

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P. J., & Santosa, A. (2024). *Pengaruh E-Recruitment , Media Sosial , dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan*. 1(3), 1–16.
- Ardiansyah, F. (2024). *The Influence of Employer Attractiveness and Company Reputation on the Intention of Applying For Jobs in Startup Companies in Final Level Students of Universitas Telkom*. 7(2), 2227-2242.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian* (Jakarta). Rineka Cipta.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). *Handbook of Human Resource Management* (13th ed.). Kogan Page.
- Arum, R. (2025). *Pengaruh E-Recruitment, Employer Branding, dan Media Sosial Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan (Studi pada Fresh Graduate Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo)*. 7(3).
- Aurelia, F. (2023). *Pengaruh Employer Branding dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Dengan Company Reputation Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan*.
- Awanji, M. R. (n.d.). *Pengaruh Employer Branding dan E-recruitment terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan di Perusahaan Retail (Studi Pada Perusahaan Retail di Kota Malang)* Vol. 14. No. 02 ISSN : 2302-7061. 14(02), 977–987.
- Barber, A. E. (1998). *Recruiting employees* Thousand Oaks. CA: Sage Publications.
- Barrow, S., & Mosley, R. (2005). *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. John Wiley & Sons. <https://www.wiley.com/en-us/The+Employer+Brand>
- Borman, W. C., Hanson, M. A., & Hedge, J. W. (1997). Personnel selection. *Annual Review of Psychology*, 48(1), 299–337. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.48.1.299>

- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Ferizal, I. (2016). *Journey to be Employer of Choice: Rahasia Manajemen SDM untuk Membangun Perusahaan Pilihan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Geofanny, R. (2023). *Employer Branding and E-recruitment Against Interest in Applying for Generation Z Jobs Employer Branding dan E-recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z*. 12(1), 146–154.
- Ghozali, P. H. I. (n.d.). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25.
- Hafidhatul Chaeriyah, Y. K. H. (2024). Pengaruh Online Recruitment dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z Pengguna Platform Tiktok di PT. Es Teh Indonesia. *Jorapi : Journal of Research and Publication Innovation V*, 2(4), 2225–2237.
- Khairunnisa, K. S. (2025). Pengaruh *Employer Branding* dan *E-Recruitment* Terhadap *Intention to Apply* (Studi pada Program Map Grow Batch 6) Skripsi.
- Kong, L., Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). *Institutional Knowledge at Singapore Management University Measuring attraction to organizations*. 986–1001. <https://doi.org/10.1177/0013164403258403>
- Kusumawan, A. T. (2025). *Enrichment : Journal of Multidisciplinary Research and Development The Influence of Job Characteristics on Job Application Intention Through Employer Attractiveness as a Mediating Variable on Generation Z in the Indonesian*. 3(3), 400–413. <https://doi.org/10.55324/enrichment.v3i3.389>
- Liao, H., Huang, C., & Chen, J. (2025). *Bridging Employer Brand and New Graduates ' Job Application Intentions : A Chain Mediation Model*. 13(3), 90–99.
- MohdFitriMansor. (2014). *Australian Journal of Basic and Applied Sciences Factors Influencing Decision on Job Application : A Study of Graduate ' s Business School Perspective*. 8(January), 499–507.
- Mustika, M. D. (2023). *The power of e-recruitment and employer branding on Indonesian millennials ' intention to apply for a job*. January. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1062525>

Nagar, N. (2025). *The Role of Employer Branding in Attracting and Retaining Top Talent : A Study on Modern. June.*

Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2021). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

Pangenan, Y. (2024). Pengaruh Employer Branding dan E-Recruitment Terhadap Niat Melamar Kerja Generasi Z di PT. Panca Wira Putra Colomadu Karanganyar.

