

## Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur

Rahmadi Wirohikmawan, Kustini Kustini\*

Program Studi Manajemen FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

\*Correspondence email: kustini.ma@upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

Di masa sekarang, perhatian atas terciptanya merek atas perusahaan mulai dipakai untuk dasar adanya proses untuk rekrutmen pekerja atau bisa dikatakan sebagai merek atas perusahaan untuk Daya Tarik Perusahaan. Selain dari Daya Tarik Perusahaan, calon pelamar juga sering melakukan pertimbangan untuk perusahaan melalui reputasi yang dimiliki oleh perusahaan disaat akan melamar pekerjaan. Tujuan dilakukan studi ini ialah guna melakukan analisis untuk mengetahui adanya suatu pengaruh Daya Tarik Perusahaan serta Reputasi Perusahaan akan minat melamar pekerjaan. Teknik *sampling* pada studi ini memakai teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* serta memakai *smartPLS* sebagai alat analisis. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan ke Mahasiswa Angkatan 2017 dan 2018 melalui *google form*, dengan total sampel sejumlah 151 responden. Perolehan pada studi ini menampilkan jika Daya Tarik Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan serta positif akan minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Reputasi Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan positif akan Minat melamar pekerjaan di Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.

**Kata kunci** : Daya Tarik Perusahaan; Reputasi Perusahaan; Minat Melamar Pekerjaan.

### ABSTRACT

*At present, attention to the creation of a company brand is starting to be used as the basis for a process for employee recruitment or it can be said as a company brand for Employer Branding. Apart from Employer Branding, prospective applicants also often make considerations for the company through the reputation owned by the company when applying for a job. The purpose of this study is to conduct an analysis to determine the effect of Employer Branding and Employer Attractiveness on interest in applying for jobs. The sampling technique in this study uses the Proportionate Stratified Random Sampling technique and uses smartPLS as an analytical tool. Data were obtained from questionnaires distributed to Class of 2017 and 2018 students via google form, with a total sample of 151 respondents. The findings in this study show that Employer Branding has a significant and positive influence on interest in applying for jobs at UPN "Veteran" East Java Management Students. Employer Attractiveness has a significantly positive influence on Interest in applying for jobs at UPN "Veteran" East Java Management Student.*

**Keywords** : *Employer Attractiveness; Employer Branding; Intention to Apply Jobs.*

### PENDAHULUAN

Di masa sekarang, perusahaan mempunyai fokus besar dalam pembangunan untuk citra organisasi agar dapat menjadi industri yang potensial guna menciptakan tempat kerja yang baik. Dengan adanya manajemen sumber daya yang diterapkan untuk prinsip akan branding atau bisa disebut dengan Daya Tarik Perusahaan. Pengertian Daya Tarik Perusahaan ialah paket akan fungsi atas ekonomi serta psikologi yang berada pada perusahaan serta dengan pekerjaan yang telah sesuai. Dengan tujuan untuk bisa mengembangkan pekerja dalam membentuk suatu citra perusahaan melalui pelatihan agar para pekerja mempunyai rasa peduli yang tinggi untuk industri (Andi Batary Citta, 2020). Daya Tarik Perusahaan merupakan suatu manfaat yang diinginkan pekerja saat dirinya dapat bekerja pada organisasi (Rizqi Ariyanto, 2021). Daya Tarik Perusahaan ialah rangkaian keuntungan secara ekonomis, fungsional serta psikologis pada perusahaan Menjadi seorang pekerja yang mempunyai Daya Tarik Perusahaan, pekerja merasakan adanya kesempatan guna adanya peningkatan jenjang untuk masa mendatang. Seperti mantan pekerja yang telah memiliki pengalaman bekerja pada industri perusahaan

serta telah mempunyai Daya Tarik Perusahaan tinggi maka berdampak pada lebih mudahnya manatan pekerja tersebut untuk dapat diterima di perusahaan lain jika dibandingkan dengan mantan pekerja yang tidak mempunyai Daya Tarik Perusahaan. Akan tetapi, terdapat suatu perbedaan untk perolehan studi mengenai Daya Tarik Perusahaan pada bermacam negara. Pada negara India, dengan adanya nilai sosial serta pengembangan ialah suatu hal yang memebrikan pengaruh terbesar untuk minat dalam melamar kerja. Sementara di Norwegia, Daya Tarik Perusahaan dengan pengaruh untuk kemauan dalam melamar ialah nilai psikologis, nilai inovasi serta nilai aplikasi (Fridantara, 2018). H1: Diduga daya tarik perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Selain dari Daya Tarik Perusahaan, calom pelamar kerja sering sekali untuk melakukan pertimbangan akan perusahaan melalui reputasi yang dimiliki saat akan melamar pada perusahaan tersebut. Penegrtian dari reputasi adalah wujud atas pengalaman seseorang akan pelayanan ataupun produk yang telah didapat maupun dirasakan (Herwin, 2018). Kemauan melamar tergantung dari pandangan pelamar akan Reputasi Perusahaan (Ekhsan & Fitri, 2021). Dari perspektif calon karyawan Reputasi Perusahaan ialah sebagai sebuah kekuatan yang menarik perhatian calon karyawan agar perusahaan fokus pada Daya Tarik Perusahaan, sementara di sisi karyawan Reputasi Perusahaan dapat mendorong karyawan agar loyal dengan organisasi sebagai tempat dirinya bekerja (Dita Fitri Widianti, 2022). Adapun enam elemen dari atribut Reputasi Perusahaan yaitu *Product and Services, Emotional appeal, Vision and Leadership, Social and Environtmental Responsibility Workplace Environment* serta *Financial Performance*. H2 : Diduga reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Minat melamar pekerjaan merupakan proses untuk ketertarikan guna mempunyai suatu pekerjaan diawali dengan semua upaya untuk mencari informasi yang berkaitan dengan lowongan kerja. (Shalahuddin, 2022). Minat melamar pekerjaan dapat ditandai dengan perilaku pencari kerja yang berusaha mencari informasi terkait perusahaan yang ingin dilamarnya (Putri Sekar Purborini, 2022). Terdapat tahapan yang oleh calon pekerja untuk minat melamar pekerjaan, yaitu yang pertama ialah melakukan pemilihan serta pertimbangan untuk pekerjaan yang diinginkan, selanjutnya ialah mencari suatu informasi melalui sumber untuk rekrutmen perusahaan, lalu menentukan pilihan guna dapat menerima atau tidak untuk pekerjaan tersebut (Octavianus Sumardana, 2014). Adapun menurut (Komang Dede Permadi, 2015) terdapat indikator untuk ketertarikan dalam melamar pekerjaan, yaitu pencarian informasi pekerjaan, kebutuhan akan pekerjaan, pembuatan keputusan serta penentuan pilihan pekerjaan.

Menurut *website* resmi dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Perguruan Tinggi Negeri ini memiliki 7 Fakultas dan 24 Program Studi untuk program Sarjana. Salah satu Program Studi yang terdapat di Perguruan Tinggi ini ialah Manajemen (Manajemen, n.d.). Manajemen merupakan salah satu jurusan yang berhasil menghasilkan lulusan Sarjana dengan rata-rata kurang lebih 250 orang setiap tahunnya. Dengan berbekal gelar Sarjana dan ilmu yang telah didapatkan selama menyelesaikan program S1, tentu para lulusan ini dapat memiliki kesempatan untuk memilih beragam jalan karir yang tersedia seperti bekerja di perusahaan negeri atau swasta, berwirausaha, ataupun yang lainnya.

**Tabel 1**  
**Data Tracer Study Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jatim Angkatan 2012-2016**

DATA TRACER STUDY MAHASISWA MANAJEMEN UPN "VETERAN" JATIM ANGKATAN 2012-2016									
NO.	BEKERJA	BELUM BEKERJA/SEDANG MENCARI PEKERJAAN	SUDAH RESIGN	BERWIRAUUSAHA	PENDIDIKAN (S2)	LAINNYA (FREELANCER)	TIDAK BEKERJA	TIDAK DIISI	TOTAL
1.	213	34	3	41	2	5	5	2	304

Sumber : Program Studi S1 Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur

Berdasarkan *Data Tracer Study* tersebut, lulusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Angkatan 2012-2016 lebih banyak yang memilih untuk bekerja di perusahaan/instansi ketimbang pilihan lain seperti berwirausaha, melanjutkan studi S2, ataupun pilhan-pilihan lainnya.

Disisi lain bukan hanya yang sudah bekerja di perusahaan saja, sebagai lulusan yang memilih untuk bekerja di perusahaan, masih ada sekitar 34 dari 304 data mahasiswa yang masih belum mendapat

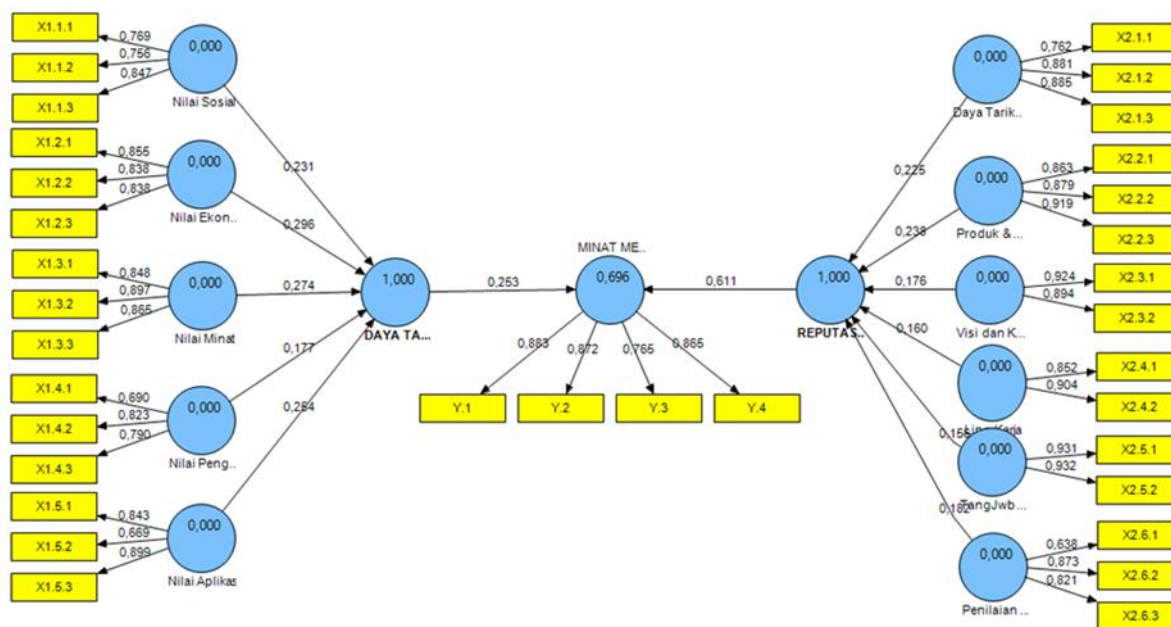
pekerjaan atau sedang menunggu panggilan kerja. Hal tersebut merupakan dampak dari persaingan kerja yang semakin lama semakin bersaing sebab jumlah dari pelamar jauh lebih tinggi apabila dibandingkan jumlah dari lowongan pekerjaan yang ada pada perusahaan. Adapun Lulusan Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur yang memilih untuk tetap bersaing dengan jumlah pelamar yang banyak di setiap lowongan pekerjaan sebagai karyawan daripada beralih profesi atau memilih opsi karir lain pasca jenjang perkuliahan, merupakan hasil dari perusahaan yang memiliki daya tarik yang baik. Selain itu, Reputasi Perusahaan yang dianggap baik oleh Lulusan Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur tentu memiliki persaingan yang ketat, dengan beragamnya sesi seleksi dan terbatasnya kuota yang diberikan pada setiap posisi yang dibuka saat *Open Recruitment* apabila dibandingkan dengan industri dengan reputasi yang kurang baik.

## METODE

Metode penelitian pada studi ini ialah dengan memakai metode kuantitatif. Untuk mendapatkan data kuantitatif pada studi maka digunakan skala pengukuran yaitu skala ordinal serta pembobotan likert. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan *Proportionate Stratified Random Sampling*, menggunakan teknik ini dikarenakan populasi yang tidak homogen (Sugiyono, 2016). Jumlah untuk anggota sampel secara keseluruhan ditentukan dengan menggunakan Rumus Taro Yaname serta dengan Slovin, hal ini mengacu pada pendapat bahwa "teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yaname dan Slovin apabila populasi sudah diketahui" (Riduwan, 2011). Dengan populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 & 2018 sejumlah 409 Mahasiswa, maka jumlah sample yang digunakan adalah 151 orang. Sehingga jumlah sample dari penelitian ini ada 151 responden, dengan pembagian 106 untuk Angkatan 2018 dan 45 untuk Angkatan 2017.

