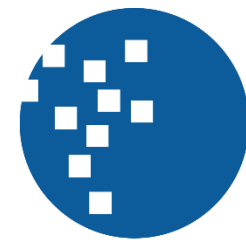


**PENGARUH *VALUE INTEREST*, *SOCIAL VALUE*, DAN
ECONOMIC VALUE TERHADAP *INTENTION TO APPLY*
PADA LINI BISNIS RANS ENTERTAINMENT : TELAAH
PADA *JOBSEEKERS* GENERASI Z DI JABODETABEK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

ANITA AMANDA SELIAN

00000029264

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH *VALUE INTEREST*, *SOCIAL VALUE*, DAN
ECONOMIC VALUE TERHADAP *INTENTION TO APPLY*
PADA LINI BISNIS RANS ENTERTAINMENT : TELAAH
PADA *JOBSEEKERS* GENERASI Z DI JABODETABEK**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Anita Amanda Selian

00000029264

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Anita Amanda Selian

Nomor Induk Mahasiswa : 00000029264

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *VALUE INTEREST*, *SOCIAL VALUE*, DAN *ECONOMIC VALUE*
TERHADAP *INTENTION TO APPLY* PADA LINI BISNIS RANS
ENTERTAINMENT : TELAAH PADA *JOBSEEKERS* GENERASI Z DI
JABODETABEK

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juli 2025



Anita Amanda Selian

ii

Pengaruh Value Interest, Social Value..., Anita Amanda Selian, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH VALUE INTEREST, SOCIAL VALUE, DAN ECONOMIC
VALUE TERHADAP INTENTION TO APPLY PADA LINI BISNIS RANS
ENTERTAINMENT : TELAAH PADA JOBSEEKERS GENERASI Z DI
JABODETABEK

Oleh

Nama : Anita Amanda Selian
NIM : 00000029264
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

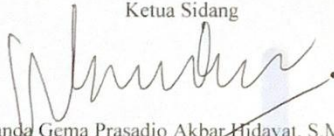
Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025

Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan

LULUS

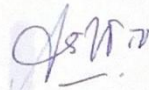
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat, S.M.B., M.M
NIDN : 0705069103

Penguji



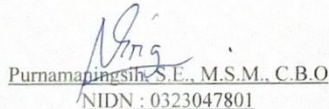
Dr. Amanda Setiorini, S. Psi., M.M., CIQaR
NIDN : 0305027607

Pembimbing



Felix Sutisna S.E., M.M
NIDN : 0307067701

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamapingsih S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN : 0323047801

iii

Pengaruh Value Interest, Social Value..., Anita Amanda Selian, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anita Amanda Selian

NIM : 00000029264

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : PENGARUH *VALUE INTEREST*, *SOCIAL VALUE*, DAN *ECONOMIC VALUE* TERHADAP *INTENTION TO APPLY* PADA LINI BISNIS RANS ENTERTAINMENT : TELAAH PADA *JOBSEEKERS* GENERASI Z DI JABODETABEK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 3 Juli 2025



(Anita Amanda Selian)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa Syukur yang teramat sangat saya panjatkan kepada Allah Swt yang senantiasa memberikan banyak berkah limpah rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PENGARUH *VALUE INTEREST, SOCIAL VALUE, DAN ECONOMIC VALUE* TERHADAP *INTENTION TO APPLY* PADA LINI BISNIS RANS ENTERTAINMENT : TELAAH PADA *JOBSEEKERS* GENERASI Z DI JABODETABEK”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis sadar betul bahwa tugas akhir skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terlibat yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Felix Sutisna, S.E., M.M., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat, S.M.B., M.M, selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi serta kritik dan saran sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Kedua Orang Tua penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Seseorang bernisial A yang menjadi salah satu motivasi besar untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Ber4 (Olivia, Renita , dan Yohanes), yang selalu dan tidak henti memberi dukungan penuh kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Teman-teman MAXY (Dinda, Lala, Melani, Yuda, Fadhil), yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat penuh, dan memberikan hiburan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
10. Annisa Dinda, teman yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis apapun masalahnya.
11. Teman-teman A S U (Kak Niken, Kak Puput, Kak Alya) yang selalu memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penulisan.
12. Teman-teman Project Kita Aja (Renita, Yohanes, Nicky, Afifah, Clarissa, Bianca, Kemal, Yudis, Lina) yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
13. Rayyanza Malik Ahmad dan Ranaima Malika Raudia Andara yang menjadi salah satu hiburan penulis ketika merasa sudah Lelah pada saat menyusun tugas akhir ini.

Besar harapan penulis agar tugas akhir skripsi ini dapat berguna bagi pihak yang telah membacanya. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan nama serta gelar, penggunaan serta pemilihan kata, maupun penulisan kalimat yang kurang berkenan.

Tangerang, 3 Juli 2025



(Anita Amanda Selian)

PENGARUH VALUE INTEREST, SOCIAL VALUE, DAN ECONOMIC VALUE TERHADAP INTENTION TO APPLY PADA LINI BISNIS RANS ENTERTAINMENT : TELAAH PADA JOBSEEKERS GENERASI Z DI JABODETABEK

Anita Amanda Selian

ABSTRAK

Perubahan dunia kerja di era globalisasi, khususnya di kalangan generasi muda seperti Generasi Z, mendorong perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat melamar kerja. Generasi ini cenderung mempertimbangkan *value interest*, *social value*, dan *economic value* dalam memilih pekerjaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *value interest*, *social value*, dan *economic value* terhadap *intention to apply*, dengan fokus pada perusahaan Rans Entertainment. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik penyebaran kuesioner kepada 170 responden dari Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to apply*. Nilai t-hitung untuk *value interest* sebesar 13,352, *social value* sebesar 15,717, dan *economic value* sebesar 7,547, yang semuanya melebihi nilai t-tabel sebesar 1,654 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Temuan ini memperkuat bahwa faktor minat pribadi, nilai sosial, serta nilai ekonomi menjadi pendorong utama dalam keputusan Generasi Z untuk melamar pekerjaan, khususnya pada industri hiburan digital. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi *employer branding*, sekaligus menjadi referensi bagi perusahaan dalam menarik perhatian generasi muda yang dominan di pasar tenaga kerja saat ini.

Kata kunci: *Value Interest, Social Value, Economic Value, Intention to Apply, Generasi Z, RANS Entertainment*

***THE IMPACT OF VALUE INTEREST, SOCIAL VALUE, AND
ECONOMIC VALUE ON THE INTENTION TO APPLY IN RANS
ENTERTAINMENT BUSINESS LINE: A
STUDY OF GENERATION Z JOB SEEKERS
IN JABODETABEK AREA***

Anita Amanda Selian

ABSTRACT

Changes in the world of work in the era of globalization, especially among young people such as Generation Z, have prompted companies to understand the factors that influence job application interest. This generation tends to consider value interest, social value, and economic value when choosing a job. This study aims to analyze the influence of value interest, social value, and economic value on intention to apply, with a focus on Rans Entertainment. This study employs a descriptive quantitative approach using a questionnaire distributed to 170 Generation Z respondents residing in the Jabodetabek region. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of statistical software. The analysis results indicate that all three independent variables have a positive and significant influence on the intention to apply. The t-statistic values for value interest are 13.352, social value are 15.717, and economic value are 7.547, all of which exceed the t-table value of 1.654 at a significance level of <0.05 . These findings reinforce that personal interest, social value, and economic value are the primary drivers in Generation Z's decision to apply for jobs, particularly in the digital entertainment industry. This research contributes to the development of employer branding strategies and serves as a reference for companies in attracting the attention of the young generation, who dominate the current labor market.

Keywords: *Value Interest, Social Value, Economic Value, Intention to Apply, Generasi Z, RANS Entertainment*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen	11
2.1.2 <i>Human Resources Management</i>	14
2.1.3 <i>Entertainment</i>	17
2.1.4 <i>Intention to Apply</i>	18
2.1.5 <i>Employer Brand Attractiveness</i>	20
2.2 Model Penelitian.....	22
2.3 Hipotesis	24
2.3.1 Pengaruh <i>Value Interest</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	24
2.3.2 Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	25
2.3.3 Pengaruh <i>Economic Value</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	25
2.3.4 <i>Value Interest, Social Value dan Economic Value</i> secara simultan berpengaruh positif terhadap <i>Intention to Apply</i>	26

2.4	Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
3.1.1	Sejarah Perusahaan	36
3.1.2	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan.....	36
3.1.3	Struktur Organisasi	38
3.1.4	Produk dan Logo.....	39
3.2	Desain Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3.1	Populasi	45
3.3.2	Sampel.....	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Sumber dan Cara Pengumpulan Data	46
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	46
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	47
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1	Uji Instrumen	48
3.6.2	Analisis Data Penelitian	50
3.7	Uji Hipotesis.....	51
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.2	Uji t (Uji Parsial)	52
3.7.3	Uji F.....	52
3.8	Tabel Operasional Penelitian	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Karakteristik Responden	58
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2	Analisis Statistik	59
4.2.1	<i>Value Interest</i> (X1).....	59
4.2.2	<i>Social Value</i> (X2)	62
4.2.3	<i>Economic Value</i> (X3).....	64
4.2.4	<i>Intention to Apply</i> (Y)	66
4.3	Uji Instrumen	72

