

**PENGARUH PERSEPSI *EMPLOYER BRANDING* DAN  
REPUTASI PERUSAHAAN YANG DIBANGUN MELALUI  
INSTAGRAM TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN  
DI PT XYZ PADA CALON KANDIDAT KARYAWAN  
GENERASI Z**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**DENISA AZZURA**

**1191001063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**


**2023**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Denisa Azzura**

**NIM : 1191001063**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 28 Agustus 2023**


## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

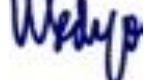
Nama : Denisa Azzura  
NIM : 1191001063  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi *Employer Branding* dan Reputasi Perusahaan yang Dibangun Melalui Instagram Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Di PT XYZ pada Calon Kandidat Karyawan Generasi Z

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bahan persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, SE., MSi (  )

Penguji 1 : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D (  )

Penguji 2 : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Agustus 2023

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Persepsi *Employer Branding* dan Reputasi Perusahaan yang Dibangun Melalui *Instagram* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di PT XYZ pada Calon Kandidat Karyawan Generasi Z”. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Baba, Ibu, dan Kaka selaku keluarga penulis yang telah memberikan banyak dukungan dan do’a kepada penulis.
2. Ibu Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan semasa perkuliahan dan telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberikan masukan yang bermanfaat selama proses penelitian tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM. sebagai dosen pembahas yang telah memberikan masukan hingga tugas akhir ini dapat dilanjutkan hingga tahap akhir.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman seperjuangan penulis Elsa, Syifa, Septi yang telah membantu penulis untuk saling bertukar pikiran, memberikan saran-saran terkait penyusunan Tugas Akhir, mendengarkan keluh kesah penulis, dan memberikan dorongan, semangat serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan Tugas Akhir ini

6. Seluruh pihak terkait lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan telah membantu memberikan semangat, arahan, kritik, dan saran dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi dapat bermanfaat untuk pembaca. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran yang membangun sangat dibutuhkan penulis untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 04 Agustus 2023



Denisa Azzura

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Denisa Azzura  
NIM : 1191001063  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI *EMPLOYER BRANDING* DAN REPUTASI PERUSAHAAN YANG DIBANGUN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN DI PT XYZ PADA CALON KANDIDAT KARYAWAN GENERASI Z**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti, Noneksektif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2023

Yang menyatakan



(Denisa Azzura)

**PENGARUH PERSEPSI *EMPLOYER BRANDING* DAN REPUTASI  
PERUSAHAAN YANG DIBANGUN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT MELAMAR PEKERJAAN DI PT XYZ PADA CALON KANDIDAT  
KARYAWAN GENERASI Z**

Denisa Azzura

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer branding* dan reputasi perusahaan terhadap minat generasi Z untuk melamar pekerjaan di PT.XYZ. Variabel *employer branding* yang diukur melalui pengetahuan generasi Z terhadap perusahaan sebagai pemberi kerja, yang meliputi (1) *Value of interest*, (2) *Social value*, (3) *Economic value*, (4) *Development value*, dan (5) *Application value*. Variabel reputasi perusahaan yang diukur pada (1) *Emotional Appeal*, (2) *Products and Services Appeal*, (3) *Vision and Leadership Appeal*, (4) *Workplace Environment Appeal*, (5) *Social and Environmental Responsibility Appeal*, dan (6) *Financial Performance Appeal*. Tahap perilaku karyawan potensial terhadap minat untuk melamar pekerjaan, yaitu: (1) Kebutuhan akan pekerjaan, (2) pencarian informasi pekerjaan, (3) menentukan pilihan pekerjaan, dan (4) pembuatan keputusan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada generasi Z yang sedang mengambil Pendidikan S1 Jurusan Teknik Geologi Teknik Pertambangan dan Teknik Industri dengan lokasi kampus berada di Jabodetabek yang merencanakan memulai karir atau sedang merencanakan untuk mencari pekerjaan baru. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan pada 103 responden menunjukkan bahwa *employer branding* tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan sedangkan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat generasi Z untuk melamar pekerjaan di PT. XYZ yang bergerak pada sektor pertambangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi reputasi perusahaan maka semakin tinggi pula generasi Z untuk minat melamar pekerjaan di PT XYZ.

Kata Kunci: *Employer Branding*, Generasi Z, Minat Melamar Pekerjaan, Reputasi Perusahaan.

***THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS EMPLOYER BRANDING AND  
COMPANY REPUTATION BUILT THROUGH INSTAGRAM ON INTEREST  
IN APPLICATION FOR JOB AT PT XYZ IN PROSPECTIVE EMPLOYEE  
CANDIDATES OF GENERATION Z***

Denisa Azzura

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of employer branding and company reputation on the interest of Generation Z to apply for jobs at PT. XYZ. Employer branding variables are measured through Generation Z's knowledge of the company as an employer, which includes (1) Value of interest, (2) Social value, (3) Economic value, (4) Development value, and (5) Application value. Company reputation variables measured on (1) Emotional Appeal, (2) Products and Services Appeal, (3) Vision and Leadership Appeal, (4) Workplace Environmental Appeal, (5) Social and Environmental Responsibility Appeal, and (6) Financial Performance appeals. The stages of potential employee behavior towards interest in applying for a job, namely: (1) Need for work, (2) search for job information, (3) determine job choices, and (4) decision making. This study uses a quantitative and qualitative approach by distributing questionnaires to generation Z who are currently taking their bachelor's degree in Geological Engineering, Mining Engineering and Industrial Engineering with campus locations in Jabodetabek who are planning to start a career or are planning to look for a new job. Based on the results of the questionnaire distributed to 103 respondents, it shows that employer branding has no effect on the interest in applying for a job, while the company's reputation has a positive effect on the interest of Generation Z to apply for a job at PT. XYZ engaged in the mining sector. This study concludes that the higher the company's reputation, the higher the Z generation will be interested in applying for a job at PT XYZ.*

*Keywords: Employer Branding, Generation Z, Interest in Applying for a Job, Company Reputation*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Batasan Penelitian .....	6
1.3    Rumusan Masalah .....	7
1.4    Tujuan Penelitian.....	7
1.5    Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1    Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2    Manfaat Peraktis .....	8
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1    Employer Branding .....	9
2.2    Reputasi Perusahaan.....	10
2.3    Minat Melamar Pekerjaan .....	11
2.4    Penelitian Terdahulu .....	13
2.5    Hipotesis.....	20
BAB III_METODE PENELITIAN.....	21
3.1    Populasi dan Sampling .....	21
3.1.1    Populasi.....	21
3.1.2    Sampel .....	21
3.2    Sumber Data .....	22
3.2.1    Data Primer .....	22
3.2.2    Data Skunder.....	23
3.3    Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.4	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5	Metode Analisis Data .....	31
3.6	Uji Instrument.....	31
3.6.1	Uji Validitas .....	31
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.7	Uji Deskriptif.....	32
3.8	Uji Asumsi Klasik .....	32
3.8.1	Uji Normalitas.....	32
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	33
3.8.3	Uji Heterokedasitas.....	33
3.9	Uji Regresi Linier Berganda .....	33
3.10	Uji Hipotesis .....	33
3.10.1	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	33
3.10.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	34
3.10.3	Uji Determinasi $R^2$ .....	34
3.11	Pendekatan Penelitian .....	34
BAB IV PEMBAHASAN.....		36
4.1	Karakteristik Responden .....	36
4.2	Demografi Responden.....	36
4.3	Uji Instrumen Data .....	37
4.3.1	Hasil Uji Validitas .....	37
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.4	Uji Deskriptif .....	40
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Employer Branding .....	40
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel Reputasi Perusahaan.....	42
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	43
4.5.1	Hasil Uji Normalitas .....	43
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
4.6	Uji Hipotesis.....	46
4.6.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
4.6.2	Hasil Uji t.....	47
4.6.3	Hasil Uji F.....	49
4.6.4	Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	49

4.7	Pembahasan .....	50
4.7.1	Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Niat untuk Melamar Pekerjaan .....	50
4.7.2	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Niat untuk Melamar Pekerjaan.....	55
4.7.3	Pengaruh <i>Employer Branding</i> dan Reputasi Perusahaan terhadap Niat untuk Melamar Pekerjaan .....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran .....	58
5.2.1	Saran dalam Aspek Keilmuan.....	58
5.2.2	Saran dalam Aspek Praktis .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....		60
Lampiran .....		65

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu .....	13
<b>Tabel 3. 1</b> Skala Penelitian .....	23
<b>Tabel 3. 2</b> Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	26
<b>Tabel 4. 1</b> Distribusi Demografi Reponden .....	37
<b>Tabel 4. 2</b> Hasil Uji Validitas .....	38
<b>Tabel 4. 3</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	39
<b>Tabel 4. 4</b> Hasil Statistik Deskriptif Variabel Employer Branding.....	40
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Statistik Deskriptif Variabel Reputasi Perusahaan .....	42
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolgomorov-Smirnov Test.....	45
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Heterokodasitas .....	46
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	47
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji F.....	49
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	50

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Data Survei Besaran Gaji Pada Sektor Perusahaan Tambang .....	3
<b>Gambar 1. 2</b> Jumlah pengguna Instagram di Indonesia.....	5
<b>Gambar 4. 1</b> Grafik P-Plot Uji Normalitas .....	44