliki kecenderungan diskriminasi dan reliabilitas yang lebih tinggi daripada skala Likert 5 poin (Chomeya, 2010). Skala likert 6 poin ini akan memberikan kemudahan bagi responden untuk memilih jawaban dan tidak memberikan nilai tengah atau *zero point*.

Peneliti menggunakan tanggapan berikut dalam penelitian mereka sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	6
S	Setuju	5
AS	Agak Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah penulis (2023)

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis statistik untuk menganalisis data, statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik inferensial meliputi statistik parametrik dan statistik non-parametrik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data dengan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang dirancang untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau mengilustrasikan data yang dikumpulkan secara alami, tanpa membuat generalisasi atau kesimpulan. Tujuan analisis deskriptif adalah untuk membuat gambaran sistematis tentang informasi faktual dan ringkas tentang fakta dan hubungan antara fenomena yang

dipelajari. Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian statistik ini menggunakan SEM PLS (Partial Least Square). Analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.7.1 *Outer Model*

Menurut Abdillah (2015), Outer Model adalah model pengukuran yang menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Outer Model merupakan Pengujian Validitas dan Reabilitas suatu data.

3.7.1.1 Uji Validitas

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian harus valid. Yang penting disini adalah kemampuan untuk menunjukkan sejauh mana meter mampu mengukur apa yang sedang diukur (cocok sebagai meteran untuk keperluan penelitian).

Instrumen Valid artinya instrumen pengukuran yang dipakai untuk mengumpulkan data adalah valid. Instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur (Mauludi, 2016). Uji Validitas adalah sejauh mana perbedaan skor skala mencerminkan perbedaan nyata antara karakteristik objek yang diukur. Menurut Hair et al., (2010) Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *Average Extracted Variance (AVE)* dari variabel dan *outer loadings* dari setiap indikator masing-masing variabel. Indikator dan variabel dikatakan valid apabila memiliki nilai AVE lebih dari sama dengan 0,5 dan *outer loadings* lebih dari sama dengan 0,7. Namun apabila nilai *outer loadings* diantara 0,4 – 0,7 peneliti dapat mempertimbangkan untuk

mengelminasi indikator jika menambah nilai AVE atau *composite Reability*. Sedangkan *outer loadings* <0,4 maka peneliti dapat mengelminasi indikator tersebut.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Selain sebuah kuesioner harus valid, kusioner juga harus reliable yaitu ditandai dengan akurasi yang tinggi. Keandalan adalah indikator (rasio) seberapa besar Anda dapat mempercayai atau mengandalkan meteran. Mengukur reliabilitas instrumen dengan Menggunakan dua pengukuran untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, menjadikan alat ini dapat diandalkan. (Mauludi, 2016).

Uji reliabilitas mengacu pada sejauh mana data yang dikumpulkan mendapatkan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran berulang kali. Dengan melakukan uji reliabilitas, peneliti akan mendapatkan informasi apakah jawaban dari responden dapat dipercaya. Tingkat reliabilitas setiap indikator dari variabel diukur dengan melihat nilai *Cronbach's alpha* dan dinyatakan halal, konsisten, dan relevan jika nilai cronbach alpha sama atau lebih besar dari 0,6

Kriteria uji reliabilitas dapat dikatakan baik jika memiliki Cronbach's alpha > 0,60. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable

- a. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable
- b. Nilai alpha cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable

- c. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
- d. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

3.7.2 Inner Model

Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diuji secara langsung (Ghozali, 2016a). Pada uji model struktural/inner model menggunakan bantuan prosedur Bootstrapping dan Blindfolding dalam Smart PLS. Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. Ada beberapa uji struktural yaitu:

3.7.2.1 R Square

Menurut Ghozali (2016), Koefisien determinasi atau adjusted R^2 , mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen, nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu, makin kecil nilai R^2 , makin rendah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen, maka lebih terbatas, sedangkan bila nilai R^2 mendekati satu, variabel bebas dapat menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Nilai t

Menurut Ghozali (2016), Uji-t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen sendiri menjelaskan variasi variabel dependen. Dengan hipotesis:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H1:\beta_1 \leq 0$$

$$H2:\beta_2 > 0$$

$$H3:\beta_3 \leq 0$$

Pada penelitian ini, probabilitas t dibandingkan dengan tingkat signifikansi yaitu $\alpha = 0.05$, dengan kriteria:

Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka H_0 tidak dapat ditolak, yang berarti variabel independen secara individu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai probabilitas < 0.05 , maka H_0 ditolak, yang berarti variabel independen secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.2 Uji nilai R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi atau adjusted R^2 , mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen, nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu, makin kecil nilai R^2 , makin rendah kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabilitas variabel dependen adalah yang paling terbatas, sedangkan ketika R^2 mendekati satu, variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016b)

H_0 : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen ($R^2 = 0$).

H_a : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen ($0 < R^2 \leq 1$).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Objek yang digunakan adalah mahasiswa Indonesia Banking School yang berasal dari Angkatan 2019 dan 2020 dari jurusan Manajemen, Akuntansi, dan Manajemen Keuangan dan Perbankan Syariah. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai objek penelitian ini:

Tabel 4.1 Profil Responden

No.	Pengukuran	Nilai	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	40	42%
		Perempuan	56	58%
2.	Angkatan	2020	47	49%
		2019	49	51%
3.	Domisili	Bekasi	10	10%
		Bogor	10	10%
		Depok	11	11%
		Tangerang	20	21%
		Jakarta	46	48%
4.	Usia	20	8	8%
		23	12	13%
		21	30	31%
		22	46	48%
5.	Jurusan	Manajemen Keu. & P. Syar.	30	31%
		Akuntansi	33	34%
		Manajemen	34	35%
6.	Pendapatan/b	< Rp1.000.000	7	7%
		Rp1.000.000 – Rp2.000.000	20	21%
		Rp3.000.000 – Rp4.000.000	20	21%
		Rp2.000.000 – Rp3.000.000	24	25%
		> Rp4.000.000	24	25%
7.	Pengeluaran/b	> Rp4.000.000	2	2%
		Rp3.000.000 – Rp4.000.000	10	10%
		< Rp1.000.000	18	19%
		Rp2.000.000 – Rp3.000.000	20	21%
		Rp1.000.000 – Rp2.000.000	45	47%
8.	Pengalaman magang	Tidak ada	42	44%
		Ada	54	56%
9.	Penentuan karir	Belum	10	10%

	Sudah	86	90%
--	-------	----	-----

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Tabel deskriptif di atas memberikan gambaran yang detail mengenai sekelompok responden dalam penelitian ini. Pertama, terkait dengan jenis kelamin, dapat dilihat bahwa distribusi antara laki-laki (42%) dan perempuan (58%) cukup seimbang. Kemudian, dari segi angkatan, responden terbagi hampir secara merata antara angkatan 2020 (49%) dan angkatan 2019 (51%). Dalam hal domisili, responden berasal dari berbagai wilayah, dengan mayoritas dari Jakarta (48%), diikuti oleh Tangerang (21%), dan persentase yang lebih rendah dari Bekasi, Bogor, dan Depok.

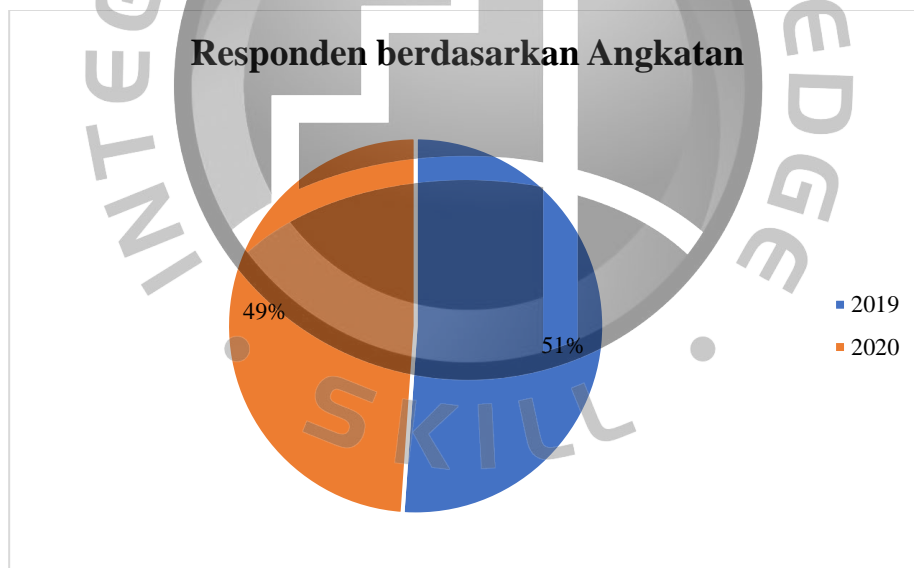
Selanjutnya, dalam hal usia, kelompok umur 22 tahun (48%) mendominasi, dengan persentase yang lebih kecil pada kelompok umur 21, 23, dan 20 tahun. Jurusan yang paling banyak diwakili adalah Manajemen (35%), diikuti oleh Akuntansi (34%) dan Manajemen Keuangan & Perbankan Syariah (31%). Terkait dengan pendapatan bulanan, mayoritas responden memiliki pendapatan antara Rp2.000.000 hingga Rp4.000.000 (25%), diikuti oleh pendapatan di atas Rp4.000.000 (25%). Pengeluaran bulanan mayoritas responden adalah antara Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000 (47%), sementara sebagian kecil memiliki pengeluaran di atas Rp4.000.000 (2%). Mengenai pengalaman magang, sebagian besar responden (56%) memiliki pengalaman magang sebelumnya. Terakhir, dalam hal penentuan karir, mayoritas responden (90%) sudah menentukan jalur

karir mereka, sementara sisanya masih dalam tahap pertimbangan (10%).

4.2 Profil Responden

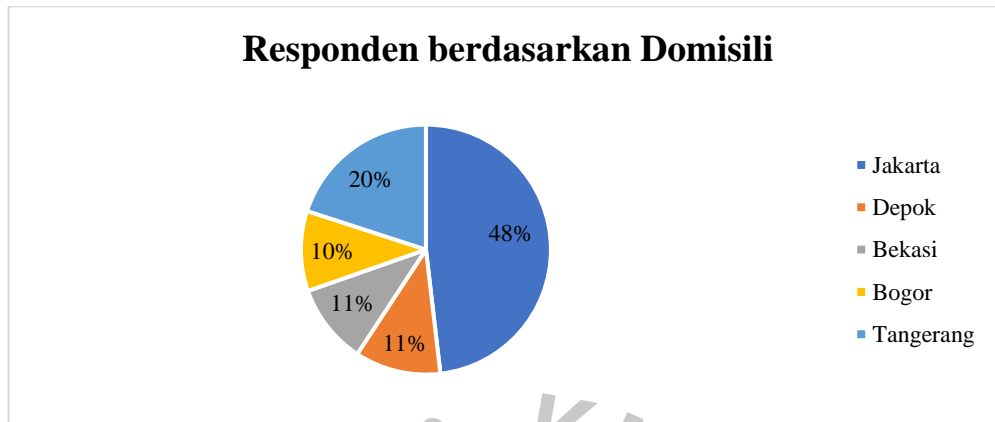
4.2.1 Jenis Kelamin dan Angkatan Kuliah Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner penelitian yang telah dilakukan, angket penelitian ini telah diisi oleh 56 responden perempuan dan 40 responden laki-laki dengan proporsi pembagian Angkatan untuk tahun 2019 sebanyak 49 mahasiswa dan Angkatan 2020 sebanyak 47 mahasiswa. Hal ini menunjukkan pembagian mahasiswa terdistribusi rata.



Gambar 4.1 Responden berdasarkan Angkatan

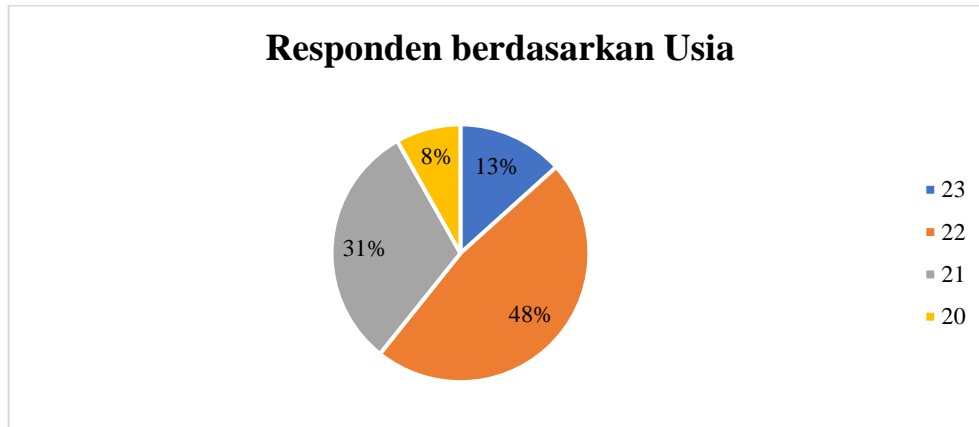
4.2.2 Domisili



Gambar 4.2 Responden berdasarkan Domisili

Berdasarkan data yang telah didapatkan, maka mayoritas responden dari penelitian ini berasal dari Jakarta dengan daerah lain disekitarnya seperti Tangerang, Depok, Bekasi, dan Bogor. Mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari wilayah Jakarta, dengan sebagian kecil dari daerah sekitarnya seperti Tangerang, Depok, Bekasi, dan Bogor. Hal ini mencerminkan sebaran geografis responden yang lebih terfokus pada wilayah ibu kota dan sekitarnya. Hasil penelitian ini lebih representatif untuk konteks DKI Jakarta dan sekitarnya.

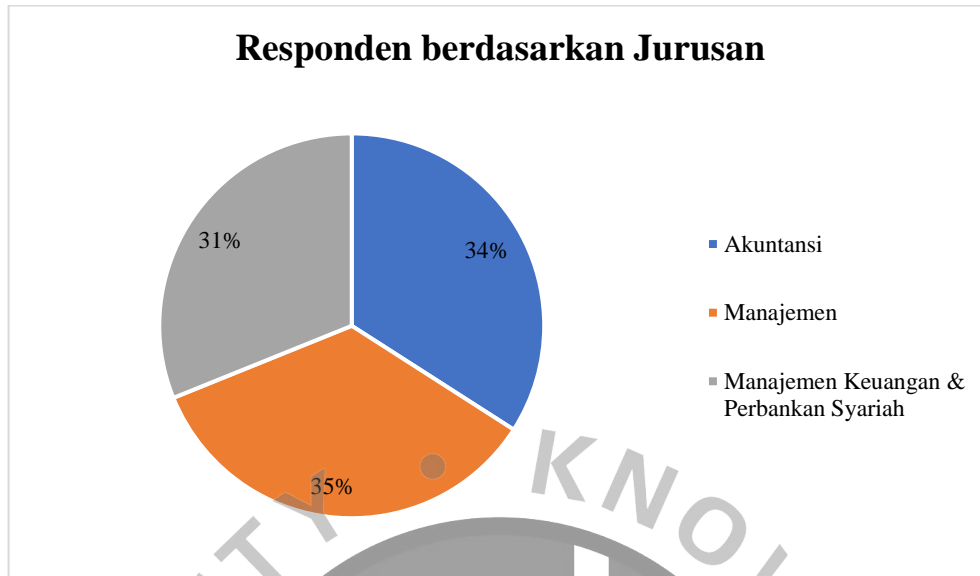
4.2.3 Usia



Gambar 4.3 Responden berdasarkan Usia

Pengisian kuesioner yang telah disebar juga diisi oleh beragam mahasiswa dengan usia yang berbeda dengan mulai dari 23 tahun hingga 20 tahun dengan Sebagian besar responden berusia 22 tahun yang merupakan Angkatan 2019. Pengisian kuesioner oleh beragam mahasiswa dengan rentang usia yang berbeda, mulai dari 20 hingga 23 tahun, menunjukkan keragaman usia dalam sampel penelitian ini. Sebagian besar responden berusia 22 tahun, yang merupakan angkatan 2019. Implikasinya adalah hasil penelitian ini dapat mencerminkan perspektif dan preferensi mahasiswa dengan keragaman usia, tetapi perlu diperhatikan bahwa mayoritas responden berasal dari angkatan 2019.

4.2.4 Jurusan



Gambar 4.4 Responden berdasarkan Jurusan

Pengisian angket penelitian oleh mahasiswa yang berasal dari tiga jurusan yang berbeda, yaitu Akuntansi, Manajemen, dan Manajemen Keuangan dan Perbankan Syariah, dengan distribusi responden yang merata, memberikan keragaman perspektif dari berbagai latar belakang akademik. Dalam penelitian ini, terdapat 33 responden dari jurusan Akuntansi, 34 dari jurusan Manajemen, dan 30 dari jurusan Manajemen Keuangan dan Perbankan Syariah. Implikasinya adalah hasil penelitian ini dapat mencerminkan pandangan dan kecenderungan mahasiswa dari berbagai jurusan. Hal ini memberikan keragaman dalam pemahaman dan preferensi mahasiswa terkait minat melamar pekerjaan.

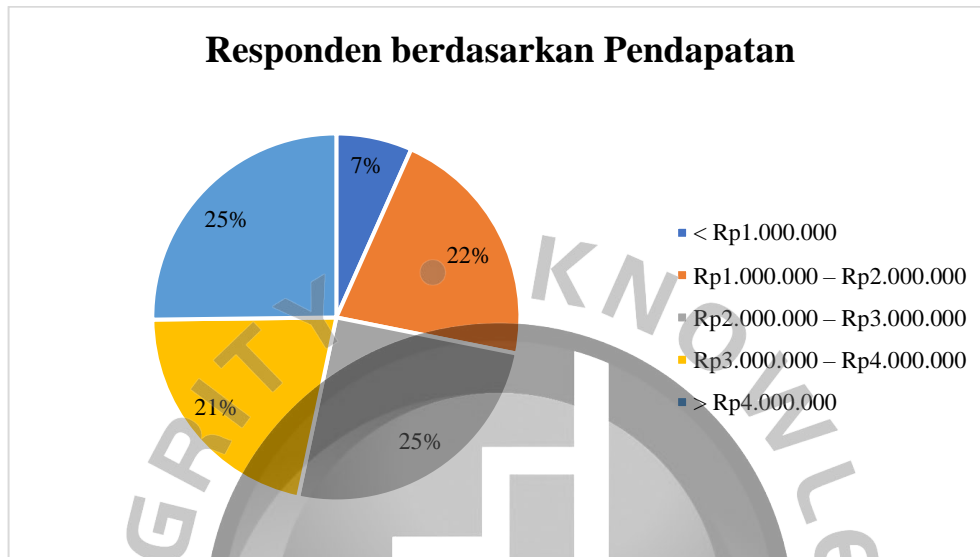
4.2.5 Pendapatan dan Pengeluaran per bulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diketahui mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000; dengan mayoritas pengeluaran sebesar Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000.

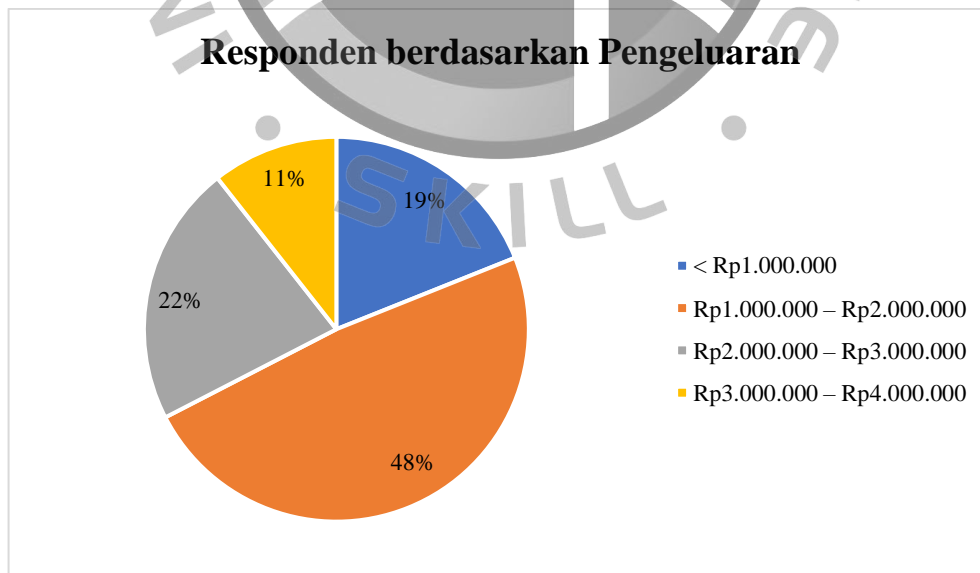
Berdasarkan data yang mengindikasikan mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000 karena responden berasal dari mahasiswa yang sudah melakukan magang dan mendapatkan pendapatan dari magang. Mayoritas pengeluaran sebesar Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000, terdapat beberapa implikasi yang dapat diperoleh. Pertama, mayoritas responden memiliki pendapatan dan pengeluaran dalam kisaran yang relatif serupa. Hal ini dapat menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengaturan keuangan yang seimbang dan mungkin tidak terlalu cenderung mengalami kesulitan keuangan yang signifikan.

Data ini menunjukkan bahwa calon karyawan dengan pendapatan dalam kisaran tersebut mungkin lebih memilih perusahaan yang menawarkan kompensasi yang sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Dengan kata lain, perusahaan yang menawarkan gaji yang lebih tinggi atau manfaat tambahan mungkin lebih menarik bagi responden dalam hal pencarian pekerjaan. Oleh karena itu, bagi perusahaan, pemahaman tentang profil keuangan calon karyawan

dapat membantu dalam menentukan penawaran kompensasi yang lebih sesuai dan bersaing di pasar tenaga kerja.

