

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Value Interest*, *Social Value*, dan *Economic Value* terhadap *Intention To Apply*, dengan objek penelitian yang difokuskan pada perusahaan Rans Entertainment. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 170 orang. Penelitian ini berjudul "*Pengaruh Value Interest, Social Value, dan Economic Value terhadap Intention to Apply pada Lini Bisnis Rans Entertainment: Telaah pada Jobseekers Generasi Z di Jabodetabek*". Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 170 responden, diperoleh profil responden dengan karakteristik sebagai berikut.
  - a. Sebagian besar responden merupakan perempuan, yaitu sebanyak 114 orang atau setara dengan 67% dari total responden.
  - b. Seluruh responden yang mengisi kuesioner berasal dari kelompok usia Generasi Z.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.
  - a. *Value Interest* berpengaruh positif terhadap *Intention To Apply* pada Rans Entertainment. Pernyataan ini didukung oleh hasil uji statistik t, di mana nilai t-hitung sebesar 13,352 lebih tinggi dibandingkan nilai t-tabel sebesar 1,654. Selain itu, nilai signifikansi untuk H1 adalah 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, H0 ditolak dan H1 diterima, yang mengindikasikan bahwa *Value Interest* memberikan pengaruh positif terhadap *Intention To Apply*.
  - b. *Social Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Apply* pada Rans Entertainment. Hipotesis ini didukung oleh hasil uji statistik t, di mana nilai t-hitung sebesar 15,717 lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,654. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima, yang berarti bahwa *Social Value* berpengaruh secara positif terhadap minat melamar kerja pada perusahaan tersebut.

- c. *Economic Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Apply* pada Rans Entertainment. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji statistik t, di mana nilai t-hitung sebesar 7,547 lebih besar dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,654. Nilai signifikansi untuk H3 tercatat sebesar 0,000, yang juga berada di bawah 0,05. Oleh karena itu, H0 ditolak dan H3 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel *Economic Value* memberikan pengaruh positif terhadap *Intention To Apply*.

## 5.2 Saran

Dengan adanya penelitian yang dilakukan kepada 170 responden diperoleh hasil bahwa besar Mean untuk variabel *Value Interest* sebesar 3,30 ; Mean untuk variabel *Social Value* sebesar 3,30 ; Mean untuk variabel *Economic Value* sebesar 3,31 ; dan Mean untuk variabel *Intention to Apply* sebesar 3,28.

### 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan temuan penelitian berjudul *Pengaruh Value Interest, Social Value, dan Economic Value terhadap Intention to Apply pada Lini Bisnis Rans Entertainment: Telaah pada Jobseekers Generasi Z di Jabodetabek*, peneliti mengajukan beberapa saran strategis yang ditujukan kepada *Departemen Human Capital* atau *Human Resources Department* Rans Entertainment guna meningkatkan minat pelamar kerja, khususnya dari kelompok Generasi Z:

1. Mengoptimalkan Penguatan Nilai Perusahaan (*Value Interest*). Upaya ini dapat diwujudkan dengan menciptakan ruang bagi karyawan untuk terlibat dalam ide, inovasi, dan pengambilan keputusan. Memberikan tantangan kerja yang relevan serta memperhatikan aspirasi individu akan memperkuat persepsi jobseekers Gen Z bahwa perusahaan merupakan tempat kerja yang progresif dan terbuka terhadap kontribusi personal.
2. Meningkatkan Kualitas Lingkungan Sosial di Tempat Kerja (*Social Value*). Salah satu bentuk implementasi yang dapat dilakukan adalah dengan

menyelenggarakan kegiatan internal seperti *sport day*, *career sharing session*, *gathering*, atau seminar yang melibatkan seluruh bagian perusahaan. Upaya ini diyakini mampu memperkuat hubungan antarkaryawan dan menciptakan lingkungan sosial kerja yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang menghargai keterhubungan emosional di tempat kerja.

3. Meningkatkan Apresiasi dan Kepastian Pengembangan Karier (*Economic Value*). Upaya ini dapat memberikan penghargaan yang sepadan atas kontribusi karyawan, baik dalam bentuk finansial seperti bonus, insentif, dan tunjangan, maupun dalam bentuk non-finansial seperti pelatihan, pengembangan kompetensi, serta jenjang karier yang jelas. Pemberian apresiasi tersebut diyakini mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan dan menjadi daya tarik utama bagi pencari kerja dari kalangan Gen Z.
4. Menyesuaikan Strategi *Employer Branding* dengan Preferensi Gen Z. Mengingat karakteristik Generasi Z yang cenderung memilih perusahaan dengan budaya kerja terbuka, kolaboratif, dan berbasis nilai, Rans Entertainment perlu mengadaptasi strategi komunikasi merek perusahaannya melalui platform yang sesuai, seperti media sosial interaktif dan kanal rekrutmen digital. Penyesuaian ini akan membantu perusahaan menjangkau lebih luas serta membangun citra yang menarik bagi calon pelamar dari segmen usia tersebut.

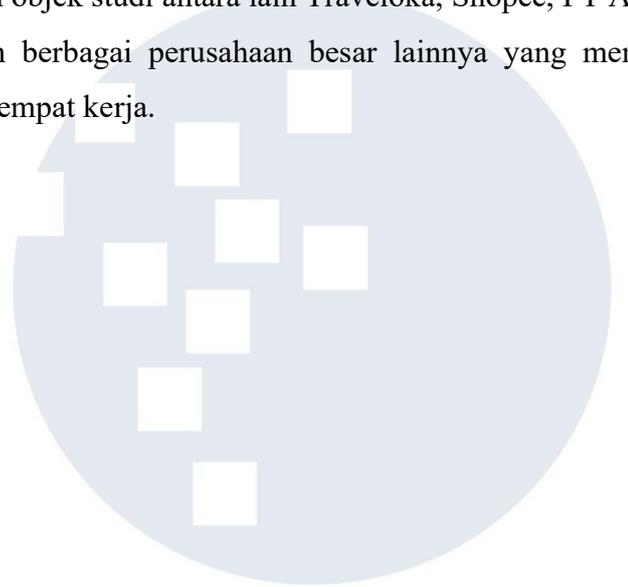
### 5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya terkait *Intention To Apply*, sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada tiga dimensi dari *Employer Brand Attractiveness*, yaitu *Value Interest*, *Social Value*, dan *Economic Value*. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel dengan mempertimbangkan dimensi lain, seperti *employer branding*, reputasi perusahaan (*company reputation*), karakteristik

pekerjaan (*job characteristics*), maupun faktor lain yang relevan untuk dianalisis dalam konteks niat melamar kerja.

2. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada perusahaan yang bergerak di sektor industri berbeda, seperti *e-commerce*, *financial technology*, transportasi, atau sektor lainnya. Contoh perusahaan yang dapat dijadikan objek studi antara lain Traveloka, Shopee, PT Astra International Tbk, dan berbagai perusahaan besar lainnya yang memiliki daya tarik sebagai tempat kerja.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA