

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN E-REKRUTMEN TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN (STUDI PADA GENERASI Z DI MADIUN)

Devi Erliana Putri

Universitas PGRI Madiun

dvpputri1123@gmail.com

Abstract

This research aims to provide empirical evidence for each variable, the influence of Company Reputation and E-Recruitment on Interest in Applying for Jobs among Generation Z in Madiun. This research is quantitative research with a sample size of 385 respondents. Data collection uses a questionnaire distributed via goggle form. Data analysis techniques use SPSS 24 software. The results of this research show that a) the company reputation variable has a positive and significant effect on interest in applying for jobs among generation Z in Madiun, b) the E-Recruitment variable has a positive and significant effect on interest in applying for jobs among generation Z in Madiun.

Keywords: *Company Reputation, E-Recruitment, Interest in Applying for Jobs.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pada masing-masing variabel, adanya pengaruh Reputasi Perusahaan dan E-Rekrutmen terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Madiun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebesar 385 responden. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui *goggle form*. Teknik analisis data menggunakan software SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa a) variabel reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi Z di Madiun, b) variabel E-Rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi Z di Madiun.

Kata Kunci: Reputasi Perusahaan, E-Rekrutmen, Minat Melamar Pekerjaan.

PENDAHULUAN

Reputasi perusahaan yang baik dapat menarik calon tenaga kerja potensial yang dibutuhkan perusahaan (Pramuna & Raharja., 2013). Semakin baik reputasi perusahaan, maka akan semakin tinggi tingkat pelamar kerja untuk melamar dalam perusahaan (Febrianti & Hendratmoko, 2022). Menurut (Fatimah *et al.*, 2021) calon tenaga kerja akan mempertimbangkan kualitas reputasi perusahaan untuk melamar kerja. Menurut Dewi Kholifah *et al.*, (2023) selain reputasi perusahaan yang baik, proses perekrutan karyawan dalam perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan minat melamar dalam perusahaan.

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

September 2024

E-ISSN: 2686 - 1771

Adanya perkembangan teknologi saat ini menjadi pengaruh yang besar sebagai penunjang proses perekrutan dalam perusahaan (Fridantara & Muafi, 2018) Sistem e-rekrutmen dapat membantu perusahaan untuk bertahan dalam persaingan pasar yang kompetitif sekarang ini. Perkembangan teknologi yang cepat mampu diatasi dan dimanfaatkan oleh generasi Z. Menurut (Rumangkit & Aditiya, 2018) sistem e-rekrutmen sangat diminati generasi Z untuk mencari informasi mengenai pekerjaan yang mereka inginkan. Dengan penerapan e-rekrutmen dalam perusahaan, maka akan memudahkan perusahaan untuk menarik job seeker dari generasi Z.

Saat ini, angkatan kerja terbaru yang berusia sekitar 18-24 tahun atau bisa disebut dengan Generasi Z. Dimana Generasi Z sangat dibutuhkan oleh perusahaan pada era globalisasi. Generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*). Sejak kecil generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian. Madiun merupakan sebuah kota di provinsi Jawa timur, Indonesia. Kota terbesar ke-4 di Jawa timur setelah Surabaya, Malang dan Kediri. Kota ini terdapat industri kereta api yang merupakan pabrik pembuatan kereta api terbesar se-asia tenggara dan terdapat generasi yang produktif seperti generasi Z didalamnya.

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Hasil temuan Dewi Kholifah *et al.*, (2023) e-rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Menurut (Geofanny & Faraz, 2023) E-rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z. Hasil temuan Ketut Sintaasih, n.d. (2014) menyebutkan jika reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Temuan tersebut sama dengan hasil temuan (Dede Permadi & Ketut Netra, 2015) yang menyatakan reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Penggunaan e-rekrutmen membuat perusahaan membuat perusahaan bekerja lebih mudah dan cepat serta menghemat biaya, sehingga dapat menguntungkan perusahaan (Kerja & Khudri, n.d. 2016). Dikutip dari *myrobin.id*, maraknya modus penipuan yang mengatasnamakan proses rekrutmen merupakan dampak dari banyaknya pencari kerja. penipuan biasanya dilakukan dengan penawaran pekerjaan dengan janji mendapatkan penghasilan yang tinggi untuk tanggungjawab pekerjaan yang ringan. Tentunya hal itu mempersulit pencari kerja untuk menemukan lowongan pekerjaan dan merugikan banyak pihak.