## HASIL

Dari hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan didapatkan perolehan jika terdapat responden perempuan sebanyak 94 orang atau 62%, dan laki – laki sebanyak 57 orang atau 38%. Dengan demikian responden terbanyak adalah perempuan dengan 62%. Sebagian responden adalah Mahasiswa yang berusia 22 tahun dengan total sebanyak 83 orang atau sebesar 55%.



Sumber : Hasil Olah Data PLS

**Gambar 1**  
*Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square*

Berdasarkan outer model terlihat besaran perolehan nilai untuk *factor loading* untuk setiap indikator berada diatas simbol panah antara variabel konstruk serta dari indikator studi, juga bisa terlihat untuk besaran perolehan untuk *path coefficients* ada diatas simbol panah yang berada diantara variabel

endogen dengan eksogen. Juga dapat terlihat untuk perolehan besaran nilai dari *R-Square* terdapat dalam lingkaran dari variabel dari Minat Melamar Pekerjaan.

Indikator untuk Validitas dihitung dengan perolehan untuk nilai dari *Factor Loading* dengan nilai variable untuk indikatornya lebih tinggi 0,5 dan atau perolehan untuk T-Statistic lebih tinggi 1,96 (perolehan Z atas  $\alpha = 0,05$ ). *Factor Loading* ialah hubungan yang ada diantara variabel dengan indikatornya, apabila perolehan lebih tinggi 0,5 dapat disimpulkan valid atau apabila perolehan untuk T-Statistic lebih tinggi 1,96 dapat dikatakan memiliki korelasi yang signifikan.

Terlihat pada tabel outer loading, indikator yang reflektif dalam dimensi untuk **Nilai Ekonomis, Nilai Sosial, Nilai Minat, Nilai Pengembangan**, serta **Nilai Aplikasi** dari variabel **Daya Tarik Perusahaan (X1)**, begitu juga dengan dimensi **Produk dan Layanan, Daya Tarik Emosional, Visi dan Kepemimpinan, Tanggung Jawab Sosial serta Lingkungan, Lingkungan Kerja, dan Penilaian Keuangan** dari variabel **Reputasi Perusahaan (X2)** dan **Minat Melamar Pekerjaan (Y)** menampilkan jika perolehan untuk *factor loading* lebih tinggi 0,50 dan atau signifikan (perolehan T-Statistic lebih tinggi Z  $\alpha = 0,05$  (5%) = 1,96), bisa disimpulkan apabila perolehan semua indikator pada studi ini reflektif serta terpenuhi untuk *convergent validity* atau mempunyai validitas bagus.

**Tabel 2.**  
*Average variance extracted (AVE), Composite Reliability, R-square*

	AVE	Composite Reliability	R Square
<b>DAYA TARIK PERSH (X1)</b>	0,438176	0,920094	
<b>Daya Tarik Emosional</b>	0,713154	0,881303	
<b>Ling.Kerja</b>	0,771695	0,871039	
<b>MINAT MELAMAR PEK. (Y)</b>	0,718374	0,910485	0,695852
<b>Nilai Aplikasi</b>	0,655609	0,849116	
<b>Nilai Ekonomis</b>	0,711426	0,880886	
<b>Nilai Minat</b>	0,757436	0,903500	
<b>Nilai Pengembangan</b>	0,592446	0,812640	
<b>Nilai Sosial</b>	0,626780	0,834027	
<b>Penilaian Keu.</b>	0,614476	0,824627	
<b>Produk &amp; Layanan</b>	0,787165	0,917269	
<b>REPUTASI PERSH (X2)</b>	0,578334	0,952955	
<b>TangJwb Sos &amp; Ling.</b>	0,867025	0,928777	
<b>Visi dan Kepemprn</b>	0,826417	0,904937	

