

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP *INTENTION TO APPLY* MELALUI *CORPORATE*
REPUTATION PADA BUMN PT PERTAMINA (PERSERO)
GEN Z DI TANGERANG**



SKRIPSI

Shafa Kamila Hakim

00000058344

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP *INTENTION TO APPLY* MELALUI *CORPORATE*
REPUTATION PADA BUMN PT PERTAMINA (PERSERO)
GEN Z DI TANGERANG**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mempero

Gelar Sarjana Manajemen

Shafa Kamila Hakim

00000058344

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shafa Kamila Hakim

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058344

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

*PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
INTENTION TO APPLY MELALUI CORPORATE REPUTATION PADA BUMN
PT PERTAMINA GEN Z DI TANGERANG*

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, 26 November 2024



(Shafa Kamila Hakim)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Intention to Apply* melalui
Corporate Reputation pada BUMN PT Pertamina (Persero) Gen Z di Tangerang

Oleh
Nama : Shafa Kamila Hakim
NIM : 00000058344
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 1 Desember 2024

Pembimbing



Dr. Wanda G.P.A. Hidayat, S.M.B.,

NIDN : 0705069103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Intention to Apply* melalui
Corporate Reputation pada BUMN PT Pertamina (Persero) di Tangerang

Oleh

Nama : Shafa Kamila Hakim

NIM : 000000058344

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

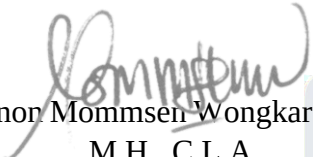
Telah diujikan pada hari Rabu, 04 Desember 2024

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Kanon Mommsen Wongkar, S.H.,
M.H., C.L.A.
NIDN : 0301078204

Penguji


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

Pembimbing


Dr. Wanda G.P.A. Hidayat, S.M.B.,
NIDN : 0705069103

Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shafa Kamila Hakim

NIM 00000058344

Program Studi : Manajemen

Jenjang : D3/S1/S2

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Intention to Apply* melalui *Corporate Reputation* pada BUMN PT Pertamina (Persero) Gen Z di Tangerang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia

- ☒ 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, 1 Desember 2024



(Shafa Kamila Hakim)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan tugas akhir ini dengan judul: “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Intention to Apply melalui Corporate Reputation pada BUMN PT Pertamina (Persero) Gen Z di Tangerang” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulih bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih,

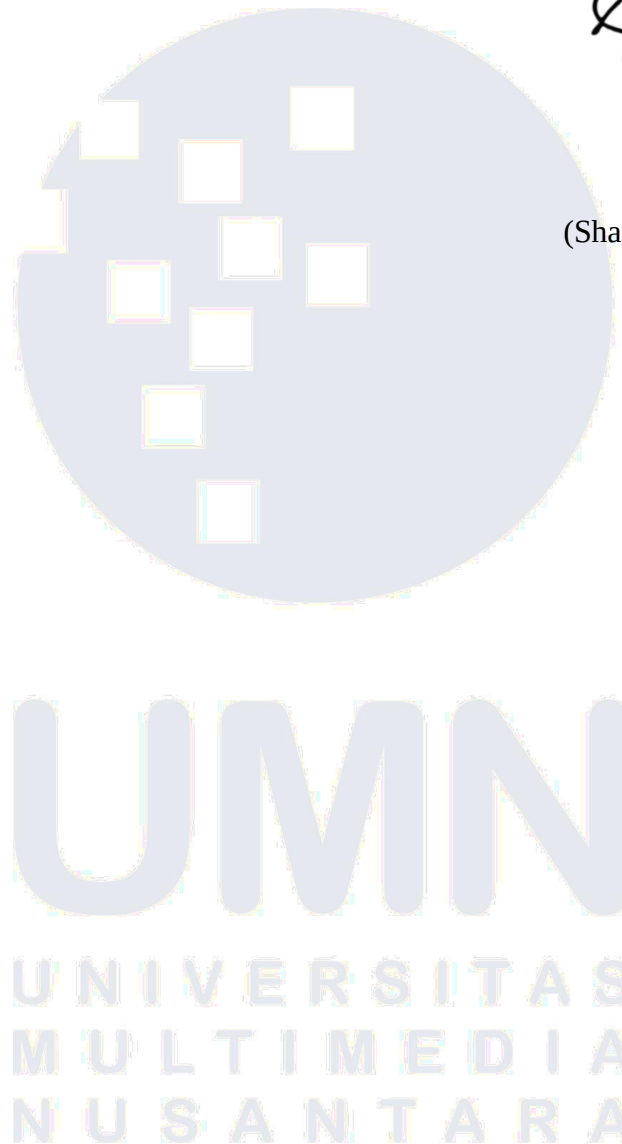
1. Kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
5. Bapak Dr. Wanda G.P.A. Hidayat, S.M.B., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Mama, Papa, Kak Ika, Kak Zico, Abang Ari, Kaia, Kaiorka, Tante, Om, dan saudara sepupu lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, telah memberikan dukungan penulis. Hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu, Penulis mengucapkan bantuan banyak terima kasih kepada teman-teman yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kepada responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Semoga tugas akhir ini dapat membantu dan bermanfaat untuk para mahasiswa UMN atau mahasiswa lainnya saat membuat tugas akhir.