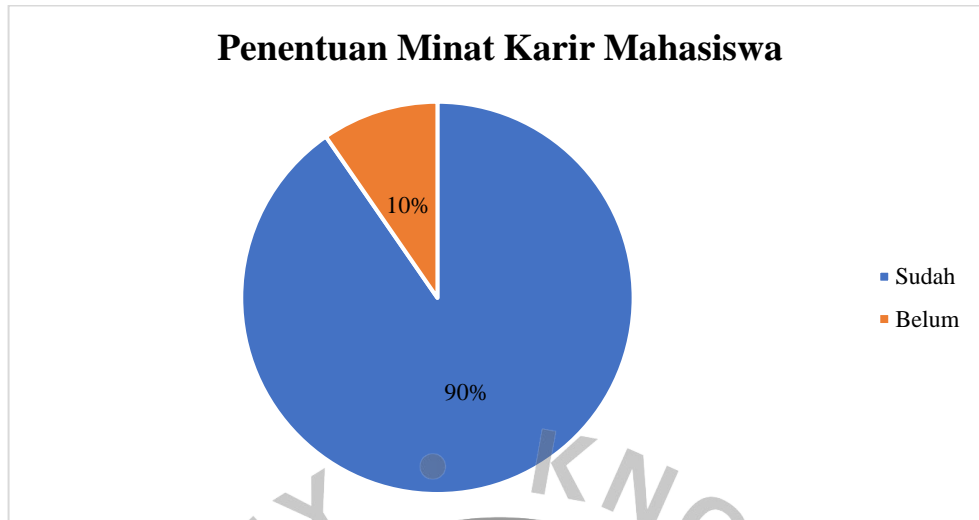


Gambar 4.5 Responden berdasarkan Pendapatan



Gambar 4.5 Responden berdasarkan Pengeluaran

4.2.6 Penentuan karir



Gambar 4.6 Responden berdasarkan Penentuan Minat Karir Mahasiswa

Data lain yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebanyak 86 responden telah memiliki penentuan karir mereka. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ada penelitian ini telah memahami dan mengetahui faktor apa saja yang dipertimbangkan dalam minat melamar mengingat seluruh responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah melaksanakan magang di berbagai perusahaan dan industri.

4.3 Statistik Deskriptif

4.3.1 Minat Melamar

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Minat Melamar

Ind.	Pernyataan	Min.	Max.	Mean	Std. Deviasi	Total Mean
M2	Saya mendapatkan informasi pekerjaan dari berbagai sumber dengan mudah	2	6	5.207	0.811	5.336
M3	Saya melamar pekerjaan tersebut sesuai dengan kemampuan yang saya miliki	2	6	5.259	0.782	
M4	Saya harus memutuskan beberapa perusahaan yang menjadi tujuan utama saya melamar pekerjaan	2	6	5.422	0.717	
M1	Saya memiliki harapan yang besar untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut untuk meningkatkan perekonomian saya	2	6	5.459	0.710	

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, nilai minimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 2 atau tidak setuju dan nilai maksimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 6 atau sangat setuju. Nilai mean terkecil sebesar 5.207 ada pada pernyataan M2 yaitu ‘*Saya mendapatkan informasi pekerjaan dari berbagai sumber dengan mudah*’, sedangkan nilai mean terbesar sebesar 5.49 ada pada pernyataan M1 yaitu ‘*Saya memiliki harapan yang besar untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut untuk meningkatkan perekonomian saya*’.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dua indikator yang berada di bawah nilai rata-rata hasil adalah indikator Pencarian informasi pekerjaan dan Penentuan pilihan pekerjaan. Kondisi ini bisa

disebabkan oleh masih rendahnya pengetahuan terkait pencarian informasi pekerjaan dan kemampuan penentuan pilihan pekerjaan pada mahasiswa. Kebanyakan mahasiswa belum memahami betul kemana mereka akan menentukan karir kedepannya. Kondisi ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Nurlela & Surtiyoni, 2019) yang menyatakan bahwa kebanyakan mahasiswa mengalami ketidakmatangan dalam merencanakan karir, yang berdampak pada tidak siapnya mahasiswa untuk memasuki dunia kerja dan belum adanya kesiapan mahasiswa untuk menghadapi peluang, tantangan, serta konsekuensi yang ada terkait memilih karir dan minat bekerja di masa yang akan datang.

Tabel 4.3 Persentase Respon Minat Melamar

Ind.	Pernyataan	STS	TS	KS	AS	S	SS
M1	Saya memiliki harapan yang besar untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut untuk meningkatkan perekonomian saya	0%	1%	1%	6%	20%	56%
M2	Saya mendapatkan informasi pekerjaan dari berbagai sumber dengan mudah	0%	1%	1%	18%	22%	42%
M3	Saya melamar pekerjaan tersebut sesuai dengan kemampuan yang saya miliki	0%	1%	2%	10%	29%	42%
M4	Saya harus memutuskan beberapa perusahaan yang menjadi tujuan utama saya melamar pekerjaan	0%	1%	1%	7%	24%	53%

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, tidak ada satu pun jawaban responden yang *sangat tidak setuju* pada tiap butir pertanyaan positif yang diberikan. Hampir tiap responden memberikan respon pada nilai *setuju* dan *sangat setuju* pada tiap butir pernyataan; dengan nilai

tertinggi ada pada pernyataan '*Saya memiliki harapan yang besar untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut untuk meningkatkan perekonomian saya*' dengan 56% responden menjawab sangat setuju.

Kebanyakan responden merasa mudah mendapatkan informasi pekerjaan dari berbagai sumber, merasa lamaran mereka sesuai dengan kemampuan, dan memiliki harapan besar untuk bekerja di perusahaan yang mereka lamar. Banyak dari mereka juga mempertimbangkan beberapa perusahaan sebagai tujuan utama lamaran pekerjaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa proses melamar pekerjaan di kalangan responden berjalan dengan percaya diri dan aspirasi kuat untuk kesuksesan di dunia kerja, yang dapat berguna dalam merancang strategi perekrutan yang lebih efektif.

4.3.2 Reputasi Perusahaan

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan

Ind.	Pernyataan	Min.	Max.	Mean	Std. Deviasi	Total Mean
R2	Perusahaan tempat saya akan melamar menghasilkan produk dan layanan yang terbaik diantara kompetitornya	3	6	5.296	0.764	5.374
R7	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki rekam jejak profit yang baik	2	6	5.319	0.807	
R1	Perusahaan tempat saya akan melamar membuat saya kagum	2	6	5.363	0.779	
R3	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki struktur manajerial kepemimpinan yang baik	3	6	5.370	0.666	
R5	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik	3	6	5.422	0.696	

R6	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki prospek yang kuat dimasa yang akan datang	2	6	5.422	0.685
R4	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki visi misi yang jelas	2	6	5.430	0.758

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, nilai minimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 2 atau tidak setuju dan nilai maksimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 6 atau sangat setuju. Nilai mean terkecil sebesar 5.296 ada pada pernyataan R2 yaitu *'Perusahaan tempat saya akan melamar menghasilkan produk dan layanan yang terbaik diantara kompetitornya'*, sedangkan nilai mean terbesar sebesar 5.430 ada pada pernyataan R4 yaitu *'Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki visi misi yang jelas'*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka ditemukan bahwa terdapat empat indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata. Indikator tersebut adalah yang berkaitan dengan daya Tarik perusahaan, Produk dan layanan, Visi dan kepemimpinan, serta Kinerja keuangan. Kondisi ini sangat memungkinkan terjadi dimana kebanyakan mahasiswa yang merupakan generasi Z tidak lagi menjadikan beberapa indikator tersebut sebagai faktor penentu minat melamar di sebuah institusi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Abdurrahman, 2023), Employer branding merupakan salah satu faktor penting yang turut dipertimbangkan oleh pelamar dari generasi Z dalam melamar pekerjaan. Employer branding dirancang menjadi

branding eksternal dan internal yang memiliki tujuan untuk menarik kandidat yang mempunyai kemampuan potensial yang di targetkan untuk gabung ke dalam perusahaan. Mahasiswa yang berasal dari generasi Z cenderung tidak lagi menjadikan profil perusahaan yang berkaitan dengan produk dan layanan, Visi dan kepemimpinan, serta Kinerja keuangan sebagai tolak ukur penentuan minat melamar mereka.

Tabel 4.5 Persentase Respon Reputasi Perusahaan

Ind.	Pernyataan	STS	TS	KS	AS	S	SS
R1	Perusahaan tempat saya akan melamar membuat saya kagum	0%	1%	1%	12%	20%	52%
R2	Perusahaan tempat saya akan melamar menghasilkan produk dan layanan yang terbaik diantara kompetitornya	0%	0%	4%	7%	32%	44%
R3	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki struktur manajerial kepemimpinan yang baik	0%	0%	1%	8%	27%	47%
R4	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki visi misi yang jelas	0%	1%	1%	7%	21%	56%
R5	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik	0%	0%	1%	7%	24%	53%
R6	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki prospek yang kuat dimasa yang akan datang	0%	1%	0%	7%	26%	51%
R7	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki rekam jejak profit yang baik	0%	1%	4%	6%	25%	47%

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, tidak ada satu pun jawaban responden yang *sangat tidak setuju* pada tiap butir pertanyaan positif yang diberikan. Hampir tiap responden memberikan respon pada nilai

setuju dan *sangat setuju* pada tiap butir pernyataan; dengan nilai tertinggi ada pada pernyataan '*Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki visi misi yang jelas*' dengan 56% responden menjawab sangat setuju.

Kebanyakan calon pelamar memiliki harapan yang tinggi terhadap perusahaan yang mereka inginkan untuk bekerja. Mereka menganggap perusahaan tersebut sebagai tempat yang menghasilkan produk dan layanan terbaik, memiliki rekam jejak profit yang baik, memiliki struktur manajerial kepemimpinan yang baik, kinerja sosial dan lingkungan yang baik, prospek yang kuat di masa depan, serta memiliki visi misi yang jelas. Ini bisa menjadi indikasi bahwa perusahaan-perusahaan tersebut memiliki reputasi yang kuat dan menarik minat calon pelamar dengan baik.

4.3.3 *e-recruitment*

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif *e-recruitment*

Ind.	Pernyataan	Min.	Max.	Mean	Std. Deviasi	Total Mean
E2	Instruksi yang diberikan di situs <i>e-recruitment</i> sangat jelas dan mudah dipahami	2	6	5.393	0.670	5.459
E4	Penggunaan situs <i>e-recruitment</i> akan mempermudah saya untuk mencari pekerjaan yang saya inginkan	2	6	5.452	0.620	
E1	Penggunaan situs <i>e-recruitment</i> akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya	2	6	5.489	0.645	
E3	Penggunaan situs <i>e-recruitment</i> akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya	2	6	5.504	0.645	

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, nilai minimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 2 atau tidak setuju dan nilai maksimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 6 atau sangat setuju. Nilai mean terkecil sebesar 5.393 ada pada pernyataan E2 yaitu '*Instruksi yang diberikan di situs e-recruitment sangat jelas dan mudah dipahami*', sedangkan nilai mean terbesar sebesar 5.504 ada pada pernyataan R4 yaitu '*Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya*'.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, indikator Perceived of Usefulness memiliki nilai mean di bawah mean rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa Instruksi yang diberikan di situs e-recruitment belum memberikan nilai kejelasan dan dapat dipahami oleh pelamar dengan baik. Menurut (Handi & Safitri, 2023), secara khusus, pencari kerja memiliki keinginan untuk melamar pekerjaan melalui internet. Perilaku pencari kerja yang mengunjungi situs web ingin terus mengunjungi untuk mencari pekerjaan, dengan harapan pengguna situs web di masa mendatang dapat memperoleh peluang, dan berniat untuk terus menggunakan pendekatan rekrutmen online untuk menemukan pekerjaan yang sesuai.

Namun, Penerapan e-recruitment yang dilakukan di Indonesia ternyata belum semaksimal di luar negeri. Ada beberapa permasalahan yang sering terjadi ketika proses rekrutmen online ini diantaranya, website mengalami gangguan teknis, keterbatasan akses, tingkat

keamanan website serta masih banyaknya penipuan (Hardiansyah et al., 2023); kondisi inilah yang menjadikan kebanyakan responden masih belum menerima kebermanfaatan dan kebergunaan e-recruitment secara sepenuhnya.