Sumber : Hasil Olah Data PLS

Model Pengukuran yang selanjutnya ialah nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, merupakan suatu nilai yang dapat menampilkan besaran untuk varian akan indikator yang ada pada variabel laten. Konvergen untuk nilai dari AVE lebih tinggi 0,5 yang bisa menampilkan adanya kecukupan untuk suatu validitas dengan nilai yang bagus untuk variabel laten. Dalam indikator reflektif bisa terlihat untuk perolehan AVE dari setiap konstruk. Dengan syarat model yang bagus jika perolehan untuk nilai AVE setiap konstruk lebih tinggi 0,5. sebuah nilai yang menunjukkan besarnya varian indikator yang dikandung oleh variabel latennya. Konvergen

Perolehan untuk uji AVE untuk konstruk **Nilai Sosial, Nilai Ekonomis, Nilai Minat, Nilai Pengembangan**, dan **Nilai Aplikasi**, dan variabel **Daya Tarik Perusahaan (X1)**, begitu juga dimensi **Daya Tarik Emosional, Produk dan Layanan, Visi dan Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**, dan **Penilaian Keuangan** dan variabel **Reputasi Perusahaan (X2)** serta variabel **Minat Melamar Pekerjaan (Y)** menunjukkan jika nilai untuk (*AVE*) lebih tinggi dari *cut-off* 0,5, dapat disimpulkan untuk keseluruhan dari dimensi serta variabel pada studi memiliki nilai validitas yang bagus.

Reliabilitas konstruk diukur menggunakan perolehan nilai dari *composite reliability*, dapat dikatakan konstruk reliabel apabila perolehan untuk *composite reliability* lebih tinggi 0,70 dapat disimpulkan jika seluruh indikator pada studi konsisten untuk mengukur variabel akan laten.

Perolehan untuk uji dari *composite reliability* dengan konstruk akan **Nilai Ekonomis, Nilai Sosial, Nilai Minat, Nilai Pengembangan** serta **Nilai Aplikasi**, dan variabel **Daya Tarik Perusahaan (X1)**, begitu juga dimensi **Produk dan Layanan, Daya Tarik Emosional, Visi dan Kepemimpinan**,

**Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, Lingkungan Kerja dan Penilaian Keuangan** serta variabel **Reputasi Perusahaan (X2)** serta **variabel Minat Melamar Pekerjaan (Y)** menampilkan hasil perolehan *composite reliability* lebih tinggi dari *cut-off* 0,7, dapat diambil kesimpulan jika semua konstruk dimensi serta variabel pada studi telah reliabel.

Nilai R-square dalam variabel Minat Melamar Pekerjaan (Y) sejumlah 0,695852, dengan arti untuk adanya pengaruh dari variabilitas Minat Melamar Pekerjaan bisa diterangkan variabel Daya Tarik Perusahaan serta Reputasi Perusahaan sejumlah 69,58%, dengan sisa sejumlah 30,42% bisa diterangkan variabel lain diluar studi.

**Tabel 3**  
**Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)**

	Path Coefficients (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STERR )	P Values
DAYA TARIK PERSH (X1) -> MINAT MELAMAR PEK. (Y)	0,252973	0,270302	0,082067	3,082540	0,003
REPUTASI PERSH (X2) -> MINAT MELAMAR PEK. (Y)	0,611366	0,598093	0,089941	6,797380	0,000

Sumber: Hasil Olah Data PLS

Berdasarkan hasil table di atas hipotesis 1: Daya Tarik Perusahaan (X1) mempunyai suatu pengaruh secara positif akan Minat Melamar Pekerjaan (Y) bisa diterima, perolehan nilai *path coefficients* sejumlah 0,252973, serta perolehan untuk T-Statistic sejumlah 3,082540 > 1,96 (berdasar perolehan  $Z\alpha = 0,5$ ) atau dengan P Value 0,003 < 0,05, bisa disimpulkan **Signifikan (positif)**. Dapat dikatakan variabel untuk Daya Tarik Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan positif akan minat melamar pekerjaan untuk Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Artinya Daya Tarik Perusahaan memberikan suatu nilai bagi Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur dalam mengambil keputusan melamar pekerjaan pada suatu perusahaan. Hasil analisis deskriptif variabel Daya Tarik Perusahaan, dimensi yang memiliki kontribusi terbanyak ialah nilai ekonomis. Oleh karena itu, dengan Daya Tarik Perusahaan yang menjamin nilai ekonomis dengan baik maka akan sangat mempengaruhi minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Perolehan studi ini searah dengan studi yang menampilkan perolehan jika Daya Tarik Perusahaan mempunyai suatu pengaruh signifikan serta positif akan minat melamar pekerjaan (Fridantara, 2018). Maka dengan ini, Daya Tarik Perusahaan tinggi dapat meningkatkan keinginan dalam melamar suatu pekerjaan untuk calon pekerja ataupun mahasiswa.