Pangestika, R., & Matriadi, F. (2025). *Pengaruh E-Recruitment , Media Sosial Dan Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Fresh Graduate Universitas Malikussaleh The Effect Of E-Recruitment , Social Media And Employer Branding On Interest In Applying For Jobs At Fresh Graduates Of Malikussaleh University. 2022, 7815–7818.*

Prasetio, C. D., & Setyaningrum, R. P. (2024). *Pengaruh Employer Branding , Reputasi Perusahaan , dan Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja di Kawasan Industri Cikarang. 7(2), 132–137.*

Putri, I. D., & Zaman, K. (2024). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan E-Rekrutment terhadap Daya Tarik Perusahaan bagi Pelamar Kerja (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global Group). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 449. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2998>

Rahadi, D. R., & Farid, M. M. (2021). *e-recruitment and selection*. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Mandiri.

Ryan, A. M., & Wessel, J. L. (2015). Applicant perspectives on self-assessment in employee selection. *International Journal of Selection and Assessment*.

Slameto. (2013). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.

Stephen P., Robbins, & Timothy A. (2019). *Organizational Behavior* (18th Editi).

Sugiyono, P. D. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Suhardi. (2025). Pengaruh Employer Branding, Media Sosial dan E-Recruitment

terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z di Kota Pontianak. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 3(4), 1046–1052.

Sullivan, J. (2004). *Employer branding: The strategy for becoming an employer of choice*. ERE Media.

Tarumingkeng, R. C. (2025). *Employer Branding and Employer Value Proposition (EVP)*. Bogor: Rudyc e-Press.

Wijoyo, A., Mustofa, F. B., Febriana, I., Khalisa, S., & Muldani, V. (2023). Sistem E-Recruitment atau Proses Perekrutan Berbasis Elektronik: Studi Kasus Pada PT. Astra Internasional Tbk. *Teknobis : Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2), 247–252.

Wolodzko Dan Wozniak. (2017). *The Use By Large Polish Organizations Of Information About Csr Activities In E-recruitment*. Poland: Economics & Sociology

Yuspita, A., Malini, H., Syahbandi, S., Jaya, A., & Fauzan, R. (2025). The Influence of Employer Branding and E-Recruitment on Job Application Intention Among Generation Z: The Mediating Role of Corporate Reputation and Moderating Role of Social Media Use. *Ilomata International Journal of Management*, 6(1), 280-298. <https://doi.org/10.61194/ijjm.v6i1.1497>

Zainal, V. R. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik* (3rd ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

L

A

M

P

I

R

A

N



KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka penyelesaian Skripsi. Saya Adelia Ananda, Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Saat ini saya sedang melakukan penelitian ilmiah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian program sarjana, di bawah bimbingan Eti Arini, S.E, M.M. Mohon kesediaan untuk meluangkan waktu menjawab pernyataan-pernyataan yang tersedia di dalam kuesioner ini.

Seluruh jawaban bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian, tidak ada jawaban benar atau salah, isilah kuesioner ini sesuai dengan kondisi dan pendapat anda yang sebenarnya.

Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN

- 1= Sangat Tidak Setuju
- 2= Tidak Setuju
- 3= Netral
- 4= Setuju
- 5= Sangat Setuju

DATA RESPONDEN

- 1. Nama :
- 2. Jenis Kelamin :
- 3. Program Studi :

PERTANYAAN KUESIONER

1. Variabel X_1 *E-Recruitment*

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Layanan/Sistem dapat diakses kapan saja dan di mana saja					
2.	Perangkat/Plarform yang digunakan mendukung berbagai jenis seperti (HP/Laptop/Dll)					
3.	Respon sistem sangat cepat saat saya memasukkan data					
4.	Informasi yang disediakan sangat mendetail dan menjawab kebutuhan saya					
5.	Penjelasan mengenai instruksi penggunaan sangat jelas dan akurat					
6.	Sistem memiliki fitur perlindungan data yang kuat seperti verifikasi/enkripsi					
7.	Kerahasiaan data pengguna terjamin dan tidak disalahgunakan oleh pihak lain					

2. Variabel X_2 *Employer Branding*

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa bangga jika orang lain tahu bahwa saya bekerja di perusahaan ini					
2.	Perusahaan memiliki citra yang positif di mata masyarakat					
3.	Gaji yang ditawarkan perusahaan sangat kompetitif dibandingkan perusahaan sejenis					
4.	Paket tunjangan seperti kesehatan, bonus, dll sangat menunjang kesejahteraan saya					
5.	Sistem penggajian dilakukan secara transparan dan tepat waktu					
6.	Hubungan antara rekan kerja sangat supportif dan kolaboratif					
7.	Fasilitas di tempat kerja sangat mendukung produktivitas					

8.	Terdapat program pelatihan dan pengembangan <i>skill</i> yang rutin diadakan					
9.	Perusahaan memberikan tantangan baru yang membantu saya berkembang secara profesional					
10.	Kebijakan perusahaan memungkinkan saya menyeimbangkan antara urusan pekerjaan dan keluarga					

3. Variabel Y Minat Melamar Pekerjaan

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi bagian dari perusahaan ini					
2.	Jika ada lowongan yang sesuai, perusahaan ini akan menjadi prioritas utama saya					
3.	Saya aktif mencari informasi mengenai lowongan kerja di perusahaan ini seperti web, medsos, dll					
4.	Saya berusaha mencari tahu detail deksripsi pekerjaan dan kualifikasi yang dibutuhkan					
5.	Saya membandingkan keunggulan perusahaan ini dengan perusahaan pesaing lainnya					
6.	Perusahaan ini memenuhi kriteria standar pekerjaan ideal yang saya tetapkan					
7.	Keputusan saya untuk melamar didasarkan pada pertimbangan matang mengenai masa depan karir					

Uji Validitas

Nilai r_{tabel} dengan $n = 20$ dan tingkat $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 0,444. Kriteria pengujian :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,444) maka item pernyataan dapat dikatakan valid.

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,444) maka item pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>E-Recruitment</i>	X1.1	0,847	0,444	Valid
	X1.2	0,811	0,444	Valid
	X1.3	0,905	0,444	Valid
	X1.4	0,824	0,444	Valid
	X1.5	0,887	0,444	Valid
	X1.6	0,744	0,444	Valid
	X1.7	0,881	0,444	Valid
<i>Employer Branding</i>	X2.1	0,771	0,444	Valid
	X2.2	0,831	0,444	Valid
	X2.3	0,807	0,444	Valid
	X2.4	0,865	0,444	Valid
	X2.5	0,896	0,444	Valid
	X2.6	0,764	0,444	Valid
	X2.7	0,807	0,444	Valid
	X2.8	0,680	0,444	Valid
	X2.9	0,856	0,444	Valid
	X2.10	0,715	0,444	Valid
Minat Melamar Pekerjaan	Y.1	0,813	0,444	Valid
	Y.2	0,880	0,444	Valid
	Y.3	0,823	0,444	Valid

	Y.4	0,747	0,444	Valid
	Y.5	0,813	0,444	Valid
	Y.6	0,943	0,444	Valid
	Y.7	0,738	0,444	Valid

Berdasarkan tabel diatas dengan nilai r_{tabel} dari $n = 20$ dan tingkat $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 0,444. Dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *E-Recruitment*, *Employer Branding*, dan Minat Melamar Pekerjaan tersebut dinyatakan valid karena seluruh item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
<i>E-Recruitment</i>	0,932	Realibel
<i>Employer Branding</i>	0,932	Realibel
Minat Melamar Pekerjaan	0,918	Realibel

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh pada variabel *E-Recruitment*, *Employer Branding*, dan Minat Melamar Pekerjaan $> 0,5$ maka dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel-variabel tersebut realibel.