Tangerang, 1 Desember 2024



(Shafa Kamila Hakim)



**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP INTENTION TO APPLY MELALUI CORPORATE
REPUTATION PADA BUMN PT PERTAMINA (PERSERO) DI
TANGERANG**

Shafa Kamila Hakim

ABSTRAK

PT Pertamina, sebagai perusahaan BUMN terkemuka di sektor energi, berhasil menarik minat Generasi Z untuk bergabung berkat komitmennya terhadap *Corporate Social Responsibility* yang memperkuat citra positif perusahaan. Reputasi yang baik ini memainkan peran penting dalam mendorong niat kerja di kalangan calon karyawan muda. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris terkait hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Reputation*, dan *Intention to Apply* pada perusahaan BUMN PT Pertamina dengan fokus pada Generasi Z. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling, yaitu judgement sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang diisi oleh 96 responden Generasi Z yang berdomisili di Tangerang. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Apply* melalui *Corporate Reputation*.

Kata kunci: BUMN, *Corporate Social Responsibility*, *Intention to Apply*, *Corporate Reputation*

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
ON INTENTION TO APPLY THROUGH CORPORATE
REPUTATION TO PT PERTAMINA (PERSERO) BUMN IN
TANGERANG**

Shafa Kamila Hakim

ABSTRACT

PT Pertamina, as a leading state-owned company in the energy sector, has attracted Generation Z to join thanks to its commitment to Corporate Social Responsibility which reinforces the company's positive image. This good reputation plays an important role in driving job intentions among young prospective employees. This study aims to obtain empirical evidence related to the relationship between Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, and Intention to Apply at state-owned company PT Pertamina with a focus on Generation Z. The method used is a quantitative approach with non-probability sampling technique, namely judgment sampling. Data collection was carried out through an online questionnaire filled out by 96 Generation Z respondents who live in Tangerang. The collected data were analyzed using the SmartPLS 4 application to identify the relationship between variables in this study. The results of this study reveal that Corporate Social Responsibility has a positive influence on Intention to Apply through Corporate Reputation.

Keywords: BUMN, Corporate Social Responsibility, Intention to Apply, Corporate Reputation

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

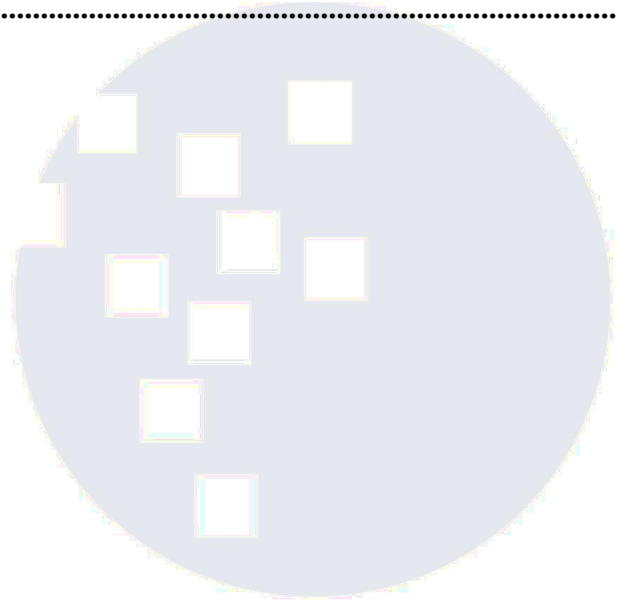
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen	12
2.1.2 Sumber Daya Manusia Manajemen	14
2.1.3 BUMN	16
2.1.4 <i>Intention to Apply</i>	17
2.1.5 <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.6 <i>Corporate Reputation</i>	19
2.2 Model Penelitian	20
2.3 Hipotesis	21

2.3.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Intention to Apply</i>	21
2.3.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Corporate reputation</i>	22
2.3.3 <i>Corporate reputation</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Intention to Apply</i>	23
2.3.4 <i>Corporate reputation</i> memediasi hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intention to Apply</i>	24
2.4 Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
3.1.1 Sejarah Perusahaan	28
3.1.2 Visi dan Misi, Nilai-nilai, dan Pillar Perusahaan	29
3.1.2.1 Visi dan Misi	29
3.1.2.2 Nilai-nilai AKHLAK	29
3.1.2.3 Pillar Perusahaan	30
3.1.3 Struktur Organisasi	30
3.1.4 Produk dan Logo	30
3.1.4.1 Produk PT Pertamina	30
3.1.4.2 Logo	31
3.2 Desain Penelitian	31
3.2.1 Jenis Desain Penelitian	32
3.2.2 Data Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampling frame	33
3.3.3 Teknik Sampling	34
3.3.4 Sampling Size	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data	36
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	37