Hipotesis 2: diduga Reputasi Perusahaan (X2) mempunyai pengaruh secara positif akan minat melamar pekerjaan (Y) bisa diterima, dengan perolehan nilai untuk *path coefficients* sejumlah 0,611366, serta perolehan untuk T-Statistic sejumlah 6,797380 > 1,96 (berdasar perolehan  $Z\alpha = 0,5$ ) atau dengan P Value 0,000 < 0,05, maka bisa disimpulkan **Signifikan (positif)**. Maka variabel Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Artinya Reputasi Perusahaan memberikan suatu nilai bagi Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur dalam mengambil keputusan melamar pekerjaan pada suatu perusahaan. Hasil analisis deskriptif variabel Reputasi Perusahaan, dimensi yang memiliki kontribusi terbanyak ialah *Product and Services* (Produk dan Layanan). Oleh karena itu, dengan Reputasi Perusahaan yang memiliki *Product and Services* yang baik maka akan sangat mempengaruhi minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Maka bisa dijelaskan terdapat kesamaan hasil dengan penelitian yang telah dilakukan yang menampilkan jika Reputasi Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara positif serta signifikan akan minat untuk melamar (Ekhsan & Fitri, 2021). Apabila semakin bagus reputasi yang diperoleh perusahaan tentunya semakin besar juga minat mahasiswa guna melamar pekerjaan pada perusahaan.

## SIMPULAN

Daya Tarik Perusahaan dari suatu perusahaan yang baik akan berpengaruh terhadap keberminatan melamar pekerjaan, maka keberminatan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam melamar pekerjaan akan

semakin banyak apabila Daya Tarik Perusahaannya baik. Reputasi Perusahaan ialah hal yang penting untuk mempengaruhi keberminatan dalam melamar pekerjaan, maka dengan hal tersebut minat melamar pekerjaan dari Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur akan tinggi sesuai dengan Reputasi Perusahaannya.

Indikator reflektif pada dimensi Nilai Sosial, Nilai Ekonomis, Nilai Minat, Nilai Pengembangan, serta Nilai Aplikasi dari variabel Daya Tarik Perusahaan (X1), begitu juga dengan dimensi Daya Tarik Emosional, Produk dan Layanan, Visi dan Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Tanggung Jawab Sosial serta Lingkungan, dan Penilaian Keuangan dari variabel Reputasi Perusahaan (X2) dan Minat Melamar Pekerjaan (Y) menunjukkan nilai signifikan.

Adapun saran bagi perusahaan yang sedang maupun akan membuka *recruitment* diharapkan dapat memperhatikan daya tariknya, dan dapat mengutamakan peningkatan reputasinya. Sebab, hal tersebut akan membuat Mahasiswa atau pelamar merasa tertarik, dan antusias, serta berminat untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi Batary Citta, N. B. (2020). Penerapan Employer Branding Dalam Suatu Perusahaan : Studi Beberapa Literature. *Jurnal Mirai Management*.
- Dita Fitri Widiyanti, A. M. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen Daya Saing*.
- Herwin, F. A. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara*.
- Komang Dede Permadi, I. G. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana*.
- Octavianus Sumardana, A. G. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*.
- Putri Sekar Purborini, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan Di Perusahaan Bumn Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediator (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Rizqi Ariyanto, Kustini Kustini. (2021). Employer Branding And Employee Value Proposition: The Key Success Of Startup Companies In Attracting Potential Employee Candidates. *Employer Branding And Employee Value Proposition: The Key Success Of Startup Companies In Attracting Potential Employee Candidates*.
- Shalahuddin, M. F. (2022). Peran Kompensasi Dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *Peran Kompensasi Dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial*.
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (2021). Pengaruh employer branding terhadap minat melamar pekerjaan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 97–107.
- Fridantara, A. S. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-recruitment terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Islam Indonesia.
- Manajemen, P. (n.d.). *UPN "Veteran" Jawa Timur*. <http://manajemen.upnjatim.ac.id/>
- Riduwan, K. (2011). Engkos 2011. *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.