Namun dari banyaknya kasus penipuan yang ada, para pencari kerja masih banyak yang memanfaatkan situs *web* sebagai jalan dalam mencari informasi lowongan pekerjaan. Menurut hasil survei Populix yang berjudul *Unviling the Tech Revolution: How Technology Reshapes the Future of Work* pada Mei 2023, sebanyak 66% responden mengetahui informasi mengenai lowongan pekerjaan melalui situs pencari kerja. dari banyaknya situs lowongan pekerjaan yang ada, Jobstreet merupakan situs pencari kerja yang paling banyak dikunjungi dengan 82% responden.

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

September 2024

E-ISSN: 2686 - 1771

Berdasarkan penelitian terdahulu, *research gap*, dan fenomena yang telah ditemukan tentang pentingnya reputasi perusahaan yang baik dan proses perekrutan yang modern yang dapat memengaruhi minat melamar pekerjaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan E-Rekrutmen Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Generasi Z Di Madiun)”**.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA Reputasi Perusahaan

Basya, (2006) menjelaskan bahwa reputasi merupakan suatu nilai yang diberikan kepada individu maupun kelompok. Wartick, (2002) mengemukakan reputasi perusahaan adalah pandangan setiap *stakeholder* perusahaan terkait sebaik apakah kinerja organisasi tersebut. Williamson *et al.* (2010) reputasi perusahaan yaitu persepsi dari masing-masing pemangku kepentingan secara kompleks terkait kinerja perusahaan yang bisa dimanfaatkan menjadi pertimbangan untuk dapat menarik minat dari pencari kerja pekerjaan dalam melamar pekerjaan. Menurut Herbig *et al.* (2004) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi reputasi perusahaan, seperti kompetensi produk, keunggulan produk, kepercayaan pelanggan terhadap merek, pengalaman langsung konsumen, serta kepuasan konsumen.

E-Rekrutmen

Menurut Holm, (2010) mengemukakan e-recruitment sebagai pengorganisasian proses dan aktivitas rekrutmen melalui teknologi dan agen manusia, memfasilitasi kolaborasi dan interaksi yang tidak bergantung pada ruang dan waktu untuk mengidentifikasi, menarik, dan memengaruhi kandidat yang kompeten. Menurut Borstorff, Marker & Bennett, (2006) mengemukakan Perekrutan secara online adalah proses perekrutan melalui situs web perusahaan atau situs pekerjaan komersial yang mempromosikan peluang kerja dan mengambil informasi calon karyawan. Perekrutan karyawan melalui e-rekrutmen bertujuan untuk meningkatkan keefektifan perusahaan. Menurut Chapman & Webster, (2003) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi e-rekrutmen, seperti penghematan biaya, kemudahan dalam perekrutan calon kandidat, kemudahan penggunaan bagi organisasi, meningkatkan proses perekrutan karyawan, serta keberhasilan menemukan karyawan yang sesuai.

Minat Melamar Pekerjaan

Minat melamar pekerjaan merupakan proses dimana seseorang bekerja dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkannya dengan melakukan berbagai macam usaha untuk mencari informasi tentang lowongan pekerjaan, kemudian dapat membuat pemilihan dan keputusan (Permadi & Netra *et al.*, 2015). Menurut Cannaby, (2018) mengemukakan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan daya Tarik dalam diri individu atas suatu pekerjaan dengan

memberikan upaya guna mengambil sebuah keputusan dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Minat melamar pekerjaan diawali dari segala upaya pencarian informasi mengenai lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi tersebut calon akan menentukan pilihan perusahaan mana yang diinginkan. Menurut Yuwono, (2001) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat melamar pekerjaan, seperti kondisi pekerjaan, sistem pendukung, dan pribadi bekerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh reputasi perusahaan dan e-rekrutmen terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi Z di Madiun. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa jawaban dari responden pada kuesioner dengan bantuan google forms dengan responden generasi Z di Madiun. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer berupa jawaban dari responden pada kuesioner dengan bantuan *google forms* dengan responden generasi Z di Madiun. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Penentuan kriteria digunakan untuk menghindari kesalahan untuk penelitian selanjutnya. Sampel penelitian berdasarkan karakteristik yang ditentukan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	18 Tahun	30	8%
2.	19 Tahun	35	9%
3.	20 Tahun	55	14,1%
4.	21 Tahun	83	22,4%
5.	22 Tahun	117	30,3%
6.	23 Tahun	45	11,7%

7.	24 Tahun	20	5%
Jumlah		385	100 %

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa 385 responden Generasi Z di Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 22 tahun sebanyak 117 responden atau sebesar 30,3%. Menurut Mahendra (2014) menjelaskan bahwa usia yang masih dalam masa produktif biasanya mempunyai tingkat produktivitas lebih tinggi. Generasi Z merupakan generasi yang aktif dan tumbuh di era digital.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah sejenis penelitian data yang membantu dalam menggambarkan, mendemonstrasikan, atau membantu meringkas poin-poin data sehingga pola-pola itu dapat berkembang yang memenuhi semua kondisi data.

Tabel 2.1 Hasil Deskripsi Data

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Reputasi Perusahaan (X1)	385	11	31	23.24	5.275
E-Rekrutmen (X2)	385	11	30	19.42	3.452
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	385	7	30	25.32	4.211
Valid N (listwise)	385				

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0.05. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

Tabel 2.2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

September 2024

E-ISSN: 2686 - 1771

		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90867594
Most Extreme Differences	Absolute	.161
	Positive	.136
	Negative	-.161
Test Statistic		.161
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat dilihat hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan minat melamar pekerjaan sebagai variabel dependen menghasilkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,196 atau lebih besar dari 0,05 artinya data penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 2.3 Hasil Uji Parsial (Uji T)

No.	Pertanyaan	T hitung	T tabel	Sig
		T hitung > T tabel		
1.	Reputasi Perusahaan (X_1)	2.263	1,966	0,001
2.	E-Rekrutmen (X_2)	4.304	1,966	0,000

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2.3 menunjukkan bahwa secara parsial variable reputasi (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada studi kasus generasi

Z di Madiun. Dan secara parsial variabel e-rekrutmen (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada studi kasus generasi Z di Madiun

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 2.4 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

No	R Square	Adjusted R Square
1	0,851	0,849

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan dari tabel 2.4 hasil uji determinasi (Uji R) Rsquare mendekati 1 yaitu 0,851, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh variabel reputasi perusahaan dan e-rekrutmen terhadap minat melamar pekerjaan di Madiun sebesar 85,1%. sedangkan sisanya yaitu 14,9% dipengaruhi variabel bebas lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada studi kasus generasi Z di Madiun. Dan secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan e-rekrutmen terhadap minat melamar pekerjaan pada studi kasus generasi Z di Madiun.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel baru yang berkaitan dengan minat melamar kerja selain variabel reputasi perusahaan dan e-rekrutmen dan menggunakan sampel penelitian yang lebih spesifik lagi supaya lebih akurat. Serta bagi perusahaan sebaiknya terus meningkatkan reputasi atau mempertahankan reputasi yang sudah ada dimasyarakat. Dengan hal tersebut perusahaan dapat memperoleh keuntungan terutama dalam mendapatkan kandidat yang kompeten dan berkualitas

DAFTAR PUSTAKA

Benítez-Márquez, M. D., Sánchez-Teba, E. M., Bermúdez-González, G., & Núñez-Rydman, E. S. (2022). Generation Z Within the Workforce and in the Workplace: A Bibliometric

Analysis. *Frontiers in Psychology*, 12(February), 1—16.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.736820>

Cahyo, I. N., & Waskito, J. (2023). pencari pekerjaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus pada generasi z solo raya) The Influence of e-recruitment , company reputation , and perceptions of job seekers on interest in applying for a job (case study in generation z in solo raya). 4, 157—167.

Cannaby. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Freshgraduate ke Bank Syariah Dengan Lingkungan Keluarga Sebagai Variabel Intervening.

Dede Permadi, K., & Ketut Netra, I. G. S. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3256—3286.

Fatimah, F., Rajiani, S. I., & Abbas, E. W. (2021). Cultural and individual characteristics in adopting computer-supported collaborative learning during covid-19 outbreak: Willingness or obligatory to accept technology? *Management Science Letters*, 11, 373—378. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.032>

Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *Kinerja*, 19(2), 257—267. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10927>

Fridantara, A. S., & Muafi. (2018). Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y : Peran Reputasi Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi*.

Geofanny, R., & Faraz, F. (2023). Employer Branding and E-recruitment Against Interest in Applying for Generation Z Jobs. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 12(1), 146. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v12i1.9922>

Hartawan, A., Mafra, N. U., Ekonomi, F., & Pgri, U. (n.d.). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang Dinas Kesehatan merupakan instansi pemerintah yang memberikan kebutuhan informasi dan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat , maka Dinas Kes. 146—155.

Lievens, P; Highhouse, Scott; Sinar, E. (2003). Measuring Attraction to Organizations. *Educational and Psychological Measurement*. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986—1001.

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

September 2024

E-ISSN: 2686 - 1771

- Husna, J., Prasetya, A., Shadiqin, S., Fanisa, S., & Pungki, B. (2021). Efektivitas Metode Rekrutmen Melalui Media Sosial (E- Recruitment). 2(1), 45—54.
- Octavianus Sumardana, A. G. R. dan D. K. S. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Studi Ekonomi*, Vol. 19, No. 2, 19.
- Pramuna R. M. P., & Raharja., dan S. (2013). Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia terhadap Reputasi Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3), 1—12.
- Pratama, M. S. F. M. I. dan A. A. N. (2022). Pengaruh Kompensasi, Karakteristik Pekerjaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan.
- Purba, F. A., Teknik, F., Singaperbangsa, U., Teknik, F., Singaperbangsa, U., & Development, P. (2021). PENGARUH PROSES REKRUTMEN SECARA ONLINE DAN STARTUP. 12(2), 323—334.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina). 08(01), 103—114.
- Purnomo. (2013). Efektifitas Penerapan Metode Rekrutmen Online (E-Recruitment) Studi Pada PT INKA Jawa Timur. *Administrasi Bisnis*.
- Putri Sekar Purborini dan Rezqi Ananda Basid. (2022). Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina).
- Rahmawati, R. (2021). Pengaruh Online Recruitment dan Persepsi Pencari Kerja Terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Mahasiswa Semester Akhir di Kota Malang). 6(1).
- Rasmana, F. A. S., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 114. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i1.3839>
- Reputasi, P., Kerja, D. A. N. L., Permadi, K. D., Salit, I. G., & Netra, K. (2015). UNIVERSITAS UDAYANA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK Dalam menjalankan kegiatan perusahaan perusahaan saling berlomba untuk menjadi yang terbaik d. 4(10), 3256—3286.

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

September 2024

E-ISSN: 2686 - 1771

- Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan , E-Recruitment , Dan Kompensasi. 6(1), 210—218.
- Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi dan E-Recruitment : Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan / Pegawai Generasi Millennial. 6(1), 66—80. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>
- Siti Fatimah, A. K. dan M. Abdul K. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja. *Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 209—221.
- Sujarweni, Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru
- Sukresno, R. A., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Employer Branding , Reputasi Perusahaan , dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja. 02, 84—93.
- Syariah, P. P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Makassar, N. (2021). *Manajemen sumber daya manusia “*.
- Williamson, J.E., Lepak, D., dan Sarma, A. (2010). Firm Reputation, Recruitment Web Site and Attracting Applicants. *Journal of Human Resource Management*, 49(4).
- Walsh, G., Mitchell, V. W., Jackson, P. R., & Beatty, S. E. (2009). Examining the antecedents and consequences of corporate reputation: A customer perspective. *British Journal of Management*, 20(2), 187—203. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00557.x>