

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait “Pengaruh *Employer* dan *Corporate Image* terhadap *Organizational Attractiveness* dengan Moderasi *Social Identity Consciousness* pada Generasi Z”, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa tingkat akhir, ditemukan bahwa *Employer Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z. Hal ini diperkuat dan dibuktikan dengan hasil pengolahan data yang memperoleh nilai *P-values* sebesar 0,000 dan juga menghasilkan nilai *T-stat* sebesar 3,631 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Employer Image* dan *Organizational Attractiveness*.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa tingkat akhir, ditemukan bahwa *Corporate Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z. Hal ini diperkuat dan dibuktikan dengan hasil pengolahan data yang memperoleh nilai *P-values* sebesar 0,009 dan juga menghasilkan nilai *T-stat* sebesar 2,623 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Corporate Image* dan *Organizational Attractiveness*.
3. Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa tingkat akhir, ditemukan bahwa *Corporate Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Employer Image* pada Generasi Z. Hal ini diperkuat dan dibuktikan dengan hasil pengolahan data yang memperoleh nilai *P-values* sebesar 0,000 dan juga menghasilkan nilai *T-stat* sebesar 11,199 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Corporate Image* dan *Employer Image*.

4. Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa tingkat akhir, ditemukan bahwa peran moderasi *Social Identity Consciousness* antara hubungan *Employer Image* terhadap *Organizational Attractiveness Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Generasi Z. Hal ini diperkuat dan dibuktikan dengan hasil pengolahan data yang memperoleh nilai *P-values* sebesar 0,003 dan juga menghasilkan nilai *T-stat* sebesar 3,008 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada moderasi *Social Identity Consciousness* antara *Employer Image* dan *Organizational Attractiveness*.
5. Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa tingkat akhir, ditemukan bahwa peran *Social Identity Consciousness* sebagai moderasi lemah pada hubungan *Corporate Image* terhadap *Organizational Attractiveness Image* memiliki pengaruh signifikan pada Generasi Z. Hal ini diperkuat dan dibuktikan dengan hasil pengolahan data yang memperoleh nilai *P-values* sebesar 0,004 dan nilai *T-stat* sebesar 2,866 dan juga menghasilkan *original sample* (O) -0,201 dan nilai *sample mean* (M) sebesar -0,206 yang menunjukkan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan pada moderasi *Social Identity Consciousness* antara *Corporate Image* dan *Organizational Attractiveness*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan, peneliti memberikan saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat mengembangkan program atau ide baru dengan tujuan untuk membagikan cerita sukses perusahaan melalui media sosial, atau langsung melalui interaksi dengan generasi Z. Strategi ini dapat menjadi salah satu metode yang efektif untuk menarik

perhatian individu, terutama mereka yang termasuk dalam generasi Z, yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

2. Perusahaan juga bisa menerapkan pengalaman atau testimoni dari karyawan yang aktif pada tahap awal rekrutmen, sehingga individu yang baru bergabung dengan dunia kerja merasa terinspirasi dan tertarik pada perusahaan.

### **5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan kesimpulan, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Meneliti kepada responden baru yaitu misalnya seperti generasi Z yang sudah bekerja dan mahasiswa akhir yang belum terpapar lapangan pekerjaan.
2. Peneliti melakukan penelitian pada perusahaan tertentu sehingga dapat memberikan informasi yang terbaru.

