CORPORATE REPUTATION'S MEDIATION IN GEN Z'S JOB APPLICATION INTENTIONS IN WEST KALIMANTAN

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Megawati
B1021211011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

CORPORATE REPUTATION'S MEDIATION IN GEN Z'S JOB APPLICATION INTENTIONS IN WEST KALIMANTAN

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Megawati
B1021211011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Megawati
NIM	: B1021211011
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Sumber Daya Manusia
Judul Karya Akhir	: *Corporate Reputation's Mediation In Gen Z's Job Application Intentions In West Kalimantan*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 10 Januari 2025



Megawati
NIM. B1021211011

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	:	Megawati
NIM	:	B1021211011
Jurusan	:	Manajemen
Program Studi	:	Manajemen Reguler
Konsentrasi	:	Sumber Daya Manusia
Tanggal Ujian	:	10 Januari 2025

Judul Karya Akhir:
Corporate reputation's mediation in gen z's job application intentions in west Kalimantan

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 10 Januari 2025



Megawati
NIM. B1021211011

LEMBAR YURIDIS

CORPORATE REPUTATION'S MEDIATION IN GEN Z'S JOB APPLICATION INTENTIONS IN WEST KALIMANTAN

Penanggung jawab Yuridis

Megawati
B1021211011

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia
Tanggal Ujian : 10 Januari 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Pramana Saputra, S.E., M.M. NIP. 199101142022031006	19/01/25	
Pembimbing 2	Arman Jaya, S.Pd.I., M.M. NIP. 199009202022031006	19/01/25	
Penguji 1	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si. NIP. 197506081998021001	19/01/25	
Penguji 2	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M. NIP. 197402021998031001	15/01/25	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program MBKM Riset dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 24 JAN 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Fitgus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulliah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul ***"Corporate reputation's mediation in gen z's job application intentions in west Kalimantan"*** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada Ayah dan Ibu tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Prodi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
6. Uray Mustakim Z, S.E., M.M. dan Pramana Saputra, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan dari semester 1 sampai penulis menyelesaikan studi.
7. Arman Jaya, S.Pd.I., M.M. selaku Dosen pembimbing lapangan dan pembimbing riset yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.
8. Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan kritis yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya akhir ini.
9. Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan dan pertanyaan yang membangun selama kolokium karya akhir ini.
10. Dosen MBKM riset manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan dalam proses penyelesaian karya akhir ini.
11. Almh. Ibu Hj. Suryati yang saya sebut Mama. Alhamdulillah penulis sudah ditahap menyelesaikan studi yang engkau nanti–nantikan, sebagai perwujudan hadiah terakhir disaat engkau pergi dan pada akhirnya penulis berjuang dalam sakit dan tertatih tanpa engkau temani lagi. Terima kasih kepada Abah yaitu Bapak H. Wahyu H.W. sosok ayah yang selalu memberikan kasih sayang yang berlimpah,

materi, fasilitas, semangat dan amanah sehingga penulis dapat menyelesaikan sarjana. Semoga penulis dapat menjadi anak yang dibanggakan oleh kedua orangtua penulis.

12. M. Chairir Rijal, S.Kom, Tanzila, S.Ak, Nurhidayani, S.H. selaku Abang dan Kakak penulis yang memberikan semangat, mensupport, bertukar pikiran, dan selalu ada untuk penulis.
13. Rekan pejuang riset yakni Sandrina Setia Ningrum, Agatha Yuspita, Adella Patricia, Lie Lie, Rio Nardi, Maulana Radiyan Rifki, Michael Victorio, dan Goku Syahlidi yang telah bersama berjuang dari awal hingga selesai dalam proses proses penulisan karya akhir ini.
14. Rekan lain penulis yakni Darulizhar, Putriani, Angelica Casandra, Soniya, Adelia Mayasira serta teman-teman yang tidak dapat ditulis satu per satu yang telah memberikan semangatnya kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir.
15. Untuk diri sendiri , yang telah berjuang meyakinkan diri bisa melewati dan mengerjakan tugas akhir hingga selesai.

