

SKRIPSI

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING*, *E-RECRUITMENT*, DAN *CORPORATE REPUTATION* TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA MAHASISWA
GENERASI Z**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

ABDUL FATAH

NPM: 2242006

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING*, *E-RECRUITMENT*, DAN *CORPORATE REPUTATION* TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA MAHASISWA GENERASI Z

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh:

ABDUL FATAH

NPM : 22420006

TELAH DISETUJUI DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dwi Bhakti Irantini SE, M.Si.

Tanggal : 28 Jan 26

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM.

Tanggal : 29 Jan '26

SKRIPSI
PENGARUH EMPLOYER BRANDING, E-RECRUITMENT, DAN CORPORATE
REPUTATION TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA MAHASISWA
GENERASI Z
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan oleh:
ABDUL FATAH
NPM : 22420006

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Dr. Dwi Bhakti Irantini, SE., M.Si.

Anggota Dewan Penguji Lain



Wiwik Herawati, SE., MM



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 22 Juli 2022



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.
Ketua Program Studi

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Abdul Fatah
NPM : 22420006
Alamat : Perum Griya Benowo Indah Blok F 1
No. Tlp (HP) : 081397897288

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : "*PENGARUH EMPLOYER BRANDING, E-RECRUITMENT, DAN CORPORATE REPUTATION TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA MAHASISWA GENERASI Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*" , adalah murni gagasan yang belum pernah penulis pubiikasikan di media, baik majalah maupun jurnal ilmiah dan bukan tiruan (plagiat) dari karya orang lain.

Apabila ternyata nantinya rancangan penelitian tersebut ditemukan adanya adanya unsur plagiarisme maupun auoplagiarisme, saya selaku penulis penulis siap menerima sanksi akademik yang akan dijatuhkan oleh fakultas.

Demikian pernyataan ini penulis sebagai bentuk pertanggungjawaban etika akademik yang harus dijunjung tinggi di lingkungan perguruan tinggi.

Surabaya, 04 Maret 2026

Yang menyatakan,



(ABDUL FATAH)
NPM : 22420006

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Employer Branding*, *E-Recruitmen* dan *Corporate Reputation* Terhadap Minat Melamar Kerja Pada (Studi Kasus Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).”** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademis untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penyusunan Skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik dari segi material maupun moril, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati., M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Pratiwi Dwi Karjati, M.M., CRA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM Selaku ketua Program studi manajemen.
4. Ibu Dr.Dwi Bhakti Irantini SE,M,Si, Selaku selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak tenaga, waktu, dan pikiran serta dengan sabar memberikan bimbingan, kritik, dan saran maupun masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ibu Atty Erdiana, SE.M.Ak . selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,yang telah memberikan ilmu pengetahuan,wawasan,serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan
7. Seluruh Staff Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa untuk bisa mencapai titik ini serta kasih sayangnya yang tiada tara.
9. Untuk sahabat terbaik M.Fauzil Adhim, Dewantoro Harsono, Rizki Hibatur Farid Setiawan Hadi,Vanda Verginia, Charlita lay, Ivon anggraini terima kasih telah menjadi partner terbaik bagi penulis dalam segala hal selama masa perkuliahan dari hingga selesainya skripsi ini.
10. Untuk teman–teman seperjuangan, Alfathan,Teguh,Faricho,Cinta,Febiola ,Afi dan yang lain terima kasih selalu memberikan dukungan dan doa hingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini.
11. Penulis mengucapkan Terima kasih kepada Rekan-rekan kerja yang telah memberikan bantuan,dukungan serta kerja sama selama proses penyusunan skripsi ini
12. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Seseorang , yang melalui proses emosional dan refleksi diri telah mengajarkan penulis arti kehilangan, sekaligus menjadi titik balik untuk bangkit, berfokus, dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesungguhan.

13. Terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah bertahan hingga tahap ini. Proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah, namun dengan segala keterbatasan yang ada, saya tetap berusaha menyelesaikannya dengan penuh tanggung jawab.

Penulis selalu berdoa agar Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu, masukan dan kritik sangatlah bermanfaat demi tercapainya kesempurnaan tersebut. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 12 Desember 2025

Penulis

(Abdul Fatah)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Employer Branding*, *E-Recruitment*, dan *Corporate Reputation* terhadap minat melamar kerja pada Generasi Z. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian survei. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa Generasi Z di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berbasis skala Likert. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *E-Recruitment* dan *Corporate Reputation* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja, sementara *Employer Branding* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam proses rekrutmen berbasis digital serta reputasi perusahaan memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan minat melamar kerja pada Generasi Z.

Kata kunci: *Employer Branding*, *E-Recruitment*, *Corporate Reputation*, minat melamar kerja, Generasi Z

ABSTRACT

This research investigates the impact of Employer Branding, E-Recruitment, and Corporate Reputation on Generation Z's intention to apply for employment. A quantitative approach was adopted using a survey-based research design. The study population comprised Generation Z students at Wijaya Kusuma University Surabaya, with a total sample of 120 respondents selected through purposive sampling. Data were gathered through the distribution of questionnaires measured on a Likert scale. The obtained data were subsequently analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The findings indicate that E-Recruitment and Corporate Reputation exert a significant influence on job application interest, whereas Employer Branding does not demonstrate a significant effect. Accordingly, it can be inferred that the accessibility of digital recruitment processes and the company's reputation play a vital role in enhancing Generation Z's interest in applying for jobs.

Keywords: Employer Branding, E-Recruitment, Corporate Reputation, job application intention, Generation Z

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia.....	11
2.1.2 <i>Employer Branding</i>	13
2.1.2.1 Pengertian <i>Employer Branding</i>	13
2.1.2.2 Definisi <i>Employer Branding</i>	14
2.1.2.3 Indikator <i>Employer Branding</i>	15
2.1.2.4 Faktor yang mempengaruhi <i>Employer Branding</i>	15
2.1.3 <i>E-Recruitment</i>	16
2.1.3.1 Pengertian <i>E-Recruitment</i>	16
2.1.3.2 Definisi <i>E-Recruitment</i>	17
2.1.3.3 Indikator <i>E-Recruitment</i>	17
2.1.3.4 Faktor faktor yang mempengaruhi <i>E-Recruitment</i>	18
2.1.4 <i>Corporate Reputation</i>	20
2.1.4.1 Pengertian <i>Corporate Reputation</i>	20
2.1.4.2 Definisi <i>Corporate Reputation</i>	21
2.1.4.3 Faktor-Faktor <i>Corporate Reputation</i>	22
2.1.4.4 Indikator <i>Corporate Reputation</i>	23
2.1.5 Minat Melamar Kerja	25
2.1.5.1 Pengertian Minat Melamar Kerja	25
2.1.5.2 Definisi Minat Melamar Kerja.....	27
2.1.5.3 Faktor-Faktor Minat Melamar Kerja	27
2.1.5.4 Indikator Minat Melamar Kerja.....	29
2.1.6 Karakteristik Mahasiswa Generasi Z	30

2.1.6.1 Pengertian Karakteristik Mahasiswa Generasi Z.....	30
2.2 Penelitian terdahulu.....	32
2.3 Pengaruh antar variable	34
2.3.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Kerja.....	34
2.3.2 Pengaruh <i>E-Recruitment</i> terhadap Minat Melamar Kerja	35
2.3.3 Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> terhadap Minat Melamar Kerja	36
2.4 Model Analisis Serta Hipotesis	36
2.4.1 Hipotesis	36
2.7.2 Model Analisis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Pendekatan Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Identifikasi Variabel	40
3.4 Definisi Oprasional Variabel.....	41
3.5 Jenis Serta Sumber Data.....	42
3.5.1 Jenis Data.....	42
3.5.2 Sumber Data	43
3.6. Prosedur pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Uji Instrumen	45
3.7.1.2 Uji Realibitas.....	46
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.7.3 Uji Kelayakan Model.....	48
3.7.4 Uji Hipotesis	49
3.7.4.1 Uji T	49
3.7.5 Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	51
4.1. Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	53

4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden.....	54
4.4 Hasil Analisis Data.....	57
4.4.1 Hasil Uji Instrumen.....	57
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	58
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	62
4.4.3.1 Hasil Uji Kelayakan Model.....	62
4.4.3.2 Hasil Uji T.....	63
4.4.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65
4.5 Pembahasan hasil Penelitian.....	65
4.5.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Minat Melamar Kerja.....	65
4.5.2 Pengaruh <i>E-Recruitment</i> Terhadap Minat Melamar Kerja.....	66
4.5.3 Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> Terhadap Minat Melamar Kerja.....	67
BAB V.....	69
SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
DAFTAR PUSAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Kelompok Usia di Indonesia Tahun 2025	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4. 1 Identitas Mahasiswa UWKS Generasi Z.....	52
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban responden menurut kelas interval	54
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Employer Branding	54
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel E-Recruitment ...	55
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Corporate Reputation	56
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Melamar Kerja.....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Linear Berganda.....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kelayakan Model.....	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji T	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	38
---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	75
LAMPIRAN 2	82
LAMPIRAN 3	95