Tabel 4.7 Persentase Respon *e-recruitment*

Ind.	Pernyataan	STS	TS	KS	AS	S	SS
E1	Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya	0%	1%	0%	4%	26%	55%
E2	Instruksi yang diberikan di situs e-recruitment sangat jelas dan mudah dipahami	0%	1%	0%	6%	31%	47%
E3	Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya	0%	1%	0%	4%	20%	56%
E4	Penggunaan situs e-recruitment akan mempermudah saya untuk mencari pekerjaan yang saya inginkan	0%	1%	0%	2%	29%	50%

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, tidak ada satu pun jawaban responden yang *sangat tidak setuju* pada tiap butir pertanyaan positif yang diberikan. Hampir tiap responden memberikan respon pada nilai *setuju* dan *sangat setuju* pada tiap butir pernyataan; dengan nilai tertinggi ada pada pernyataan '*Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya* dengan 56% responden menjawab sangat setuju.

Kebanyakan responden sebagai calon pelamar melihat situs *e-recruitment* sebagai alat yang efektif dan efisien dalam mencari pekerjaan. Mereka merasa bahwa instruksi yang diberikan di situs tersebut jelas dan mudah dipahami, dan penggunaan situs tersebut

akan mempermudah dan mempercepat pencarian pekerjaan mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa situs *e-recruitment* yang baik, dengan instruksi yang jelas dan proses yang efisien, dapat meningkatkan minat calon pelamar untuk menggunakan platform tersebut.

4.3.4 Lingkungan Kerja

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Lingkungan Kerja

Ind.	Pernyataan	Min.	Max.	Mean	Std. Deviasi	Total Mean
L1	Hubungan dengan atasan akan membantu dalam menyelesaikan pekerjaan	2	6	5.252	0.770	5.418
L4	Adanya struktur bagian disetiap departemen akan memudahkan untuk berkomunikasi walau tidak secara langsung dengan atasan	2	6	5.378	0.711	
L2	Atasan yang memberikan perhatian dan dukungan akan mendukung kinerja karyawan	2	6	5.467	0.700	
L5	Fasilitas yang lengkap dan memadai akan mendorong komunikasi yang lebih baik lagi	2	6	5.489	0.690	
L3	Kerjasama yang baik dengan rekan kerja meningkatkan kinerja pekerjaan	2	6	5.504	0.668	

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, nilai minimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 2 atau tidak setuju dan nilai maksimal pada tiap pernyataan adalah sebesar 6 atau sangat setuju. Nilai mean terkecil sebesar 5.504 ada pada pernyataan L3 yaitu '*Kerjasama yang baik dengan rekan kerja meningkatkan kinerja pekerjaan*', sedangkan nilai mean terbesar sebesar 5.252 ada pada pernyataan L1 yaitu '*Hubungan dengan atasan akan membantu dalam menyelesaikan pekerjaan*'.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Perhatian dan Dukungan Pimpinan serta Kelancaran Komunikasi menjadi indikator dengan nilai mean di bawah rata-rata mean keseluruhan. Kondisi ini bisa terjadi karena karakteristik dari mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini cukup berbeda. Kebanyakan mahasiswa yang berasal dari generasi Z sangat mementingkan interaksi dan hubungan dengan manusia, namun dalam konteks pekerjaan hubungan dengan atasan bukan satu-satunya yang dapat mendukung mereka menyelesaikan pekerjaan. Hubungan dengan rekan/*peer* juga menjadi faktor kuat yang dapat memberikan pertimbangan melamar disebuah perusahaan (Komalasari et al., 2022).

Kondisi ini juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Anna, 2021) yang menyatakan bahwa generasi Z akan berfokus pada manusia termasuk mempertimbangkan faktor perbedaan generasi yang dipimpin. Mereka memiliki opini bahwa saat ini manusia dipandang sebagai aset penting perusahaan (*human capital*) yang memiliki potensi layak dikembangkan, bukan lagi sebagai mesin yang menunggu diperintah di zaman revolusi industri terdahulu; sehingga komunikasi dua arah sangatlah penting dalam lingkungan kerja tidak hanya lagi komunikasi satu arah dan bersifat vertikal. Kebanyakan dari generasi Z lebih menyukai iklim lingkungan kerja yang terbuka dan tidak memberikan birokrasi yang berbelit-belit.

Tabel 4.9 Persentase Respon Lingkungan Kerja

Ind.	Pernyataan	STS	TS	KS	AS	S	SS
L1	Hubungan dengan atasan akan membantu dalam menyelesaikan pekerjaan	0%	1%	1%	11%	31%	41%
L2	Atasan yang memberikan perhatian dan dukungan akan mendukung kinerja karyawan	0%	1%	1%	5%	25%	56%
L3	Kerjasama yang baik dengan rekan kerja meningkatkan kinerja pekerjaan	0%	1%	0%	5%	21%	58%
L4	Adanya struktur bagian disetiap departemen akan memudahkan untuk berkomunikasi walau tidak secara langsung dengan atasan	0%	1%	0%	9%	27%	49%
L5	Fasilitas yang lengkap dan memadai akan mendorong komunikasi yang lebih baik lagi	0%	1%	0%	7%	24%	58%

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, tidak ada satu pun jawaban responden yang *sangat tidak setuju* pada tiap butir pertanyaan positif yang diberikan. Hampir tiap responden memberikan respon pada nilai *setuju* dan *sangat setuju* pada tiap butir pernyataan; dengan nilai tertinggi ada pada pernyataan '*Kerjasama yang baik dengan rekan kerja meningkatkan kinerja pekerjaan*' dan '*Fasilitas yang lengkap dan memadai akan mendorong komunikasi yang lebih baik lagi*' dengan 58% responden menjawab sangat setuju.

Kebanyakan mahasiswa sebagai calon karyawan menganggap penting hubungan yang baik dengan atasan, struktur departemen yang jelas, perhatian dan dukungan dari atasan, fasilitas yang lengkap, dan kerjasama yang baik dengan rekan kerja dalam meningkatkan kinerja mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang ingin menarik

calon karyawan berkualitas perlu memastikan adanya lingkungan kerja yang mendukung, dengan atasan yang memperhatikan, struktur yang memudahkan komunikasi, dan fasilitas yang memadai.

4.4 Uji Validitas dan Reabilitass

4.4.1 Uji Validitas

Pengukuran validitas dapat dilihat melalui analisis faktor pada hasil *pre-test* yakni sebanyak 30 responden untuk melihat nilai outer loadings. Software yang digunakan untuk menganalisis outer loadings ini adalah menggunakan SmartPLS versi 3.

Berikut merupakan hasil uji validitas tiap butir pertanyaan penelitian:

Tabel 4.10 Hasil uji *outer loadings*

	Minat Melamar	Reputasi Perusahaan	E-recruitment	Lingkungan Kerja
M1	0.767			
M2	0.727			
M3	0.735			
M4	0.748			
R1		0.717		
R2		0.732		
R3		0.740		
R4		0.704		
R5		0.704		
R6		0.733		
R7		0.708		
E1			0.703	
E2			0.728	
E3			0.792	
E4			0.782	
L1				0.718
L2				0.720
L3				0.793
L4				0.715
L5				0.711

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Nilai *outer loading* pada tabel diatas menunjukkan adanya *discriminant validity* yang baik karena nilai korelasi di tiap indikator terhadap konstruknya memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengannilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Berdasarkan data yang didapatkan, tiap variabel memiliki nilai AVE di atas 0,5 sehingga bisa digunakan seluruhnya dalam *main test*.

Tabel 4.11 Hasil uji AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Minat	0.666
Reputasi perusahaan	0.701
e-recruitment	0.750
Lingkungan kerja	0.747

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dan reliabilitas pada indikator dari pernyataan-pernyataan dalam setiap kuesioner terhadap variabelnya. Uji reliabilitas dapat dilihat melalui nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability yakni diatas 0,70. Jika hasil cronbach's alpha dan Composite Reliability diatas 0,70, maka indikator dalam pernyataan di kuesioner dinyatakan reliable, konsisten dan relevan terhadap variabel. Berikut merupakan hasil reliabilitas indikator penelitian:

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Minat	0.840	0.888
Reputasi perusahaan	0.929	0.942
e-recruitment	0.887	0.923
Lingkungan kerja	0.914	0.936

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga berdasarkan pernyataan Hair et al. (2010) dapat dikatakan pertanyaan dan indikator yang digunakan pada tiap variabel penelitian dapat digunakan pada *main test*.

Hasil Composite Reliability menunjukkan bahwa konstruk "Minat" memiliki nilai sebesar 0.888, konstruk "Reputasi Perusahaan" memiliki nilai sebesar 0.942, konstruk "E-Recruitment" memiliki nilai sebesar 0.923, dan konstruk "Lingkungan Kerja" memiliki nilai sebesar 0.936. Semua nilai Composite Reliability tersebut berada pada kisaran yang dapat dianggap sangat baik, menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang bersangkutan dalam penelitian ini.

4.5 Uji Model Keseluruhan

4.5.1 Mengevaluasi Model Pengukuran atau *Outer Model*

4.5.1.1 Construct Validity

Uji validitas konvergen pada PLS dapat dinilai melalui *outer loadings* dengan menggunakan parameter *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu konstruk dapat dikatakan valid jika variabel skor loading diatas 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) diatas 0,5 (Ghozali & Latan, 2020). Berikut merupakan hasil output korelasi antar indikator dengan konstraknya:

Tabel 4.13 Hasil Construct Validity

Variabel	Butir Pertanyaan	Outer Loadings	Kesimpulan
----------	------------------	----------------	------------

Minat Melamar	M1	0.767	Valid
	M2	0.727	Valid
	M3	0.735	Valid
	M4	0.748	Valid
Reputasi Perusahaan	R1	0.717	Valid
	R2	0.732	Valid
	R3	0.740	Valid
	R4	0.704	Valid
	R5	0.704	Valid
	R6	0.733	Valid
	R7	0.708	Valid
e-recruitment	E1	0.703	Valid
	E2	0.728	Valid
	E3	0.792	Valid
	E4	0.782	Valid
Lingkungan kerja	L1	0.718	Valid
	L2	0.720	Valid
	L3	0.793	Valid
	L4	0.715	Valid
	L5	0.711	Valid

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

4.5.1.2 Convergent Validity

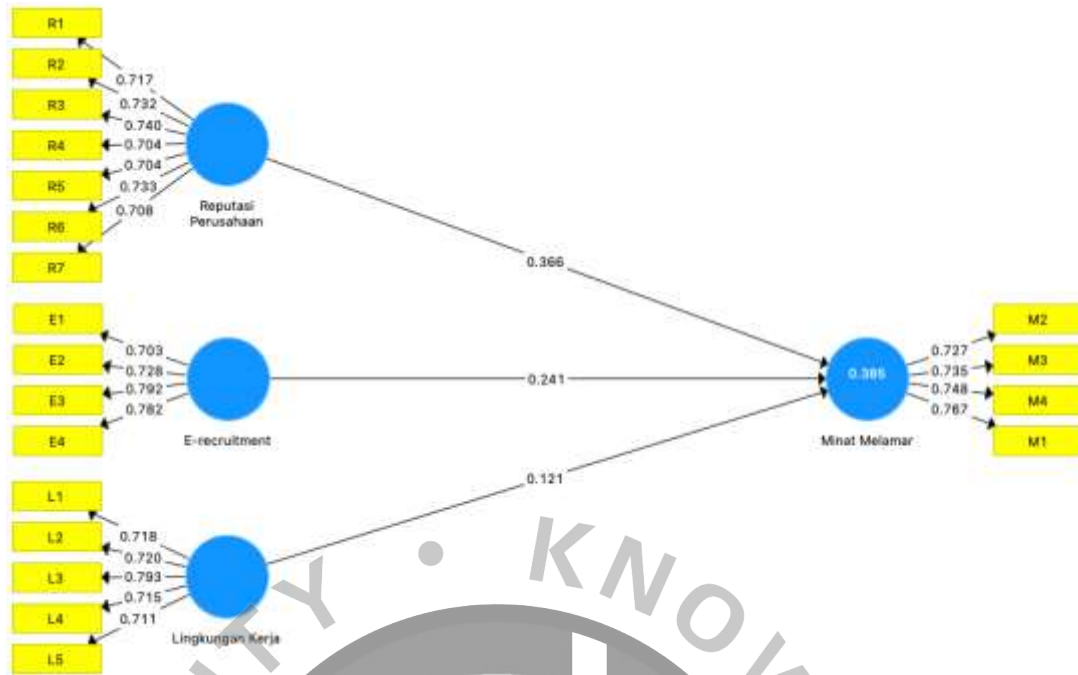
Pada penilaian convergent validity konstruk dapat dilakukan dengan menggunakan Average Variance Extracted (AVE) sebagai parameter dimana skor Average Variance Extracted (AVE) harus diatas 0,5 (Ghozali & Latan, 2020).