4.3.1	Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	72
4.3.2	Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	73
4.3.3	Uji Validitas <i>Main-Test</i>	75
4.3.4	Uji Reliabilitas <i>Main-Test</i>	76
4.4	Uji Asumsi Klasik	78
4.4.1	Uji Normalitas	78
4.4.2	Uji Multikolinearitas	81
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	82
4.5	Uji Model	83
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.6	Uji Hipotesis	84
4.6.1	Uji t	84
4.6.2	Uji F	86
4.6.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.7	Hasil Penelitian	89
4.8	Implikasi Manajerial	92
4.8.1	Pengaruh <i>Value Interest</i> terhadap <i>Intention to Apply</i> pada RANS <i>Entertainment</i>	93
4.8.2	Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Intention to Apply</i> pada RANS <i>Entertainment</i>	94
4.8.3	Pengaruh <i>Economic Value</i> terhadap <i>Intention to Apply</i> pada RANS <i>Entertainment</i>	95
4.8.4	<i>Value Interest</i> , <i>Social Value</i> , dan <i>Economic Value</i> secara simultan berpengaruh positif terhadap <i>Intention to Apply</i> pada RANS <i>Entertainment</i>	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Simpulan	98
5.2	Saran	99
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	99
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		107

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Penelitian	53
Tabel 4. 1 Kategori Mean dan Nilai Interval Variabel.....	59
Tabel 4. 2 Hasil Penilaian Responden terhadap <i>Value Interest</i>	59
Tabel 4. 3 Hasil Penilaian Responden terhadap <i>Social Value</i>	62
Tabel 4. 4 Hasil Penilaian Responden terhadap <i>Economic Value</i>	64
Tabel 4. 5 Hasil Penilaian Responden terhadap <i>Intention to Apply</i>	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	72
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	74
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas <i>Main-Test</i>	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	77
Tabel 4. 10 Kesimpulan Hasil Uji t.....	85



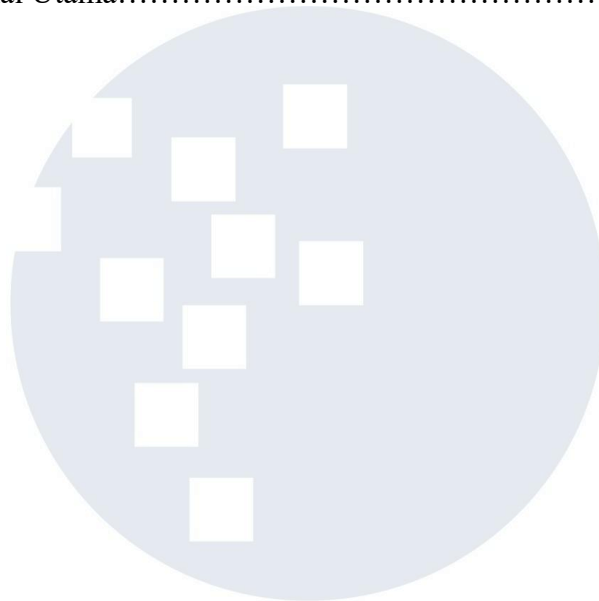
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengangguran di RI Menurut Generasi & Kategori (Agustus 2024).....	2
Gambar 1. 2 Tujuan Generasi Z Mencari Pekerjaan.....	3
Gambar 1. 3 Data Adopsi Penggunaan Digital di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Data Banyak millennial dan gen z memikirkan prospek kerja.....	5
Gambar 2. 1 Model Fungsi Manajemen George R. Terry	12
Gambar 2. 2 Model Penelitian	22
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi RANS <i>Entertainment</i>	38
Gambar 3. 2 Logo Perusahaan	41
Gambar 3. 3 Macam-macam Teknik Sampling	43
Gambar 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	79
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot of Regression Standart.....	80
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov.....	80
Gambar 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Gambar 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83
Gambar 4. 8 Hasil Uji Statistik t	84
Gambar 4. 9 Uji F	87
Gambar 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	107
Lampiran B Hasil Turnitin.....	108
Lampiran C Hasil Uji Instrumen.....	109
Lampiran D Kuesioner.....	125
Lampiran E Jurnal Utama.....	139



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA