

## **Pengaruh *Employer Attractiveness* dan *Ekspektasi Kerja* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa**

**Dismas Persada Dewangga Pramudita\***

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta

**Ignatia Eka Puspita Kriswianti**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta

**Raden Agoeng Bhimasta**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta

\* [dismas.persada@uajy.ac.id](mailto:dismas.persada@uajy.ac.id)

### **Abstrak**

The expectations of today's young generation about the place where they work are certainly important to consider. To support this process, the interest of the workforce in applying for a job in the company is very important. Currently, companies are competing with each other to get the best prospective employees, the majority of whom are millennials. This study examines the perceptions of employer attractiveness and work expectations on the interest of students in applying for a job in management study program class of 2021. Employer attractiveness and work expectations are examined for their influence on interest in applying for a job. In this study, questionnaires were distributed online to collect data from respondents. The data collected was processed using the multiple linear regression analysis method, which was carried out using the help of the SPSS version 23 program. The results of this study indicate that perceptions of employer attractiveness and work expectations affect interest in applying for work positively.

*Kata Kunci: employer attractiveness, ekspektasi kerja, minat melamar kerja*

### **Pendahuluan**

Secara umum, proses rekrutmen yang efektif dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Proses rekrutmen yang efektif memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah memilih kandidat karyawan yang akan diterima. Untuk mendukung proses ini, ketertarikan angkatan kerja untuk melamar pekerjaan di perusahaan sangat penting. Menurut Dessler (2020), sumber penyaringan adalah salah satu faktor yang menentukan seberapa efektif proses perekrutan karyawan baru. Sumber penyaringan memungkinkan perusahaan memilih kandidat yang berkualitas tinggi.

Salah satu alasan calon karyawan tertarik untuk melamar di sebuah perusahaan adalah dengan mempertimbangkan reputasinya. Reputasi perusahaan merupakan aspek penentu berkaitan dengan *employer attractiveness*. Reputasi perusahaan merupakan kualitas organisasi yang perlu diperhatikan. Perusahaan yang bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya yang berharga, serta merupakan sumber keunggulan daya saing (Nashar dan Manurung, 2019). Kandidat pelamar kerja tentu enggan melamar di perusahaan dengan reputasi buruk (Ruslim *et al.*, 2021; Amara *et al.*, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, membangun reputasi perusahaan agar lebih menarik menjadi hal yang penting karena dapat meningkatkan *employer attractiveness* dan selanjutnya mempengaruhi niat untuk melamar pekerjaan dari calon karyawan yang berkualitas. Menurut Pingle dan Sharma (2013)

terdapat dua jenis *employer attractiveness*, yakni *internal employer attractiveness* dan *external employer attractiveness*. *Internal employer attractiveness* menunjukkan seberapa menarik perusahaan untuk karyawan saat ini. *External employer attractiveness* menunjukkan seberapa menarik perusahaan untuk kandidat karyawan (Pingle dan Sharma, 2013). Berbagai penelitian terdahulu terkait *employer attractiveness* berfokus pada calon karyawan, bukan pada karyawan saat ini (Nguyen *et al.*, 2021). Calon pekerja pada umumnya memutuskan untuk menerima suatu posisi pekerjaan atau tidak berdasarkan informasi yang dikumpulkan sejak awal proses perekrutan (Amara *et al.*, 2023).

Saat ini, perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan calon karyawan terbaik yang sebagian besar merupakan generasi milenial (Ruslim *et al.*, 2021). Ekspektasi para generasi muda saat ini tentang tempat di mana mereka bekerja tentu menjadi penting untuk dipertimbangkan. Keamanan dalam bekerja, asuransi kesehatan, serta atasan yang suportif menjadi tiga faktor penting yang dipertimbangkan generasi saat ini untuk melamar pekerjaan di sebuah perusahaan (Rani *et al.*, 2022). Menurut Gaol *et al.* (2023), generasi milenial yang saat ini menjadi mayoritas pada Angkatan kerja mengutamakan *work-life balance*. Mengetahui ekspektasi generasi muda tentang tempat bekerja penting untuk diteliti sebab dengan demikian dapat diketahui indikator-indikator apa saja yang mayoritas menjadi krusial bagi perusahaan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan analisis pengaruh *employer attractiveness* dan ekspektasi kerja terhadap minat melamar pekerjaan di kalangan mahasiswa program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika semester akhir.

## **Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis**

### **Minat Melamar Pekerjaan**

Minat untuk mendapatkan pekerjaan dapat dilihat dari aktivitas yang terus menerus dilakukan oleh karyawan (Anggoro dan Harsono, 2023). Minat melamar pekerjaan dapat teridentifikasi dari berbagai tindakan yang dilakukan pencari kerja dengan upaya untuk mencari informasi tentang perusahaan (Purborini, 2022). Individu yang mempunyai minat untuk melamar kerja umumnya berinisiatif mencari informasi tentang posisi pekerjaan yang akan dilamar (Sinaga dan Pramudita, 2023). Minat untuk melamar pekerjaan juga dapat diidentifikasi sebagai kondisi ketika pencari kerja melakukan evaluasi informasi terkait hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari suatu posisi pekerjaan di perusahaan (Moorthy *et al.*, 2017). Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan dapat diartikan sebagai inisiatif individu dalam mencari berbagai informasi penting yang dapat mendukung seseorang untuk berhasil lolos rekrutmen.

### ***Employer Attractiveness***

*Employer attractiveness* dapat diartikan sebagai persepsi tentang atribut dan keuntungan yang terkait dengan perusahaan dan dianggap menarik oleh calon karyawan untuk melamar kerja di tempat tersebut (Reis *et al.*, 2017). Pingle dan Sharma (2013) mengartikan *employer attractiveness* sebagai manfaat yang dirasakan oleh calon karyawan yang diantisipasi akan diterima dengan bekerja pada suatu perusahaan. *Employer attractiveness* berkaitan dengan bagaimana perusahaan secara strategis berusaha untuk mengeksploitasi kekuatan organisasi dalam rangka menarik minat pelamar (Soeling, *et al.*, 2022). Menurut Soeling, dkk (2022), *employer attractiveness* bergantung pada kepercayaan yang dimiliki oleh pelamar kerja terhadap citra dan kedekatan antara pelamar kerja dengan merek serta reputasi organisasi.

### **Ekspektasi Kerja**

Ekspektasi kerja mengacu pada tingkat pemenuhan ekspektasi karyawan yang kembali bekerja tentang pekerjaan mereka seperti posisi, tugas, dan tingkat otonomi dalam pekerjaan mereka (Hoang dan Ho, 2020). Menurut Rani *et al.* (2023), kebutuhan individu sebagian besar juga dapat terpenuhi melalui hasil atau imbalan yang diterima saat melakukan tugas. Ketika menilai calon pemberi kerja,

para pencari kerja memiliki ekspektasi terhadap organisasi dan jenis pekerjaan mereka (Rani *et al.*, 2023). Calon karyawan atau para pencari kerja saat ini mayoritas merupakan generasi millennial. Gabrielova dan Buchko (2021) menemukan bahwa generasi millennial senang untuk bekerja di perusahaan-perusahaan yang memberikan mereka kesempatan dalam berkontribusi secara signifikan. Generasi millennial umumnya mencari tempat kerja yang menyenangkan dengan waktu kerja yang fleksibel serta memberi fasilitas liburan yang biayanya ditanggung oleh perusahaan (Gabrielova dan Buchko, 2021).

### **Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan**

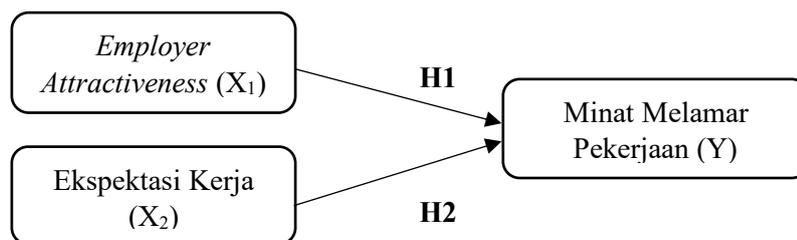
Semakin tinggi daya tarik perusahaan (*employer attractiveness*) dalam menarik minat pelamar, semakin tinggi keinginan pencari kerja untuk melamar di perusahaan (Sivertzen *et al.*, 2013). Penelitian Ruslim *et al.* (2021) membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Sejalan dengan penelitian tersebut, berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan hasil serupa yang membuktikan bahwa minat melamar pekerjaan dipengaruhi oleh *employer attractiveness* secara positif (Soeling *et al.*, 2022; El-Menawy dan Saleh, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka berikut adalah hipotesis pertama dalam penelitian ini:

**H1: *Employer attractiveness* berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan**

### **Pengaruh Ekspektasi Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan**

Ekspektasi calon karyawan terkait karir mereka dapat bersumber dari ekspektasi hidup, ekspektasi pekerjaan, dan proposisi nilai dari perusahaan yang dapat mereka rasakan (Desilva dan Dhammika, 2022). Ketika berencana mengikuti proses rekrutmen, para pencari kerja memiliki ekspektasi terhadap perusahaan dan jenis pekerjaan mereka (Rani *et al.*, 2023). Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa ekspektasi kerja berpengaruh positif terhadap minat calon karyawan yang mayoritas merupakan generasi Z untuk melamar di sebuah perusahaan (Rani *et al.*, 2022; Rani *et al.*, 2023). Berdasarkan penjelasan di atas, maka berikut adalah hipotesis kedua dalam penelitian ini:

**H2: Ekspektasi kerja berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan**



**Gambar 1.** Model Penelitian

Gambar 1 merupakan model yang digunakan dalam penelitian ini. H1 menunjukkan pengaruh *employer attractiveness* terhadap minat melamar pekerjaan. H2 menunjukkan pengaruh ekspektasi kerja terhadap minat melamar pekerjaan. *Employer attractiveness* dan ekspektasi kerja diduga mempengaruhi minat untuk melamar kerja pada mahasiswa.

## **Metode Penelitian**

### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk memeriksa secara keseluruhan hubungan antar variabel yang telah dinyatakan pada hipotesis. Pendekatan ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer dan kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2019).

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menggunakan sumber data primer serta sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden, yang merupakan mahasiswa dari program studi manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan tahun 2021. Sumber data sekunder diperoleh dengan membaca literatur dari berbagai sumber, seperti buku dan internet.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dapat diartikan sebagai sekelompok objek/subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2021 yang berasal dari program studi manajemen. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2021 pada program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang diambil secara acak sehingga metode *simple random sampling* adalah teknik yang digunakan. Teknik sampling pada penelitian ini mengacu pada Teori Roscoe dikarenakan jumlah populasinya tidak secara pasti diketahui. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2019), ukuran sampel yang sesuai untuk penelitian ialah 30-500. Jika penelitian menggunakan analisis multivariat maka jumlah sampel sekurang-kurangnya 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 49 orang.

### **Variabel Penelitian**

Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat untuk melamar pekerjaan yang diukur menggunakan instrumen dari jurnal penelitian terdahulu (Highhouse *et al.*, 2003; Taylor dan Bergmann, 1987). Selanjutnya, variabel independen yang diamati pengaruhnya terhadap variabel dependen ada dua, yakni: *employer attractiveness* dan ekspektasi kerja. *Employer attractiveness* diukur dengan instrumen yang mengacu pada penelitian Highhouse *et al.* (2003) dan ekspektasi kerja diukur dengan instrumen yang diadaptasi dari penelitian Iorgulescu (2016). Kuesioner untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yang terdiri atas 5 skala yaitu: SS = Sangat Setuju diberi skor 5, S = Setuju diberi skor 4, N = Netral diberi skor 3, TS = Tidak Setuju diberi skor 2, STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1.

### **Teknik Analisis**

Analisis data responden penelitian dilakukan dengan bantuan program SPSS 23. Setiap hipotesis diuji. Sebelum uji hipotesis dilakukan, validitas dan reliabilitas data akan diukur. Instrumen dinyatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel jika cronbach's  $\alpha$ nya lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2018). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya, nilai  $t$  akan digunakan sebagai acuan untuk menguji hipotesis. Hubungan antara kedua variabel dianggap signifikan jika  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel.

## Pembahasan

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data terbukti valid dan reliabel untuk responden sebanyak 49 orang. Untuk uji validitas, terbukti bahwa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Employer Attractiveness</i> (X1)	X1.1	0,632	0,282	Valid
	X1.2	0,704	0,282	Valid
	X1.3	0,645	0,282	Valid
	X1.4	0,687	0,282	Valid
	X1.5	0,588	0,282	Valid
	X1.6	0,806	0,282	Valid
	X1.7	0,652	0,282	Valid
	X1.8	0,644	0,282	Valid
	X1.9	0,794	0,282	Valid
	X1.10	0,637	0,282	Valid
	X1.11	0,719	0,282	Valid
	X1.12	0,738	0,282	Valid
Ekspektasi Kerja (X2)	X2.1	0,675	0,282	Valid
	X2.2	0,781	0,282	Valid
	X2.3	0,579	0,282	Valid
	X2.4	0,692	0,282	Valid
	X2.5	0,751	0,282	Valid
	X2.6	0,743	0,282	Valid
	X2.7	0,746	0,282	Valid
	X2.8	0,662	0,282	Valid
	X2.9	0,679	0,282	Valid
Minat Melamar Kerja (Y)	Y1	0,721	0,282	Valid
	Y2	0,730	0,282	Valid
	Y3	0,845	0,282	Valid
	Y4	0,714	0,282	Valid
	Y5	0,650	0,282	Valid

(Referensi: Pengolahan Data Penelitian, 2024)

Berdasarkan Tabel 1, setiap indikator instrumen penelitian terbukti memenuhi unsur validitas. Tahapan selanjutnya adalah mengukur reliabilitas item indikator setiap variabel.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Employer Attractiveness</i>	0,897	Reliabel
Ekspektasi Kerja	0,870	Reliabel
Minat Melamar Kerja	0,784	Reliabel

(Referensi: Pengolahan Data Penelitian, 2024)

Untuk uji reliabilitas item indikator, telah terbukti bahwa setiap instrumen dapat dikatakan reliabel. Berdasarkan Tabel 2, setiap variabel penelitian mempunyai nilai Cronbach's Alpha > 0,6 sehingga instrumen penelitian tergolong reliabel. Setelah melakukan tahap uji reliabilitas item indikator penelitian, langkah selanjutnya adalah menghitung nilai mean untuk setiap variabel.

**Tabel 3.** Mean Setiap Variabel Penelitian

Variabel	Kode Item	Skor	Mean	Kategori
<i>Employer Attractiveness</i> (X1)	X1.1	4.43	4,54	Sangat Tinggi
	X1.2	4.51		
	X1.3	4.55		
	X1.4	4.51		
	X1.5	4.45		
	X1.6	4.51		
	X1.7	4.47		
	X1.8	4.59		
	X1.9	4.65		
	X1.10	4.57		
	X1.11	4.59		
	X1.12	4.63		
Ekspektasi Kerja (X2)	X2.1	4.37	4,51	Sangat Tinggi
	X2.2	4.65		
	X2.3	4.43		
	X2.4	4.43		
	X2.5	4.53		
	X2.6	4.53		
	X2.7	4.57		
	X2.8	4.51		
	X2.9	4.57		
Minat Melamar Kerja (Y)	Y1	4.61	4,47	Sangat Tinggi
	Y2	4.65		
	Y3	4.33		
	Y4	4.41		
	Y5	4.33		

(Referensi: Pengolahan Data Penelitian, 2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari pengisian kuesioner, tampak bahwa mean untuk variabel *employer attractiveness* yang diteliti tergolong sangat tinggi dengan nilai 4,54. Mean variabel ekspektasi kerja sebesar 4,51 sehingga tergolong sangat tinggi. Kemudian, nilai mean variabel minat melamar kerja juga tergolong sangat tinggi dengan nilai 4,47.

**Tabel 4.** R<sup>2</sup> Model Penelitian

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 <sup>a</sup>	.568	.549	.27319

a. Predictors: (Constant), EA, EK

Dari Tabel 4 tampak bahwa variabel *employer attractiveness* dan ekspektasi kerja mampu memprediksi variabel minat melamar kerja sebesar 54,9% dan 45,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.062	.440		2.415	.020
	EK	.517	.203	.521	2.013	.048
	EA	.603	.210	.612	2.871	.006

a. Dependent Variable: MM

Dari Tabel 5 tampak bahwa variabel motivasi kerja dan lingkungan kerja mampu memprediksi variabel kinerja karyawan. Signifikansi nilai t kedua variabel independen  $< 0,05$  sehingga pengaruhnya terhadap kinerja karyawan terbukti signifikan.

### **Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan**

Menurut hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda, signifikansi nilai t untuk pengaruh variabel *employer attractiveness* terbukti signifikan ( $0.006 < 0,05$ ). Hasil ini mempunyai makna bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2021 terbukti. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif terhadap minat untuk melamar pekerjaan (Widianti dan Murti, 2022; Sivertzen *et al.*, 2013).

### **Pengaruh Ekspektasi Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda, signifikansi nilai t untuk pengaruh variabel ekspektasi kerja terbukti signifikan ( $0.048 < 0,05$ ). Hasil ini mempunyai makna bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa ekspektasi kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2021 terbukti. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa ekspektasi kerja berpengaruh positif terhadap minat untuk melamar pekerjaan (Rani *et al.*, 2022; Rani *et al.*, 2023).