Tabel 4.14 Hasil Convergent Validity

	Average Variance Extracted (AVE)	Kesimpulan
Minat Melamar	0.553	Valid
Reputasi Perusahaan	0.518	Valid
e-recruitment	0.566	Valid
Lingkungan Kerja	0.536	Valid

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Pada tabel di atas menunjukkan jika seluruh skor *Average Variance Extracted* bernilai diatas 0,5 sehingga dapat disimpulkan jika konstruk tersebut memiliki *convergent validity* yang baik.



Gambar 4.1 Path Coefficient

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

4.5.1.3 Discriminant Validity

Discriminant validity pada model pengukuran (outer model) dengan indikator refleksif dapat dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi antar konstruk dengan item pengukuran lain lebih besar dibanding konstruk lain, maka hal tersebut menunjukkan konstruk laten dapat memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dibanding ukuran pada blok lainnya (Ghozali & Latan, 2020).

Berikut merupakan cross loading pada keseluruhan konstruk:

Tabel 4.15 Hasil Discriminant Validity

Indikator	Minat	Reputasi Perusahaan	e-recruitment	Lingkungan kerja
M1	0.767	0.396	0.416	0.394
M2	0.727	0.403	0.250	0.242
M3	0.735	0.421	0.402	0.407
M4	0.748	0.439	0.427	0.359
R1	0.441	0.717	0.327	0.319
R2	0.353	0.732	0.324	0.271
R3	0.388	0.740	0.402	0.421
R4	0.396	0.704	0.431	0.456
R5	0.320	0.704	0.297	0.335
R6	0.471	0.733	0.424	0.494
R7	0.406	0.708	0.409	0.435
E1	0.263	0.227	0.703	0.411
E2	0.296	0.396	0.728	0.528
E3	0.405	0.464	0.792	0.521
E4	0.496	0.435	0.782	0.500
L1	0.314	0.336	0.394	0.718
L2	0.303	0.400	0.446	0.720
L3	0.450	0.453	0.517	0.793
L4	0.265	0.363	0.542	0.715
L5	0.370	0.436	0.493	0.711

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan pengujian *cross loading* yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa semua loading indicator terhadap konstruk lebih besar cross loadingnya. Kondisi ini terjadi pada tiap konstruk, dimana nilai loading semua indikatornya lebih besar dari pada semua cross loadingnya ke konstruk lainnya.

4.5.1.4 Construct Reliability

Construct reliability dari outer model dengan indikator refleksif dapat diukur melalui nilai composite reliability dan cronbach's alpha dari blok indikator yang mengukur suatu konstruk (Ghozali, 2014). Suatu konstruk dinyatakan reliable jika nilai cronbach's alpha dan

composite reliability diatas 0,70. Berikut merupakan hasil pengolahan data construct reliability:

Tabel 4.16 Construct Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Minat Melamar	0.732	0.832
Reputasi Perusahaan	0.846	0.883
e-recruitment	0.754	0.839
Lingkungan Kerja	0.786	0.852

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, besaran pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 memiliki nilai *p value* sebesar 0.000 sehingga reputasi perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa; dengan demikian hipotesis satu diterima.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian lain seperti yang dilakukan oleh (Kumar & Ibrahim, 2021; Sumardana et al., 2016); yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan yang ada di mahasiswa. (Sumardana et al., 2016) menyatakan bahwa reputasi perusahaan didefinisikan sebagai bagaimana stakeholder melihat kinerjanya, kepercayaannya, komunikasinya, dan perasaan emosionalnya terhadap perusahaan dari waktu ke waktu. Perusahaan harus

memperhatikan reputasi ini untuk meningkatkan kinerjanya, tetap bersaing, dan menyelaraskan kebijakannya dengan undang-undang.

Reputasi perusahaan merupakan persepsi yang dipegang baik di dalam maupun di luar perusahaan. Reputasi sebuah bisnis menciptakan asumsi yang dipegang oleh orang-orang di dalamnya, seperti konsumen, supplier, distributor, kompetitor, dan masyarakat umum (Mulia, 2021). Reputasi ini dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan dikarenakan beberapa alasan yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan dapat menarik calon tenaga kerja potensial yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan menarik banyak calon tenaga kerja potensial (Permadi & Netra, 2015).

4.6.2 Pengaruh *E-Recruitment* terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, besaran pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 memiliki nilai *p value* sebesar 0.020 sehingga *e-recruitment* berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa; dengan demikian hipotesis dua diterima.

Kondisi ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa (Fridantara, 2018; Handi & Safitri, 2023; Shalahuddin et al., 2022). Hasil ini bisa terjadi karena beberapa alasan Karena angkatan kerja saat ini bekerja dengan cara

yang berbeda dari angkatan sebelumnya, mereka lebih cenderung menggunakan situs pencarian *online*. Selain itu, mahasiswa Angkatan 2017 hingga 2019 ini merupakan generasi modern atau merupakan generasi *millennial* atau angkatan kerja baru yang memiliki pola bekerja berbeda dengan generasi di atasnya, para calon karyawan cenderung sangat akrab dengan gawai sehingga akan lebih memilih mencari pekerjaan melalui E-recruitment.

Memasuki era digital, masyarakat global mulai dihadapi oleh transformasi digital dimana semua sektor harus beradaptasi dengan teknologi seperti sektor pertanian, perikanan, pendidikan, kesehatan, pemerintahan bahkan sampai sektor pertahanan. Karena itulah di sebuah perusahaan sangat membutuhkan tenaga kerja yang memiliki pengetahuan akan teknologi di era digital native ini. Perilaku melamar pekerjaan juga telah berubah sejak iklan pekerjaan pertama kali dipublikasikan melalui media tulis. Media sosial dan situs lowongan pekerjaan saat ini memainkan peran penting dalam pencarian pekerjaan di era digital pada saat ini sehingga memungkinkan bahwa *r-recruitment* berpengaruh positif terhadap minat melamar mahasiswa (Kajanová et al., 2017).

4.6.3 Pengaruh Lingkungan kerja terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, besaran pengaruh lingkungan kerja terhadap minat melamar pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 memiliki nilai *p value* sebesar 0.300

sehingga lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa; dengan demikian hipotesis tiga belum terdukung.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Permadi & Netra, 2015) yang menunjukkan bahwa lingkungan kerja tidak berpengaruh secara signifikan dalam minat melamar kerja. Kebanyakan individu menginginkan lingkungan kerja yang aman dan menyenangkan sehingga memiliki dampak yang baik terhadap pengembangan karirnya dalam karir sekalipun lingkungan kerja terkadang tidak lepas dari berbagai tekanan dalam bekerja untuk mencapai hasil yang sempurna. Hubungan yang belum signifikan dalam model ini dikarenakan kebanyakan mahasiswa belum memahami betul lingkungan kerja seperti apa yang mereka inginkan sehingga lingkungan kerja belum menjadi faktor signifikan dan sangat mempengaruhi mereka dalam memilih pekerjaan; kebanyakan mahasiswa lebih memilih bekerja dari rumah atau *work from home* (Dyana et al., 2022).

Lingkungan kerja adalah segala sesuatu di tempat kerja seorang pekerja yang dapat mempengaruhi pekerjaannya, seperti suhu, kelembapan, pencahayaan, penerangan, kegaduhan, kebersihan, dan ketersediaan perlengkapan kerja yang memadai. Ketika lingkungan kerja dianggap baik dan aman maka minat melamar juga ikut meningkat artinya bahwa dalam taraf tertentu lingkungan kerja yang

kondusif dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan atas dasar pertimbangan bahwa perusahaan memiliki lingkungan kerja yang baik (Nur'aini & Dharmawan, 2017).

4.7. Mengevaluasi Model struktural atau *Inner Model*

4.7.1 Uji t

Dasar yang digunakan dalam pengujian hipotesis yaitu nilai yang berada di *output path coefficients* yang disajikan pada tabel dibawah:

Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis

	Mean	St. Dev	P Values	Kesimpulan
Reputasi Perusahaan > Minat Melamar	0.232	0.103	0.000	Ha1 terdukung
<i>e-recruitment</i> > Minat Melamar	0.138	0.116	0.020	Ha2 terdukung
Lingkungan Kerja > Minat Melamar	0.358	0.099	0.300	Ha3 tidak terdukung

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Penelitian ini menguji tiga hipotesis yang terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan. Hipotesis pertama, yang menguji pengaruh reputasi perusahaan, mendukung hipotesis alternatif bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa. Hasil ini menegaskan bahwa mahasiswa cenderung lebih tertarik untuk melamar pekerjaan di perusahaan dengan reputasi yang baik. Hipotesis kedua, yang berkaitan dengan *e-recruitment*, juga mendukung hipotesis alternatif bahwa *e-recruitment* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi internet dalam proses

rekrutmen dapat memengaruhi minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan. Namun, hipotesis ketiga yang melibatkan lingkungan kerja tidak terdukung, menunjukkan bahwa lingkungan kerja belum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa.

Berdasarkan data yang telah diolah, maka untuk hipotesis 1 dan 2 dengan variabel reputasi perusahaan dan *e-recruitment* terdukung karena memiliki nilai p-value sebesar kurang dari nilai signifikansi 0.05; sedangkan untuk hipotesis 3 dengan variabel lingkungan kerja belum terdukung karena memiliki nilai p-value 0.300 kurang dari nilai signifikansi 0.05.

Berdasarkan pengujian hipotesis ini maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis satu terkait pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar dan hipotesis dua terkait pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja terdukung; sedangkan hipotesis tiga terkait pengaruh lingkungan kerja terhadap minat melamar belum terdukung.

4.7.2 Uji R square

Metode yang digunakan untuk melakukan evaluasi model struktural umumnya yakni koefisien determinasi atau R-square. R-square berfungsi sebagai penilai seberapa besar variabel laten eksogen dapat mempengaruhi variabel endogen. Nilai R-square pada variabel laten endogen yakni 0,67 (baik), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah).

Berikut tabel hasil estimasi R- square yang telah diolah menggunakan SmartPLS 3.0:

Tabel 4.18 Nilai R-square

	R Square	Kriteria
Minat Melamar	0.385	Moderat

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Tabel di atas menunjukkan variabel lingkungan kerja, reputasi perusahaan, dan *e-recruitment* mampu menjelaskan variabel minat melamar dengan nilai R-square sebesar 0,385 atau 38,5% dimana sisanya 61,5% diwakili oleh variabel lain diluar model penelitian. Nilai r-square yang cukup rendah ini dikarenakan banyaknya mahasiswa yang masih melaksanakan magang bahkan sudah bekerja sebelum lulus sehingga minat melamar mereka cenderung rendah.

4.9 Implikasi Manajerial

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan, *e-recruitment*, dan lingkungan kerja terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020. Berdasarkan pengujian penelitian diketahui bahwa variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap minat melamar pekerjaan adalah reputasi perusahaan dan *e-recruitment*.

4.9.1 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel independen yang memiliki pengaruh terbesar

signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa adalah variabel reputasi perusahaan.

Berikut merupakan tabel distribusi angket pada variabel reputasi perusahaan:

Table 4.19 Deskriptif Reputasi Perusahaan

Ind.	Pernyataan	Min.	Max.	Mean	Total Mean
R2	Perusahaan tempat saya akan melamar menghasilkan produk dan layanan yang terbaik diantara kompetitornya	3	6	5.296	5.374
R7	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki rekam jejak profit yang baik	2	6	5.319	
R1	Perusahaan tempat saya akan melamar membuat saya kagum	2	6	5.363	
R3	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki struktur manajerial kepemimpinan yang baik	3	6	5.370	
R5	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik	3	6	5.422	
R6	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki prospek yang kuat dimasa yang akan datang	2	6	5.422	
R4	Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki visi misi yang jelas	2	6	5.430	

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, pernyataan dengan nilai mean di bawah rata-rata mean keseluruhan kuesioner adalah pernyataan nomor R1, R2, R3 dan R7. Pernyataan R1 bernilai 5.363; pernyataan R2 bernilai 5.296; pernyataan R3 bernilai 5.370; dan pernyataan R7 bernilai 5.319 sehingga seluruh indikator ini berada di bawah nilai mean rata-rata total sebesar 5.374.

Masing-masing pernyataan ini berkaitan dengan reputasi perusahaan yang berfokus pada *image* perusahaan, produk dan jasa yang dikeluarkan perusahaan, struktur manajerial perusahaan, dan

kinerja finansial perusahaan. Kondisi menunjukkan adanya kesenjangan informasi yang mungkin didapatkan mahasiswa terkait profil perusahaan yang akan dituju dalam melamar pekerjaan mereka.

Dalam indikator R1, R2, R3 dan R7 memiliki nilai kurang dari nilai mean. Indikator-indikator '*Perusahaan tempat saya akan melamar menghasilkan produk dan layanan yang terbaik diantara kompetitornya*', '*Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki rekam jejak profit yang baik*', '*Perusahaan tempat saya akan melamar membuat saya kagum*', dan '*Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki struktur manajerial kepemimpinan yang baik*' merupakan indikator yang mencerminkan keunggulan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan hendaknya dapat menghasilkan produk dan layanan terbaik di antara pesaing, serta memiliki rekam jejak profit yang baik, memiliki implikasi manajerial yang signifikan.

Berdasarkan kondisi ini, manajemen harus berfokus pada pengembangan produk dan inovasi berkelanjutan untuk menjaga posisi kompetitif perusahaan, sambil memanfaatkan profitabilitas yang kuat untuk pengambilan keputusan keuangan yang cerdas. Selain itu, ketika seorang calon karyawan merasa kagum dengan perusahaan, ini menandakan budaya perusahaan yang positif, yang perlu dijaga oleh manajemen melalui pemeliharaan kepemimpinan yang efektif dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan.

Peningkatan indikator-indikator seperti kinerja sosial dan lingkungan yang baik, prospek yang kuat di masa depan, serta visi dan misi yang jelas, memiliki dampak langsung pada tugas manajemen dalam perusahaan juga diperlukan. Ketika perusahaan memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik, manajemen harus secara aktif memastikan bahwa praktik keberlanjutan dan tanggung jawab sosial terus ditingkatkan. Ini mungkin mencakup investasi dalam teknologi dan program yang mengurangi dampak lingkungan serta kebijakan-kebijakan yang mendukung tanggung jawab sosial. Selain itu, manajemen harus mengkomunikasikan pencapaian-pencapaian positif ini secara efektif kepada para pemangku kepentingan.

Selain itu, dengan adanya prospek yang kuat di masa depan, manajemen harus merencanakan untuk pertumbuhan dan perkembangan jangka panjang. Ini melibatkan pengembangan strategi yang akan memungkinkan perusahaan untuk menghadapi perubahan di pasar dan teknologi. Manajemen harus fokus pada ekspansi, pengembangan kapasitas, dan pengelolaan risiko yang bijaksana. Terakhir, visi dan misi yang jelas akan membantu manajemen dan karyawan memahami tujuan perusahaan, membimbing pengambilan keputusan, dan memberikan arah yang konsisten. Manajemen harus memastikan bahwa visi dan misi ini diterjemahkan ke dalam tindakan nyata yang mendukung pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan.

4.9.2 Pengaruh *e-recruitment* terhadap Minat Melamar

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel independen yang memiliki pengaruh terbesar signifikan selanjutnya terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa adalah variabel *e-recruitment*.

Berikut merupakan tabel distribusi angket pada variabel reputasi perusahaan:

Table 4.19 Deskriptif *e-recruitment*

Ind.	Pernyataan	Min.	Max.	Mean	Total Mean
E2	Instruksi yang diberikan di situs e-recruitment sangat jelas dan mudah dipahami	2	6	5.393	
E4	Penggunaan situs e-recruitment akan mempermudah saya untuk mencari pekerjaan yang saya inginkan	2	6	5.452	
E1	Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya	2	6	5.489	5.459
E3	Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya	2	6	5.504	

Sumber: Data olahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang didapatkan, pernyataan dengan nilai mean di bawah rata-rata keseluruhan pernyataan adalah pernyataan E2 dan E4. Pernyataan E2 memiliki nilai sebesar 5.393 sedangkan nilai pernyataan E4 sebesar 5.454 yang mana keduanya berada di bawah nilai total mean rata-rata angkat variabel *e-recruitment* sebesar 5.459.

Salah satu metode yang paling umum untuk mengelola sumber daya manusia melalui dunia maya adalah perekrutan online. Banyak bisnis telah mengadopsi metode ini untuk meningkatkan

produktivitas. Dikarenakan indikator *'Instruksi yang diberikan di situs e-recruitment sangat jelas dan mudah dipahami'* dan *'Penggunaan situs e-recruitment akan mempermudah saya untuk mencari pekerjaan yang saya inginkan'* yang masih berada rata-rata, hendaknya perusahaan berfokus pada kemudahan dan kejelasan pada penggunaan *e-recruitment*. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan hendaknya lebih berfokus pada *user friendliness* penggunaan website/platform e-recruitment yang digunakan sehingga bisa meningkatkan tingkat kemudahan dan kepuasan mahasiswa dan calon pelamar lainnya dalam mengikuti kegiatan rekrutmen yang dilakukan.

Beberapa hal yang perlu ditingkatkan mengingat indikator E2 dan E4 yang masih berada di bawah nilai rata-rata adalah Peningkatan indikator terkait situs e-recruitment, seperti instruksi yang jelas dan mudah dipahami serta kemudahan dalam pencarian pekerjaan, mengharuskan manajemen untuk memprioritaskan pengembangan dan penyempurnaan situs. Dalam hal instruksi yang jelas, perusahaan perlu memastikan bahwa tata letak dan panduan di situs ini didesain dengan baik untuk meminimalkan hambatan dalam proses pendaftaran. Selain itu, untuk mempermudah pencarian pekerjaan, manajemen harus fokus pada pengembangan algoritma pencarian yang efisien dan antarmuka pengguna yang intuitif. Ini akan membantu menarik para pencari kerja yang ingin mencari pekerjaan

dengan mudah dan efektif, dan pada gilirannya, akan meningkatkan citra positif perusahaan sebagai tempat pencarian kerja yang efisien.

Meskipun penggunaan situs e-recruitment saat ini sudah cukup baik dalam mempercepat proses pencarian pekerjaan, terus meningkatkannya memiliki implikasi manajerial yang penting. Manajemen perlu memastikan bahwa situs ini tetap relevan dengan tren terkini dalam teknologi dan praktik e-recruitment. Ini mencakup peningkatan algoritma pencarian, peningkatan kecepatan situs, dan pengoptimalan pengalaman pengguna. Selain itu, manajemen harus memantau umpan balik dari pengguna untuk terus melakukan peningkatan dan penyempurnaan berkelanjutan. Dengan memprioritaskan peningkatan ini, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menyediakan platform yang efisien untuk pencarian pekerjaan, yang pada akhirnya akan memengaruhi citra positif perusahaan di mata calon karyawan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi perusahaan, *e-recruitment*, dan lingkungan kerja dan pengaruhnya terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dan *e-recruitment* berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 sedangkan lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020. Berdasarkan hasil output pengolahan data yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 nilai signifikansi 0.000.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan *e-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 dengan nilai signifikansi 0.020.

3. Lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 dengan nilai signifikansi 0.300.
4. Hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dilakukan pada penelitian ini memiliki nilai 38,5% sedangkan 61,5% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Kesimpulan dalam penelitian ini didukung oleh data yang tersedia atas dasar informasi yang didapatkan dari responden penelitian ini yaitu mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 guna meningkatkan minat melamar mahasiswa; maka dari itu saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Pihak Terkait

1. Diharapkan bagi mahasiswa untuk dapat memahami lebih jauh mengenai lingkungan kerja pada sebuah perusahaan untuk dapat menentukan minat melamar melalui berbagai publikasi yang dikeluarkan perusahaan pada media sosial maupun publikasi lainnya yang ada pada *website* perusahaan.
2. Diharapkan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan reputasi perusahaan mereka melalui berbagai aktivitas dan program yang menarik sehingga menyebabkan banyak mahasiswa maupun

calon tenaga kerja lainnya untuk memilih perusahaan tersebut dalam peminatan karir mereka.

3. Diharapkan bagi perusahaan untuk dapat memberikan gambaran lebih mengenai lingkungan kerja mereka pada berbagai *platform* guna menarik ketertarikan mahasiswa dalam melamar pekerjaan pada perusahaan mereka.
4. Meningkatkan *user-friendliness* dan kemudahan dalam penggunaan situs *e-recruitment*. Ini melibatkan penyederhanaan antarmuka pengguna, perbaikan algoritma pencarian, dan panduan yang lebih jelas bagi calon pelamar. Dengan fokus pada pengalaman pengguna yang lebih baik, perusahaan dapat meningkatkan citra positifnya sebagai tempat pencarian kerja yang efisien dan menarik lebih banyak calon karyawan berkualitas.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan proksi dan variabel lainnya terkait minat melamar seperti memisahkan pengaruh internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam melamar.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa memperluas sampel dan responden dalam penelitian ini seperti menggunakan

responden mahasiswa yang berasal dari luar Provinsi DKI Jakarta bahkan di tingkat Indonesia.