Tabulasi Data

No	E-Recruitment (X1)								No	Employer Branding (X2)										No	Minat Melamar Pekerjaan (Y)								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10		Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Total
1	4	4	3	3	3	4	4	25	1	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36	1	3	3	4	4	3	4	24	
2	4	4	3	3	4	4	4	26	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36	2	4	3	4	4	3	3	4	25
3	5	5	5	4	4	5	5	33	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46	3	5	5	4	5	4	5	5	33
4	3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35	4	3	3	4	4	5	3	5	27
5	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	3	3	3	3	3	3	3	21	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	6	3	3	3	3	3	3	3	21
7	5	5	5	4	5	5	5	34	7	5	5	4	4	4	5	5	3	5	2	42	7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	4	5	4	4	4	4	4	29	8	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	45	8	4	4	4	3	4	4	4	27
9	4	5	4	4	4	4	4	29	9	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	9	3	4	4	4	3	3	3	24
10	4	4	4	5	5	4	5	31	10	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44	10	4	4	4	4	5	4	4	29
11	4	4	4	4	4	4	4	28	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	5	5	5	5	5	5	5	35	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	5	5	5	5	5	5	35	13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	5	5	5	5	5	5	5	35	14	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	4	4	3	3	3	4	4	25	15	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	35	15	3	4	5	5	4	4	5	30
16	3	4	4	4	4	5	3	27	16	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	39	16	4	4	4	5	4	4	5	30
17	4	5	4	4	4	4	4	29	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	3	3	3	4	5	4	26	18	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	42	18	5	5	4	3	4	4	5	30
19	4	4	4	4	4	4	4	28	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	5	4	4	5	5	5	33	20	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	37	20	4	3	4	3	3	3	5	25

Output SPSS : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

		Correlations							
		X101	X102	X103	X104	X105	X106	X107	Total
X101	Pearson Correlation	1	.696**	.649**	.474*	.649**	.661**	.891**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.035	.002	.001	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X102	Pearson Correlation	.696**	1	.757**	.612**	.579**	.474*	.645**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.004	.007	.035	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X103	Pearson Correlation	.649**	.757**	1	.846**	.757**	.618**	.682**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.004	.001	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X104	Pearson Correlation	.474*	.612**	.846**	1	.817**	.438	.630**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.035	.004	.000		.000	.054	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X105	Pearson Correlation	.649**	.579**	.757**	.817**	1	.661**	.768**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.000	.000		.001	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X106	Pearson Correlation	.661**	.474*	.618**	.438	.661**	1	.597**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.001	.035	.004	.054	.001		.005	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X107	Pearson Correlation	.891**	.645**	.682**	.630**	.768**	.597**	1	.881**

	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.003	.000	.005		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.847**	.811**	.905**	.824**	.887**	.744**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	7



Correlations

		X201	X202	X203	X204	X205	X206	X207	X208	X209	X210	Total
X201	Pearson Correlation	1	.736**	.556*	.514*	.596**	.458*	.781**	.298	.778**	.447*	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.020	.006	.042	.000	.203	.000	.048	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X202	Pearson Correlation	.736**	1	.639**	.733**	.687**	.662**	.788**	.333	.821**	.367	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.001	.001	.000	.151	.000	.111	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X203	Pearson Correlation	.556*	.639**	1	.606**	.673**	.512*	.683**	.513*	.575**	.624**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.011	.002		.005	.001	.021	.001	.021	.008	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X204	Pearson Correlation	.514*	.733**	.606**	1	.906**	.737**	.589**	.531*	.663**	.659**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.005		.000	.000	.006	.016	.001	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X205	Pearson Correlation	.596**	.687**	.673**	.906**	1	.749**	.618**	.569**	.661**	.697**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.001	.000		.000	.004	.009	.002	.001	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X206	Pearson Correlation	.458*	.662**	.512*	.737**	.749**	1	.611**	.438	.706**	.345	.764**
	Sig. (2-tailed)	.042	.001	.021	.000	.000		.004	.054	.001	.137	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X207	Pearson Correlation	.781**	.788**	.683**	.589**	.618**	.611**	1	.376	.768**	.297	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.006	.004	.004		.102	.000	.204	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X208	Pearson Correlation	.298	.333	.513*	.531*	.569**	.438	.376	1	.595**	.707**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.203	.151	.021	.016	.009	.054	.102		.006	.000	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X209	Pearson Correlation	.778**	.821**	.575**	.663**	.661**	.706**	.768**	.595**	1	.378	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.001	.002	.001	.000	.006		.100	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X210	Pearson Correlation	.447*	.367	.624**	.659**	.697**	.345	.297	.707**	.378	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.048	.111	.003	.002	.001	.137	.204	.000	.100		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.771**	.831**	.807**	.865**	.896**	.764**	.807**	.680**	.856**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	10

