

ABSTRAK

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA GEN Z DI INDONESIA DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Kasus Pada Perusahaan *Start Up*)

Oleh:

Alda Alviah

203402085

Di bawah bimbingan:

Hj. Gusti Tia Ardiani

Nuryanti Taufik

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *Employer Branding* terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Indonesia dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Pada Perusahaan *Start Up*). Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data primer dan populasi dalam penelitian ini merupakan Generasi Z di Indonesia yang sedang mencari pekerjaan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 150 orang. Sedangkan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) *Employer branding* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, (2) Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan, (3) Reputasi perusahaan memediasi hubungan pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi z di Indonesia.

Kata Kunci: *Employer Branding*, Reputasi Perusahaan, Minat Melamar Pekerjaan