3.5	Operasionalisasi Variabel	37
3.5.1	Variabel Independen.....	38
3.5.2	Variabel Dependen.....	38
3.5.3	Variabel Mediasi	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1	Uji Pretest.....	41
3.6.2	Uji Instrumen.....	41
3.6.2.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2.2	Uji Reabilitas	42
3.6.3	Analisis Data SEM.....	43
3.6.3.1	Measurement Model (Outer Model).....	43
3.6.3.2	Structural Model	44
3.7	Uji Hipotesis	44
3.7.1	<i>Path Coefficient</i>	44
3.7.2	<i>P-Value</i>	44
3.7.3	<i>T-statistic</i>	45
3.7.4	Mediasi	45
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Karakteristik Responden.....	46
4.1.1	Profil Responden	46
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	48
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Domisili	48
4.1.1.5	Profil Responden Berdasarkan Ketertarikan Bekerja di BUMN	49
4.1.1.6	Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang PT Pertamina.....	49
4.1.1.7	Profil Responden Berdasarkan Minat Bekerja di PT Pertamina	50
4.2	Analisis Deskriptif.....	51

4.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	52
4.2.2 <i>Corporate Reputation</i>	53
4.2.3 <i>Intention to Apply</i>	55
4.3 Uji Pre-Test.....	56
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	57
4.4 Uji Hipotesis (PLS-SEM <i>algorithm</i>).....	58
4.4.1 Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	58
4.4.2 <i>Structural Model</i>	61
4.5 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	62
4.5.1 Uji <i>Direct Effect</i>	63
4.5.2 Uji <i>Indirect Effect</i>	64
4.6 Pembahasan	65
4.6.1 Pengaruh Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Corporate Reputation</i>	65
4.6.2 Pengaruh Variabel <i>Corporate Reputation</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	65
4.6.3 Pengaruh Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	66
4.6.4 Pengaruh Variabel <i>Corporate Reputation</i> memediasi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	66
4.7 Implikasi Manajerial	67
4.7.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Intention to</i> <i>Apply</i>	67
4.7.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Corporate</i> <i>Reputation</i>	68
4.7.3 <i>Corporate Reputation</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	69
4.7.4 <i>Corporate Reputation</i> sebagai mediasi antara <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71

5.1 Simpulan	71
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran untuk Perusahaan BUMN PT Pertamina.....	73
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	84



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Operasional Varibel.....	39
Tabel 4.1	Kategori Jawaban Reponden	51
Tabel 4.2	Penilaian terhadap Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	52
Tabel 4.3	Penilaian terhadap Variabel <i>Corporate Reputation</i>	53
Tabel 4.4	Penilaian terhadap Variabel <i>Intention to Apply</i>	55
Tabel 4.5	Hasil Pre-Test Uji Validitas.....	56
Tabel 4.6	Hasil Pre-Test Uji Validitas.....	57
Tabel 4.7	<i>Discriminant validity</i>	58
Tabel 4.8	<i>Fornell-Larcker criterion</i>	60
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Cross-Loading</i>	61
Tabel 4.10	Hasil Uji R-Square	62
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Direct Effect</i>	63
Tabel 4.12	Uji <i>Indirect Effect</i>	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	BUMN jadi Incaran Gen Z.....	2
Gambar 1.2	Calon pekerja Generasi Z ingin menjadi PNS atau pegawai BUMN 2022.....	3
Gambar 1.3	6 Perusahaan yang paling diminati oleh Fresh Graduate 2023	4
Gambar 1.4	Jumlah Penduduk di Tangerang	7
Gambar 1.5	Angka Pengangguran tahun 2023	7
Gambar 2.1	Model Penelitian	21
Gambar 3.1	PT Pertamina	31
Gambar 4.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2	Profil Responden berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3	Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....	48
Gambar 4.4	Profil Responden berdasarkan Domisili.....	48
Gambar 4.5	Profil Responden berdasarkan ketertarikan Bekerja di BUMN	49
Gambar 4.6	Profil Responden Pengetahuan tentang PT Pertamina	50
Gambar 4.7	Profil Responden berdasarkan Minat bekerja di PT Pertamina	50
Gambar 4.8	Hasil Uji Outer Model.....	58
Gambar 4.9	Hasil Uji Path Coefficients.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	84
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	85
Lampiran C Uji Validitas dan Reliabilitas Pretest.....	86
Lampiran D Uji Validitas dan Reliabilitas Maintest	91
Lampiran E Jurnal Utama.....	94
Lampiran F Kuesioner.....	112