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Total
Y01	Pearson Correlation	1	.817**	.504*	.358	.543*	.826**	.570**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.024	.121	.013	.000	.009	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y02	Pearson Correlation	.817**	1	.636**	.544*	.635**	.918**	.469*	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.013	.003	.000	.037	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y03	Pearson Correlation	.504*	.636**	1	.729**	.636**	.689**	.650**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.024	.003		.000	.003	.001	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y04	Pearson Correlation	.358	.544*	.729**	1	.544*	.665**	.498*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.121	.013	.000		.013	.001	.025	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y05	Pearson Correlation	.543*	.635**	.636**	.544*	1	.735**	.570**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.013	.003	.003	.013		.000	.009	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y06	Pearson Correlation	.826**	.918**	.689**	.665**	.735**	1	.550*	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.000		.012	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y07	Pearson Correlation	.570**	.469*	.650**	.498*	.570**	.550*	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.009	.037	.002	.025	.009	.012		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.813**	.880**	.823**	.747**	.813**	.943**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58132213
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.048
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.722
	99% Confidence Interval	Lower Bound .710
		Upper Bound .733

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Hasil Uji Multikolinieritas

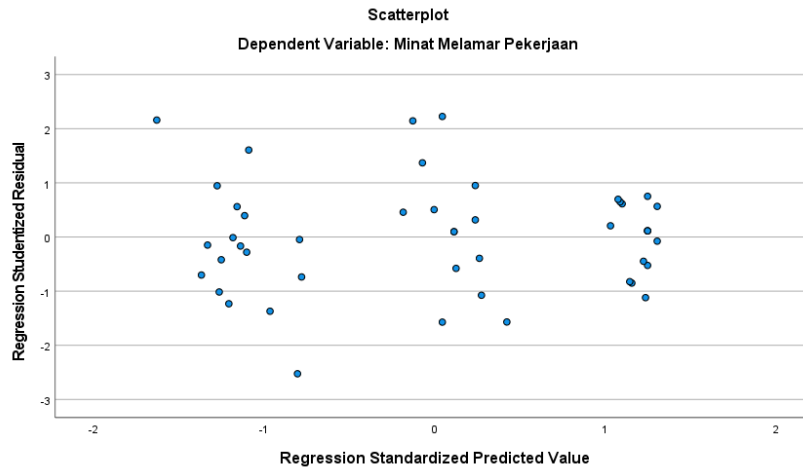
Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	E-Recruitment	.156	6.390
	Employer Branding	.156	6.390

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	E-Recruitment	0,156	6,390	Bebas Multikolinearitas
2.	Employer Branding	0,156	6,390	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Output SPSS 27, 2026

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.153	1.253		.920	.362
	E-Recruitment	.360	.114	.350	3.156	.003
	Employer Branding	.424	.075	.627	5.656	<.001

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.917	.914	1.618

a. Predictors: (Constant), Employer Branding, E-Recruitment

b. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.153	1.253		.920	.362
	E-Recruitment	.360	.114	.350	3.156	.003
	Employer Branding	.424	.075	.627	5.656	<.001

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1249.843	2	624.922	238.804	<.001 ^b
	Residual	112.526	43	2.617		
	Total	1362.370	45			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. Predictors: (Constant), Employer Branding, E-Recruitment



Titik Presentase Distribusi t (df = 41-80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.78	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Tabulasi Data Penelitian

Minat Melamar Pekerjaan (Y)							
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total
3	2	4	3	2	2	4	20
2	2	3	3	2	3	4	19
4	5	5	5	5	5	5	34
3	4	4	4	2	2	3	22
4	2	3	3	4	2	3	21
3	2	3	4	4	2	3	21
4	4	4	4	5	3	3	27
5	5	5	5	5	4	5	34
4	4	5	4	3	4	3	27
5	5	4	5	4	4	5	32
4	4	5	4	5	3	3	28
4	5	5	5	4	4	5	32
4	4	5	5	5	5	5	33
3	3	4	2	3	2	4	21
4	3	2	3	2	3	2	19
3	3	4	3	3	2	2	20
4	5	3	4	4	4	3	27
4	5	3	4	3	4	4	27
4	4	5	5	5	5	5	33
3	3	4	3	4	3	2	22
4	2	3	3	2	3	2	19
5	5	4	4	5	5	3	31
5	5	4	5	5	5	5	34
4	5	5	5	5	5	5	34
3	5	4	4	4	5	4	29
4	5	4	4	3	4	4	28
5	5	5	5	4	5	5	34
2	2	4	4	4	4	2	22
3	3	3	3	3	3	4	22
5	5	5	5	5	4	5	34
5	4	5	5	5	5	5	34
3	3	3	3	2	2	3	19
4	4	5	3	5	4	5	30
4	5	5	5	5	5	4	33
4	5	5	4	5	4	5	32
2	3	3	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	4	2	4	4	3	24
5	4	3	5	3	4	4	28
5	4	4	5	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	35
3	2	3	3	3	3	3	20
3	4	5	4	5	4	4	29
4	4	4	4	4	5	3	28
4	3	3	3	3	3	3	22
3	3	3	4	3	4	5	25

E-Recruitment (X1)							Total
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
3	3	2	3	3	3	3	20
4	3	4	2	3	3	4	23
4	5	5	5	4	5	4	32
4	3	2	3	3	3	4	22
4	3	2	3	4	2	3	21
4	2	3	4	4	3	4	24
4	4	3	4	4	4	3	26
5	4	4	5	5	5	5	33
4	4	3	5	3	5	4	28
5	5	5	4	5	5	5	34
5	4	4	3	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	4	5	5	33
3	2	4	3	3	3	3	21
2	3	3	4	4	3	4	23
3	3	4	3	3	2	2	20
4	3	4	3	5	4	4	27
4	4	3	4	3	4	3	25
4	4	4	4	5	5	5	31
2	2	4	3	2	3	3	19
4	3	4	4	3	2	3	23
3	3	4	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	5	4	33
5	5	5	5	5	4	4	33
3	5	5	5	4	3	5	30
5	4	5	5	3	4	4	30
5	5	5	5	5	4	5	34
4	2	2	3	4	4	3	22
3	3	2	4	3	3	3	21
5	4	5	5	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	35
2	3	3	2	3	4	4	21
5	4	4	4	4	4	5	30
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	4	34
3	3	3	3	3	4	3	22
5	4	5	5	5	4	5	33
3	3	2	3	4	3	2	20
4	4	3	3	3	5	5	27
4	3	4	4	4	3	5	27
5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	3	4	4	3	2	23
4	4	3	4	5	4	5	29
3	3	4	5	4	4	4	27
2	3	3	2	3	3	2	18
4	3	3	4	4	4	4	26

Employer Branding (X2)										Total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
3	3	2	4	2	4	2	2	3	4	29
3	3	2	4	4	4	4	3	2	3	32
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
4	2	2	2	3	2	2	4	2	4	27
3	3	2	2	4	3	3	3	4	3	30
2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	27
4	3	4	4	4	5	5	5	3	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	43
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
4	5	5	4	4	3	3	5	4	4	41
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	2	2	2	3	2	3	4	3	4	29
2	2	3	2	4	2	3	2	3	4	27
2	2	3	3	3	3	2	3	4	3	28
5	3	4	5	3	4	4	4	5	5	42
3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	38
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	31
2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	25
5	4	4	5	4	3	3	4	3	5	40
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	3	4	5	5	3	3	3	4	4	39
4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	36
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	29
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	39
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	33
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	31
4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	37
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	30
3	3	5	3	3	5	3	4	3	4	36
5	5	4	3	5	3	5	3	4	3	40
3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	26
4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	40

Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Questions Responses **66** Settings

Total points: 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH E-RECRUITMENT DAN EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT MAHASISWA *FRESH GRADUATED* MELAMAR PEKERJAAN DI PT. TELKOM KOTA BENGKULU

Dalam rangka penyelesaian Skripsi. Saya Adelia Ananda, Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Saat ini saya sedang melakukan penelitian ilmiah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian program sarjana, di bawah bimbingan Eti Arini, S.E, M.M. Mohon kesediaan untuk meluangkan waktu menjawab pernyataan-pernyataan yang tersedia di dalam kuesioner ini.

Seluruh jawaban bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian, tidak ada jawaban benar atau salah, isilah kuesioner ini sesuai dengan kondisi dan pendapat anda yang sebenarnya. Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju

* Indicates required question

Jenis Kelamin *

_____ / 0

perempuan

Add individual feedback

Program Studi *

_____ / 0

☒ Manajemen

☐ Akuntansi

☐ Ekonomi Islam

Gambar Tanggapan Responden Variabel E-Recruitment (X₁)

Variabel X₁ E-Recruitment

PETUNJUK PENGISIAN

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju

Layanan/Sistem dapat diakses kapan saja dan di mana saja *

☐ 1

☐ 2

☒ 3

☐ 4

☐ 5

Add individual feedback

Perangkat/Plarform yang digunakan mendukung berbagai jenis seperti (HP/Laptop/DII) *

☐ 1

☐ 2

☒ 3

☐ 4

☐ 5

Add individual feedback

Respon sistem sangat cepat saat saya memasukkan data *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Informasi yang disediakan sangat mendetail dan menjawab kebutuhan saya *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Penjelasan mengenai instruksi penggunaan sangat jelas dan akurat *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Sistem memiliki fitur perlindungan data yang kuat seperti verifikasi/enkripsi *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Kerahasiaan data pengguna terjamin dan tidak disalahgunakan oleh pihak lain *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback



Gambar Tanggapan Responden Employer Branding (X₂)

Variabel X₂ Employer Branding

PETUNJUK PENGISIAN

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju

Saya merasa bangga jika orang lain tahu bahwa saya bekerja di perusahaan ini *

☐ 1

☐ 2

☒ 3

☐ 4

☐ 5

Add individual feedback

Perusahaan memiliki citra yang positif di mata masyarakat *

☐ 1

☐ 2

☒ 3

☐ 4

☐ 5

Add individual feedback

Gaji yang ditawarkan perusahaan sangat kompetitif dibandingkan perusahaan sejenis *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Paket tunjangan seperti kesehatan, bonus, dll sangat menunjang kesejahteraan saya *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Sistem penggajian dilakukan secara transparan dan tepat waktu *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Hubungan antara rekan kerja sangat supportif dan kolaboratif *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Fasilitas di tempat kerja sangat mendukung produktivitas *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Terdapat program pelatihan dan pengembangan *skill* yang rutin diadakan *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Perusahaan memberikan tantangan baru yang membantu saya berkembang secara profesional *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Kebijakan perusahaan memungkinkan saya menyeimbangkan antara urusan pekerjaan dan keluarga *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Gambar Tanggapan Responden Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Variabel Y Minat Melamar Pekerjaan

PETUNJUK PENGISIAN

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju

Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi bagian dari perusahaan ini *

☐ 1

☐ 2

☒ 3

☐ 4

☐ 5

Add individual feedback

Jika ada lowongan yang sesuai, perusahaan ini akan menjadi prioritas utama saya *

☐ 1

☒ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Add individual feedback

Saya aktif mencari informasi mengenai lowongan kerja di perusahaan ini seperti web, medsos, dll *

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☒ 4

☐ 5

Add individual feedback

Saya berusaha mencari tahu detail deksripsi pekerjaan dan kualifikasi yang dibutuhkan *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Saya membandingkan keunggulan perusahaan ini dengan perusahaan pesaing lainnya *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Perusahaan ini memenuhi kriteria standar pekerjaan ideal yang saya tetapkan *

- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Add individual feedback

Keputusan saya untuk melamar didasarkan pada pertimbangan matang mengenai masa depan karir *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4
- ☐ 5

Add individual feedback