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil pengolahan data, terbukti bahwa *employer attractiveness* memiliki pengaruh besar dan positif terhadap minat mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk melamar pekerjaan. Ini menunjukkan bahwa semakin menarik perusahaan, semakin banyak minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa daya tarik perusahaan menunjukkan hasil yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2021 berpersepsi bahwa mereka akan menerima berbagai macam manfaat atau benefit yang menyenangkan ketika bekerja di sebuah perusahaan. Selanjutnya, ekspektasi kerja

memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2021 untuk melamar pekerjaan. Ini menunjukkan bahwa semakin sesuai ekspektasi kerja yang diharapkan calon pelamar kerja dengan apa yang pada umumnya diberikan oleh perusahaan, maka semakin kuat minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan di perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya tentang *employer attractiveness* dan ekspektasi kerja berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya tarik perusahaan melalui *employer branding* dan menyesuaikan penawaran kerja dengan ekspektasi pencari kerja.

## Daftar Pustaka

- Amara, N. A. N., Barkah, Daud, I., Sulistiowati, & Hendri, M. I. (2023). The Effect of Employer Attractiveness and Compensation on Job Pursuit Intention to FMCG Companies in Indonesia: Corporate Reputation as an Intervening Variable. *Scientific Research Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 17-26.
- Anggoro, I. D., & Harsono, M. (2023). The Relationship Between Product Brands, Corporate Brands, Employer Brands, Social Media, Corporate Reputation, and Intention to Apply for a Job. *Global Research Review in Business and Economics*, 9(1), 57-65.
- Berthon, P., Ewing, M.J., Hah, L.L. (2005). Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 152-172.
- Desilva, L. N., & Dhammika, K. A. S. (2022). The Impact of Expectations on Turnover Intention Among Generation Z Employees in the Financial Sector in Sri Lanka. *Journal of Management, Social Sciences and Humanities*, 3(1), 55-82.
- Dessler, G. (2020). *Human Resources Management 16th Edition*. New York: Pearson.
- El-Menawy, S.M.A., Saleh, P.S. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job?. *Future Business Journal*, 9(65), 1-13.
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489-499.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.
- Hoang, H. T., & Ho, N. T. T. (2020). Antecedents of work readjustment of professional returnees: evidence from Vietnam. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(1), 58-72.
- Iorgulescu, M. C. (2016). Generation z and its perception of work. *Cross-Cultural Management Journal*, 18(1), 47-54.

- Lumban Gaol, F. V., Deti, R., & Yusuf, R. (2023). Analisis work life balance pada karyawan generasi milenial di Bandung. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 30-37.
- Moorthy, K., Na, S. A., Yee, C. W., Xian, C. Y., Jin, O. T., Mun, T. S., & Shan, W. S. (2017). Influence of corporate social responsibility in job pursuit intention among prospective employees in Malaysia. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1159-1180.
- Nashar, M., & Manurung, S.R. (2019). Pelatihan, Gaya Kepemimpinan, terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kinerja Karyawan sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT Astra Graphia, Tbk di Jakarta). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 265-283.
- Nguyen, M. H., Luan, N. V., & Khoa, B. T. (2021). Employer attractiveness and employee performance: an exploratory study. *Journal of System and Management Sciences*, 11(1), 97-123.
- Pingle, S. S., and Sharma, A. (2013). External employer attractiveness: a study of management students in India. *Journal of Contemporary Management Research*, 7(1), 78–95.
- Putri Sekar Purborini, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan Di Perusahaan Bumn Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103-114.
- Rani, I. H., Jalih, J. H., & Widyowati, L. A. (2022). Indonesian Generation Z work expectation and intention to apply for job: Role of social media. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(2), 193-206.
- Rani, I. H., Jalih, J. H., & Widyowati, L. A. (2023). Analyzing the impact of working expectations on intention to apply in Indonesia: A study on Gen Z college graduate. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 16(2), 287-308.
- Reis, G. G., Braga, B. M., & Trullen, J. (2017). Workplace authenticity as an attribute of employer attractiveness. *Personnel Review*, 46(8), 1962-1976.
- Ruslim, H., Turangan, J. A., & Wijaya, A. (2021). The Effect of Employer Attractiveness and Social Media on Corporate Reputation and Their Implications on Intention to Apply. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 6(6), 130-140.
- Soeling, P. D., Arsanti, S. D. A., & Indriati, F. (2022). Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia?. *Heliyon*, 8(4), 1-8.
- Sinaga, M. N., & Pramudita, D. P. D. (2023). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 34(3), 224-232.
- Sivertzen, A.M., Nilsen, E.R., dan Olafsen, A.H. (2013). Employer Branding: Employer Attractiveness and the use of Social Media. *Journal of Product & Brand Management*, 473-483.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Taylor, M. S., & Bergmann, T. J. (1987). Organizational recruitment activities and applicants' reactions at different stages of the recruitment process. *Personnel Psychology*, 40(2), 261–285.