Pontianak, 10 Januari 2025



Megawati
NIM. B1021211011

Corporate reputation's mediation in gen z's job application intentions in west Kalimantan

Megawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Pontianak

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik pemberi kerja, media sosial, dan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi terhadap niat melamar pekerjaan Generasi Z di Kalimantan Barat. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 194 responden Gen Z dari Kalimantan Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui survei *online* menggunakan *Google Forms*. Data tersebut dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan aplikasi statistik *SMARTPLS* 4.0. Berdasarkan analisis, disimpulkan bahwa daya tarik pemberi kerja tidak secara signifikan mendorong Generasi Z untuk melamar pekerjaan di Kalimantan Barat. Sebaliknya, media sosial secara efektif meningkatkan minat mereka untuk melamar. Baik daya tarik pemberi kerja maupun media sosial memengaruhi reputasi perusahaan, yang pada gilirannya mendorong Generasi Z untuk melamar pekerjaan. Selain itu, reputasi yang kuat memperkuat pengaruh daya tarik pemberi kerja dan media sosial dalam menarik pelamar.

Kata Kunci : Reputasi Perusahaan, Daya Tarik Pemberi Kerja, Niat Untuk Melamar, Media Sosial

Corporate reputation's mediation in gen z's job application intentions in west Kalimantan

Megawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Pontianak

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of employer attractiveness, social media, and corporate reputation as mediating variables on the job application intentions of Generation Z in West Kalimantan. The population for this research consists of 194 Gen Z respondents from West Kalimantan. The study employs a quantitative approach, collecting data through an online survey using Google Forms. The data is analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of the SMARTPLS 4.0 statistical application. Based on the analysis, it is concluded that employer attractiveness does not significantly encourage Generation Z to apply for jobs in West Kalimantan. In contrast, social media effectively boosts their interest in applying. Both employer attractiveness and social media influence corporate reputation, which in turn encourages Generation Z to apply for jobs. Additionally, a strong reputation enhances the effects of employer attractiveness and social media in attracting applicants.

Keywords : *Corporate Reputation, Employer Attractiveness, Intention to Apply, Social Media.*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Corporate reputation's mediation in gen z's job application intentions in west Kalimantan

1. Latar Belakang

Saat ini, perusahaan-perusahaan terlibat dalam "perang untuk mendapatkan talenta," yang mengharuskan mereka untuk menarik dan mempertahankan karyawan terbaik demi keunggulan kompetitif. Namun, banyak organisasi yang gagal mengenali dan menghargai karyawan yang luar biasa. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menarik, mempertahankan, dan mengembangkan talenta terbaik mereka (Santiago, 2019).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, tumbuh di era digital dan sangat menghargai prinsip-prinsip yang penting bagi mereka (Septiawan & Masrunik, 2020). Mereka memiliki perspektif kerja, harapan, dan preferensi yang berbeda, sehingga perusahaan perlu memahami kebutuhan dan motivasi mereka. Generasi Z kini menyusun 27,94% dari populasi Indonesia (BPS) dan menjadi target utama dalam perang talenta (Vondrea & Riza, 2024).

Branding perusahaan melalui media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi Generasi Z terhadap perusahaan, terutama dalam hal nilai, budaya, dan kepribadian (Phalevi & Handoyo, 2023). Generasi ini mengharapkan pengalaman digital yang mulus dan transparansi dari perusahaan. Daya tarik pemberi kerja sangat memengaruhi niat pencari kerja untuk melamar, dan reputasi perusahaan menjadi faktor kunci dalam menarik minat kandidat (Annisa et al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik mereka dan membangun reputasi yang kuat untuk menarik talenta berkualitas (Ahamad et al., 2023).

2. Permasalahan

Berdasarkan pada latar belakang masalah dalam uraian variabel di atas, peneliti berusaha untuk menjawab hal yang dapat terjadi pada perusahaan di Kalimantan Barat khususnya pada kinerja pada karyawan generasi Z yang dapat dipengaruhi oleh *employer attractiveness, corporate reputation, intention to apply,* dan *social media*. Adapun rumusan masalah telah dibuat sebagai berikut:

1) Apakah *employer attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z?
2) Apakah *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z?
3) Apakah *employer attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation* generasi Z?
4) Apakah *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation* generasi Z?

5) Apakah *corporate reputation* berpengaruh signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z?
6) Apakah terdapat pengaruh *employer attractiveness* terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi?
7) Apakah terdapat pengaruh *social media* terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi?

3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah:

1) Untuk menguji dan menganalisis perilaku *employer attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z.
2) Untuk menguji dan menganalisis perilaku *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z.
3) Untuk menguji dan menganalisis perilaku *employer attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation* generasi Z.
4) Untuk menguji dan menganalisis perilaku *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation* generasi Z.
5) Untuk menguji dan menganalisis *corporate reputation* berpengaruh signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z.
6) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *employer attractiveness* terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi.
7) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *social media* terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi.

4. Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data primer yang memenuhi kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner menggunakan *Google Form*. Populasi Gen Z di Kalimantan Barat menjadi subjek penelitian ini. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus *Lemeshow*, karena total populasi tidak diketahui, sehingga diperlukan 100 responden untuk sampel (Riyanto & Aglis, 2020).

Dalam penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pendekatan sampel non-probabilitas, dengan fokus pada pencari kerja di Kalimantan Barat yang berusia antara 18 hingga 27 tahun (Gen Z). Usia 18 hingga 27 tahun merupakan periode transisi yang penting dalam kehidupan, ditandai dengan menyelesaikan pendidikan dan memulai pekerjaan pertama, yang secara signifikan memengaruhi persepsi mereka terhadap perusahaan, reputasi perusahaan, dan daya tarik pemberi kerja.

Dari 230 responden yang dikumpulkan, hanya 194 yang dianggap cocok untuk analisis lebih lanjut. Beberapa responden dikeluarkan sebagai *outlier* karena data mereka berbeda secara signifikan dan nilai-nilai mereka jauh lebih ekstrem dibandingkan dengan yang lain. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Squares* (PLS) dengan aplikasi Smart PLS versi 4.0. Pengujian data dimulai

dengan dua metode: model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*) (Ghozali, 2021).

5. Hasil Penelitian

1) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *employer attractiveness* terhadap *intention to apply* generasi Z sebesar 0.099 dan nilai *p-value* sebesar 0.300 yang lebih besar dari 0.05 (*p-value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *intention to apply* sehingga hipotesis pertama ditolak.
2) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *social media* terhadap *intention to apply* generasi Z sebesar 0.232 dan nilai *p-value* sebesar 0.025 yang lebih kecil dari 0.05 (*p-value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* sehingga hipotesis kedua diterima.
3) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *employer attractiveness* terhadap *corporate reputation* generasi Z sebesar 0.553 dan nilai *p-value* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 (*p-value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation* sehingga hipotesis ketiga diterima.
4) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *social media* terhadap *corporate reputation* generasi Z sebesar 0.450 dan nilai *p-value* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 (*p-value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation* sehingga hipotesis keempat diterima.
5) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *corporate reputation* terhadap *intention to apply* generasi Z sebesar 0.479 dan nilai *p-value* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 (*p-value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *corporate reputation* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* sehingga hipotesis kelima diterima.
6) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *employer attractiveness* terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi sebesar 0.265 dan nilai *p-value* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 (*p-value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi sehingga hipotesis keenam diterima.
7) Diperoleh nilai *sample mean* dari pengaruh *social media* terhadap *intention to appl*y generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi sebesar 0.216 dan nilai *p-value* sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0.05 (*p- value* < 0.05). Hasil ini membuktikan bahwa *social media* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to apply* generasi Z dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi sehingga hipotesis ketujuh diterima.

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Studi ini menyimpulkan bahwa responden Generasi Z menggunakan media sosial, terutama Instagram, TikTok, dan Facebook, di tempat kerja mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Smart PLS untuk menganalisis hubungan antara daya tarik pemberi kerja, media sosial, reputasi perusahaan, dan niat melamar pekerjaan, dengan sampel 194 responden dari Kalimantan Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik pemberi kerja tidak signifikan memengaruhi niat melamar pekerjaan, sementara media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan. Penggunaan media sosial oleh perusahaan meningkatkan minat Generasi Z untuk melamar. Daya tarik pemberi kerja dan media sosial juga berpengaruh pada reputasi perusahaan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap niat melamar. Reputasi perusahaan yang baik memperkuat pengaruh media sosial dalam menarik pelamar.

2) Saran

Keterbatasan studi ini mencakup fokus geografis yang terbatas pada Kalimantan Barat, yang berarti hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke daerah lain. Selain itu, ukuran sampel yang hanya 194 responden mungkin tidak sepenuhnya representatif. Penggunaan kuesioner online juga dapat mengecualikan responden yang kurang familiar dengan teknologi. Selain itu, penelitian ini hanya berkonsentrasi pada beberapa variabel, seperti daya tarik pemberi kerja, media sosial, reputasi perusahaan, dan niat melamar, tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain. Untuk penelitian di masa depan, akan bermanfaat bagi peneliti lain untuk mengeksplorasi variabel tambahan seperti kompensasi, keseimbangan kerja-hidup, praktik rekrutmen, atau prestise pemberi kerja, dan lain-lain.

DAFTAR ISI

Halaman

COVER i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
ISI KARYA AKHIR 65
INTRODUCTION 65
RESEARCH METHOD 66
RESULTS AND DISCUSSION 67
CONCLUSION 71
REFERENCES 72
LAMPIRAN