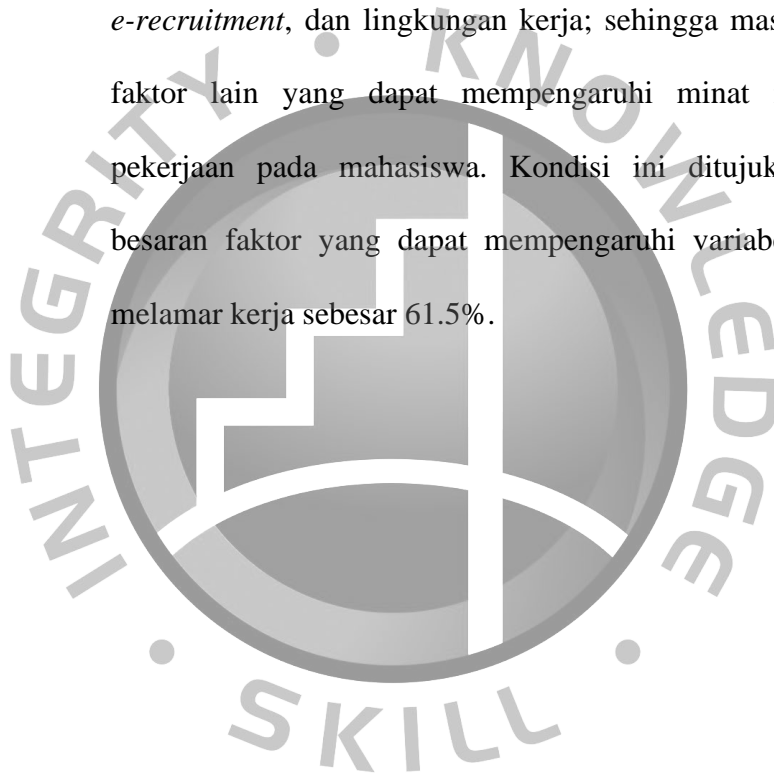
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan indikator lainnya yang berasal dari penelitian terdahulu dalam konteks mahasiswa sehingga bisa melihat dengan baik pengaruh minat melamar mahasiswa.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan beberapa variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi minat melamar seperti pengetahuan pelamar, karakteristik pekerjaan, tanggungjawab sosial perusahaan, persepsi, *employer branding*, dan lain sebagainya.
5. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas lebih dalam mengenai hasil dan implikasi manajerial yang didapatkan dari penelitian, khususnya dalam membahas apa saja yang dapat ditingkatkan dan diperbaiki dari perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini telah didukung oleh data yang tersedia atas dasar informasi yang didapatkan dari responden penelitian ini yaitu mahasiswa IBS Angkatan 2019 dan 2020 guna meningkatkan minat melamar mahasiswa.

Maka dari itu keterbatasan yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa yang hanya berasal dari Indonesia Banking School; sehingga belum bisa digeneralisir dan menjelaskan fenomena secara keseluruhan.
2. Penelitian ini hanya membahas variabel reputasi perusahaan, *e-recruitment*, dan lingkungan kerja; sehingga masih besar faktor lain yang dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan pada mahasiswa. Kondisi ini ditunjukkan oleh besaran faktor yang dapat mempengaruhi variabel minat melamar kerja sebesar 61.5%.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Allden, N., & Harris, L. (2013). Building A Positive Candidate Experience: Towards A Networked Model Of E-Recruitment. *Journal Of Business Strategy*, 34(5), 36–47. <https://doi.org/10.1108/Jbs-11-2012-0072>
- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth Dan Brand Awareness Untuk Memunculkan Intention To Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Anna, Y. (2021). Servant Leadership Generasi Milenial and Zoomers. *Prosiding Seminar Nasional Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi : Kampus Merdeka Meningkatkan Kecerdasan Sumberdaya Manusia Melalui Interdisipliner Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi : Pontianak, 24 Agustus 2021*, 185–200. <https://doi.org/10.26418/Pipt.2021.38>
- Arimbawa, P. A. P. (2014). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Jatim Selatan Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*.
- Barber, A. (1998). *Recruiting Employees: Individual And Organizational Perspectives*. <https://doi.org/10.4135/9781452243351>
- Budhijana, Raden Bambang (2022). *The Influence Factors Against Millennials' Decision to Donate Online to Islamic Digital Crowdfunding Platform*. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7319112>
- Chomeya, R. (2010). Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 And 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6(3), 399–403. <https://doi.org/10.3844/Jssp.2010.399.403>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Depdiknas. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dyana, A., Nurazizah, I., & Tajuddien, R. (2022). Evaluasi Work From Home (Wfh) Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior (Studi Kasus Pada Mahasiswa-Karyawan Di Area Tangerang Raya). *Jurnal Ilmiah*

- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi MEA*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3045>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image*. Harvard Business School Press.
- Fridantara, A. S. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Dan E-Rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi*.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Cet. Viii). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Handi, H., & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i1.19333>
- Hardiansyah, R., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2023). Efektivitas E-Recruitment Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(1), 682–691. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.6257>
- Helm, S., Liehr-Gobbers, K., & Storck, C. (2011). *Reputation Management*. Springer Berlin Heidelberg.
- Hermawan, R., & Rahadi, D. R. (2021). Analisa Lingkungan Kerja Dan Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Motivasi: Studi Literatur. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(1), Article 1. <https://doi.org/10.35448/jte.v16i1.10090>
- Hof, D. Van Het. (2012). *Models In Reputation Measurement*.
- Kajanová, H., Sedlacek, M., & Soósová, V. (2017). Attitudes Of Young People To Job Searching Through Social Media: Case Of Slovakia. *Economics & Sociology*, 10(1), 152.
- Komalasari, S., Hermina, C., Muhaimin, A., Alarabi, M. A., Apriliadi, M. R., Rabbani, N. P. R., & Mokodompit, N. J. D. (2022). Prinsip Character

Of A Leader Pada Generasi Z. *Philanthropy: Journal Of Psychology*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.26623/Philanthropy.V6i1.4960>

Kumar, M. R., & Ibrahim, M. M. (2021). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Deskripsi Pekerjaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Pada Pt Bank Syariah Indonesia*.

Lestary, L., & Harmon, H. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.35697/Jrbi.V3i2.937>

Marginingsih, R., & Setiawan, E. (2021). Employer Branding Towards The Intention To Apply For A Job Through Company Reputation As Mediation Variable. *Amar (Andalas Management Review)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.25077/Amar.6.2.72-93.2021>

Mauludi, A. (2016). *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim's Publishing.

Mulia, V. B. (2021). Analisis Pengaruh Reputasi Hotel Terhadap Minat Melamar Praktek Kerja Lapangan Mahasiswa. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15(3), Article 3. <https://doi.org/10.47256/Kji.V15i3.99>

Nur'aini, M., & Dharmawan, D. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Sinar Mas Land. Tbk Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V5i3.157>

Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen*, 4(10). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/14569>

Purnomo, T. S. (2013). Rekrutment Online (E-Recruitment) Sebagai Suatu Inovasi Dalam Perekrutan Perusahaan. *Jurnal Jibeka*, 7(3), 54–59.

Putri, R. L., & Abdurrahman, A. (2023). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan Dan Informasi Sosial Media Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/Innovative.V3i3.3442>

Rahmawanti, N. P. (2014). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)* (Issue 2) [Journal:Earticle, Brawijaya University]. <https://www.neliti.com/publications/80175/>

Sedarmayanti, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia; Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Reflika Aditama.

- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi Dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>
- Sofyan, D. K. (2013). *Perencanaan & Pengendalian Produksi*. Graha Ilmu.
- Sugiono, S., & Puspitasari, M. (2021). Pengaruh Reputasi Dan Identifikasi Organisasi Terhadap Intensi Word-Of-Mouth Pada Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.24198/jmk.v6i1.28398>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Vol. 2). Alfabeta.
- Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. (2016). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Buletin Studi Ekonomi*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/18813>
- Surtiyoni, E. (2019). *Hambatan Kematangan Perencanaan Karir Mahasiswa Sebagai Generasi Millennial*.
- Suryani, K., & John. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Tinjauan Praktis Aplikatif*. Nilacakra.
- Suwondo, D. I., & Sutanto, E. M. (2015). Hubungan Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 17(2), 135–144.
- Widianti, D. F., & Murti, A. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 24(1), Article 1. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v24i1.16169>
- Yuwono, E. (2001). Hubungan Antara Minat Pekerjaan Di Bidang Keperawatan Dan Kinerja Perawat Rumah Sakit Umum Daerah. *Journal Buletin Penelitian RSUD Dr. Soetomo*, 4(1).
- s): *Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Allden, N., & Harris, L. (2013). Building A Positive Candidate Experience: Towards A Networked Model Of E-Recruitment. *Journal Of Business Strategy*, 34(5), 36–47. <https://doi.org/10.1108/jbs-11-2012-0072>

- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth Dan Brand Awareness Untuk Memunculkan Intention To Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Anna, Y. (2021). Servant Leadership Generasi Milenial Dan Zoomers. *Prosiding Seminar Nasional Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi : Kampus Merdeka Meningkatkan Kecerdasan Sumberdaya Manusia Melalui Interdisipliner Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi : Pontianak, 24 Agustus 2021*, 185–200. <https://doi.org/10.26418/Pipt.2021.38>
- Arimbawa, P. A. P. (2014). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Jatim Selatan Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*.
- Barber, A. (1998). *Recruiting Employees: Individual And Organizational Perspectives*. <https://doi.org/10.4135/9781452243351>
- Budhijana, R. B. (2022). *The Influence Factors Against Millennials' Decision To Donate Online To Islamic Digital Crowdfunding Platform*. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7319112>
- Chomeya, R. (2010). Quality Of Psychology Test Between Likert Scale 5 And 6 Points. *Journal Of Social Sciences*, 6(3), 399–403. <https://doi.org/10.3844/Jssp.2010.399.403>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Depdiknas. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dyana, A., Nurazizah, I., & Tajuddin, R. (2022). Evaluasi Work From Home (Wfh) Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior (Studi Kasus Pada Mahasiswa-Karyawan Di Area Tangerang Raya). *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 2(2), 195–202. <https://doi.org/10.32493/Jism.V2i2.24733>
- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3045>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image*. Harvard Business School Press.
- Fridantara, A. S. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Dan E-Rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon*

Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi.

- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Cet. Viii). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Handi, H., & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.37479/Jimb.V6i1.19333>
- Hardiansyah, R., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2023). Efektivitas E-Recruitment Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(1), 682–691. <https://doi.org/10.31539/Costing.V7i1.6257>
- Helm, S., Liehr-Gobbers, K., & Storck, C. (2011). *Reputation Management*. Springer Berlin Heidelberg.
- Hermawan, R., & Rahadi, D. R. (2021). Analisa Lingkungan Kerja Dan Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Motivasi: Studi Literatur. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(1), Article 1. <https://doi.org/10.35448/Jte.V16i1.10090>
- Hof, D. Van Het. (2012). *Models In Reputation Measurement*. Reputation Management Institute: New York.
- Kajanová, H., Sedlacek, M., & Soósová, V. (2017). Attitudes Of Young People To Job Searching Through Social Media: Case Of Slovakia. *Economics & Sociology*, 10(1), 152.
- Komalasari, S., Hermina, C., Muhaimin, A., Alarabi, M. A., Apriliadi, M. R., Rabbani, N. P. R., & Mokodompit, N. J. D. (2022). Prinsip Character Of A Leader Pada Generasi Z. *Philanthropy: Journal Of Psychology*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.26623/Philanthropy.V6i1.4960>
- Kumar, M. R., & Ibrahim, M. M. (2021). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Deskripsi Pekerjaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Pada Pt Bank Syariah Indonesia*.
- Lestary, L., & Harmon, H. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.35697/Jrbi.V3i2.937>
- Marginingsih, R., & Setiawan, E. (2021). Employer Branding Towards The Intention To Apply For A Job Through Company Reputation As

- Mediation Variable. *Amar (Andalas Management Review)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.25077/amar.6.2.72-93.2021>
- Mauludi, A. (2016). *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Mulia, V. B. (2021). Analisis Pengaruh Reputasi Hotel Terhadap Minat Melamar Praktek Kerja Lapangan Mahasiswa. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 15(3), Article 3. <https://doi.org/10.47256/kji.v15i3.99>
- Nurlela, N., & Surtiyoni, E. (2020). Hambatan kematangan perencanaan karir mahasiswa sebagai generasi millennial. *Jurnal Konseling Komprehensif: Kajian Teori dan Praktik Bimbingan dan Konseling*, 7(1).
- Nur'aini, M., & Dharmawan, D. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Sinar Mas Land. Tbk Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i3.157>
- Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen*, 4(10). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/14569>
- Purnomo, T. S. (2013). Rekrutment Online (E-Recruitment) Sebagai Suatu Inovasi Dalam Perekrutan Perusahaan. *Jurnal Jibeka*, 7(3), 54–59.
- Putri, R. L., & Abdurrahman, A. (2023). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan Dan Informasi Sosial Media Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.3442>
- Rahmawanti, N. P. (2014). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)* (Issue 2) [Journal: Earticle, Brawijaya University]. <https://www.neliti.com/publications/80175/>
- Sedarmayanti, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia; Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Reflika Aditama.
- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi Dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>
- Sofyan, D. K. (2013). *Perencanaan & Pengendalian Produksi*. Graha Ilmu.

- Sugiono, S., & Puspitasari, M. (2021). Pengaruh Reputasi Dan Identifikasi Organisasi Terhadap Intensi Word-Of-Mouth Pada Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.24198/Jmk.V6i1.28398>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Vol. 2). Alfabeta.
- Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. (2016). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Buletin Studi Ekonomi*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/18813>
- Suryani, K., & John. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Tinjauan Praktis Aplikatif*. Nilacakra.
- Suwondo, D. I., & Sutanto, E. M. (2015). Hubungan Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 17(2), 135–144.
- Widianti, D. F., & Murti, A. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 24(1), Article 1. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.V24i1.16169>
- Yuwono, E. (2001). Hubungan Antara Minat Pekerjaan Di Bidang Keperawatan Dan Kinerja Perawat Rumah Sakit Umum Daerah. *Journal Buletin Penelitian Rsud Dr. Soetomo*, 4(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

PENGARUH REPUTASI, E-RECRUITMENT, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN OLEH MAHASISWA DI DKI JAKARTA

Assalamualaikum Wr., Wb. Salam.

Perkenalkan saya Putri Rizka Milenia Alifuddin mahasiswa tingkat akhir Indonesia Banking School. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH REPUTASI, E-RECRUITMENT, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN OLEH MAHASISWA DI DKI JAKARTA**.

Saya memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini karena jawaban Anda sangat berharga untuk keberlanjutan penelitian. Saya juga akan menjamin kerahasiaan data diri Anda hanya untuk kepentingan penelitian dan ilmu pengetahuan.

Apabila ada pertanyaan, bisa hubungi saya melalui email putrizka20@gmail.com. Atas waktu dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Putri Rizka Milenia Alifuddin
Indonesia Banking School



Apakah Anda merupakan mahasiswa IBS angkatan 2019 dan 2020? *

- Ya
- Tidak (silakan berhenti disini)

Angkatan di IBS *

- 2019
- 2020

Nama *

.

Usia *

.

Domisili *

.

Pendidikan Terakhir *

- Manajemen Keuangan dan Perbankan Syariah
- Akuntansi
- Management

Pendapatan per bulan *

- < Rp1.000.000
- Rp1.000.000 - Rp2.000.000
- Rp2.000.000 - Rp3.000.000
- Rp3.000.000 - Rp4.000.000
- > Rp4.000.000

Pengeluaran per bulan *

- < Rp1.000.000
- Rp1.000.000 - Rp2.000.000
- Rp2.000.000 - Rp3.000.000
- Rp3.000.000 - Rp4.000.000
- > Rp4.000.000

Pengalaman Magang *

- Ada
- Tidak Ada

Perusahaan Magang *

- Tidak Ada
- Other:

Pertanyaan Inti

Penelitian ini menggunakan skala likert dengan keterangan angka 1-5, yang mengartikan bahwa:

- 1= sangat tidak setuju
- 2= tidak setuju
- 3= kurang setuju
- 4= agak setuju
- 5= setuju
- 6= sangat setuju

Minat Melamar

Minat melamar adalah proses ketertarikan untuk bergabung dengan suatu perusahaan yang diawali dengan mengumpulkan informasi tentang perusahaan tersebut, kemudian dilanjutkan dengan mempelajari tentang lowongan pekerjaan, dan diakhiri dengan mengirimkan lamaran kerja ke perusahaan yang dituju (Barber, 1998).

Saya memiliki harapan yang besar untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut untuk meningkatkan perekonomian saya *

- | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Saya mendapatkan informasi pekerjaan dari berbagai sumber dengan mudah *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya melamar pekerjaan tersebut sesuai dengan kemampuan yang saya miliki *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya harus memutuskan beberapa perusahaan yang menjadi tujuan utama saya melamar pekerjaan *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Reputasi Perusahaan

Reputasi Perusahaan adalah perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, atau pun pelayanan yang mereka dapatkan, reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka (Fombrun, 1996).

Perusahaan tempat saya akan melamar membuat saya kagum *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Perusahaan tempat saya akan melamar menghasilkan produk dan layanan yang terbaik diantara kompetitornya *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki struktur manajerial kepemimpinan yang baik *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki visi misi yang jelas *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki prospek yang kuat dimasa yang akan datang *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Perusahaan tempat saya akan melamar memiliki rekam jejak profit yang baik *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

E-recruitment

E-recruitment adalah penggunaan internet untuk menarik karyawan yang potensial ke dalam suatu organisasi, termasuk di dalamnya adalah penggunaan dari situs perusahaan itu sendiri, organisasi dan penggunaan papan pengumuman lowongan pekerjaan komersial secara online (Purnomo, 2013)

Penggunaan situs e-recruitment akan mempercepat proses pencarian pekerjaan saya *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Instruksi yang diberikan di situs e-recruitment sangat jelas dan mudah dipahami *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Penggunaan situs e-recruitment akan memudahkan proses pencarian pekerjaan saya *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Penggunaan situs e-recruitment akan mempermudah saya dalam mengikuti proses rekrutmen *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lingkungan Kerja

Lingkungan Kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya di mana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok (Sedarmayanti, 2018).

Hubungan dengan atasan akan membantu dalam menyelesaikan pekerjaan *

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Atasan yang memberikan perhatian dan dukungan akan mendukung kinerja karyawan *

1 2 3 4 5 6

Kerjasama yang baik dengan rekan kerja meningkatkan kinerja pekerjaan *

1 2 3 4 5 6

Adanya struktur bagian disetiap departemen akan memudahkan untuk berkomunikasi walau tidak secara langsung dengan atasan *

1 2 3 4 5 6

Fasilitas yang lengkap dan memadai akan mendorong komunikasi yang lebih baik lagi *

1 2 3 4 5 6

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

	MINAT MELAMAR	REPUTASI	E-RECRUITMENT	LINGKUNGAN
E1			0.772	
E2			0.837	
E3			0.888	
E4			0.957	
L1				0.813
L2				0.839
L3				0.946
L4				0.924
L5				0.790
M1	0.764			
M2	0.845			
M3	0.841			
M4	0.812			
R1		0.789		
R2		0.806		
R3		0.846		
R4		0.873		
R5		0.820		
R6		0.771		
R7		0.944		

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
MINAT MELAMAR	0.840	0.895	0.888	0.666
REPUTASI	0.929	0.961	0.942	0.701
E-RECRUITMENT	0.887	0.911	0.923	0.750
LINGKUNGAN	0.914	0.932	0.936	0.747

Lampiran 3. Hasil Deskriptif Analisis

No.	Pengukuran	Nilai	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	40	42%
		Perempuan	56	58%
2.	Angkatan	2020	47	49%
		2019	49	51%
3.	Domisili	Bekasi	10	10%
		Bogor	10	10%
		Depok	11	11%
		Tangerang	20	21%
		Jakarta	46	48%
4.	Usia	20	8	8%
		23	12	13%
		21	30	31%
		22	46	48%
5.	Jurusan	Manajemen Keu. & P. Syar.	30	31%
		Akuntansi	33	34%
		Manajemen	34	35%
6.	Pendapatan/b	< Rp1.000.000	7	7%
		Rp1.000.000 – Rp2.000.000	20	21%
		Rp3.000.000 – Rp4.000.000	20	21%
		Rp2.000.000 – Rp3.000.000	24	25%
		> Rp4.000.000	24	25%
7.	Pengeluaran/b	> Rp4.000.000	2	2%
		Rp3.000.000 – Rp4.000.000	10	10%
		< Rp1.000.000	18	19%
		Rp2.000.000 – Rp3.000.000	20	21%
8.	Pengalaman magang	Rp1.000.000 – Rp2.000.000	45	47%
		Tidak ada	42	44%
9.	Penentuan karir	Ada	54	56%
		Belum	10	10%
		Sudah	86	90%

Lampiran 4. Hasil *Outer Model*

Construct Validity

	Latent Variable 1	Latent Variable 2	Latent Variable 3	Latent Variable 4
E1			0.703	
E2			0.728	
E3			0.792	
E4			0.782	

L1				0.718
L2				0.720
L3				0.793
L4				0.715
L5				0.711
M2	0.727			
M3	0.735			
M4	0.748			
R1		0.717		
R2		0.732		
R3		0.740		
R4		0.704		
R5		0.704		
R6		0.733		
R7		0.708		
M1	0.767			

Convergent Validity

	rho_A	Average Variance Extracted (AVE)
Latent Variable 1	0.735	0.553
Latent Variable 2	0.848	0.518
Latent Variable 3	0.782	0.566
Latent Variable 4	0.803	0.536

Cross Loading

	Latent Variable 1	Latent Variable 2	Latent Variable 3	Latent Variable 4
E1	0.263	0.227	0.703	0.411
E2	0.296	0.396	0.728	0.528
E3	0.405	0.464	0.792	0.521
E4	0.496	0.435	0.782	0.500
L1	0.314	0.336	0.394	0.718
L2	0.303	0.400	0.446	0.720
L3	0.450	0.453	0.517	0.793
L4	0.265	0.363	0.542	0.715
L5	0.370	0.436	0.493	0.711
M2	0.727	0.403	0.250	0.242
M3	0.735	0.421	0.402	0.407
M4	0.748	0.439	0.427	0.359
R1	0.441	0.717	0.327	0.319
R2	0.353	0.732	0.324	0.271
R3	0.388	0.740	0.402	0.421
R4	0.396	0.704	0.431	0.456
R5	0.320	0.704	0.297	0.335
R6	0.471	0.733	0.424	0.494
R7	0.406	0.708	0.409	0.435
M1	0.767	0.396	0.416	0.394

Construct Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Latent Variable 1	0.732	0.832
Latent Variable 2	0.846	0.883

Latent Variable 3	0.754	0.839
Latent Variable 4	0.786	0.852

Lampiran 5. Hasil Inner Model

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
E-recruitment -> Minat Melamar	0.241	0.232	0.103	2.336	0.020
Lingkungan Kerja -> Minat Melamar	0.121	0.138	0.116	1.038	0.300
Reputasi Perusahaan -> Minat Melamar	0.366	0.358	0.099	3.692	0.000

R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Latent Variable 1	0.385	0.371

