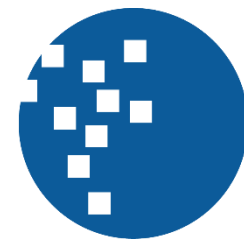


**Pengaruh *Employer Brand Attractiveness* terhadap *Intention to Apply* dengan *Organizational Reputation* sebagai Variabel Mediasi:
Studi pada Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di Tangerang
Raya.**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

JASON TIMOTHY SIHITE

00000081103

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

**Pengaruh Employer Brand Attractiveness terhadap Intention to
Apply dengan Organizational Reputation sebagai Variabel Mediasi:
Studi pada Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di Tangerang Raya.**



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

JASON TIMOTHY SIHITE

00000081103

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jason Timothy Sihite

Nomor Induk Mahasiswa : 00000081103

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *EMPLOYER BRAND ATTRACTIVENESS* TERHADAP
INTENTION TO APPLY DENGAN *ORGANIZATIONAL REPUTATION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : STUDI PADA MAHASISWA
TINGKAT AKHIR GENERASI Z DI TANGERANG RAYA

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, 1 Desember 2025



(Jason Timothy Sihite)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Jason Timothy Sihite
NIM : 00000081103
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Pengaruh *Employer Brand Attractiveness* Terhadap
Intention to Apply Dengan *Organizational Reputation* Sebagai Variabel
Mediasi : Studi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di Tangerang
Raya

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

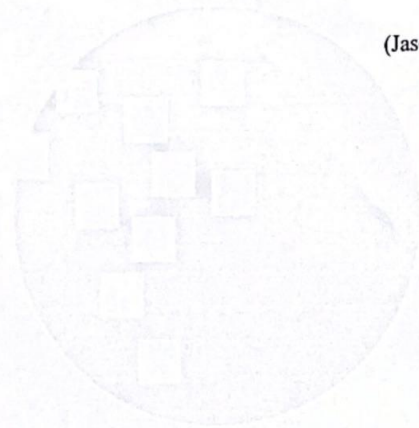
- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 1 Desember 2025



(Jason Timothy Sihite)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH *EMPLOYER BRAND ATTRACTIVENESS* TERHADAP *INTENTION TO APPLY* DENGAN *ORGANIZATIONAL REPUTATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : STUDI PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR GENERASI Z DI TANGERANG RAYA

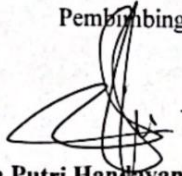
Oleh

Nama : Jason Timothy Sihite
NIM : 00000081103
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

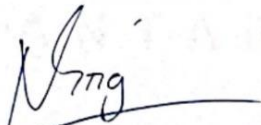
Tangerang, 1 Desember 2025

Pembimbing



Nurina Putri Handayani, S.E., M.M.
NIDN: 0325129002

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Employer Brand Attractiveness* terhadap *Intention to Apply* dengan *Organizational Reputation* sebagai Variabel Mediasi: Studi pada Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di Tangerang Raya.

Oleh

Nama : Jason Timothy Sihite
NIM : 00000081103
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 22 Desember 2025

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

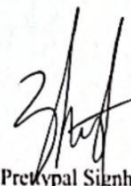
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



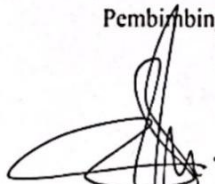
Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd, M.M., CHRA
NIDN : 0315107502

Penguji



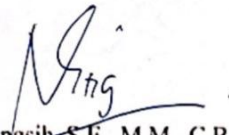
Dr. Rajesh Prekshpal Singh, S.S., M.M.
NIDN : 0430107605

Pembimbing



Nurina Putri Hanugayani, S.E., M.M.
NIDN : 0325129002

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jason Timothy Sihite
NIM : 00000081103
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Employer Brand Attractiveness*
Terhadap *Intention to Apply* Dengan *Organizational Reputation* Sebagai
Variabel Mediasi : Studi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di
Tangerang Raya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (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.

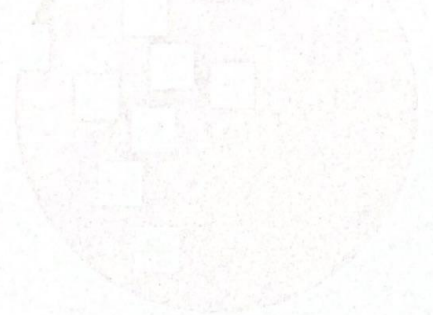
Tangerang, 1 Desember 2025



(Jason Timothy Sihite)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, bimbingan, dan kemudahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir yang berjudul *"Pengaruh Employer Brand Attractiveness terhadap Intention to Apply dengan Organizational Reputation sebagai Variabel Mediasi: Studi pada Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di Tangerang Raya"* ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

Mengucapkan terima kasih

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo S.T., MPC. selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nurina Putri Handayani, S.E., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat tanpa henti, serta keluarga saya yang terus mendukung dalam segala proses hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Sahabat-sahabat SMA saya Jojo, Anes, Rika, Cela, dan Anton, serta kelompok pertemanan Konon Katanya yang terdiri dari Gio, Mamat, Tius, Yafet, Natan, Calvin, Brian, dan Gibran, dan serta kelompok pertemanan ArJang yang terdiri dari Sheren dan Fenny, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

7. Kelompok pertemanan saya, NingFam, yang terdiri dari Orel, Titi, Salwa, Keket, Nanda, Sammy, dan Tarra yang selalu memberikan dukungan, keceriaan, serta menjadi teman berjuang seangkatan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
8. Teman-teman kampus saya, terutama Kak Adit dan Kane yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kebersamaan selama menjalani perkuliahan hingga proses penyusunan tugas akhir ini.
9. Seluruh responden yang telah bersedia menjadi pengisi kuesioner dan memberikan data yang diperlukan, sehingga membantu kelancaran proses penelitian ini.
10. Semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan dalam berbagai bentuk, namun tidak dapat disebutkan satu per satu, saya ucapkan terima kasih atas kontribusinya dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dalam bidang Human Capital Management serta menjadi bahan rujukan bagi penelitian dan pengembangan kajian di masa mendatang. Penulis juga berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 1 Desember 2025



(Jason Timothy Sihite)

**Pengaruh *Employer Brand Attractiveness* terhadap *Intention to Apply*
dengan *Organizational Reputation* sebagai Variabel Mediasi: Studi pada
Mahasiswa Tingkat Akhir Generasi Z di Tangerang Raya.**

Jason Timothy Sihite

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Employer Brand Attractiveness* terhadap *Intention to Apply* dengan *Organizational Reputation* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa tingkat akhir Generasi Z di Tangerang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya persaingan perusahaan dalam menarik talenta muda sehingga diperlukan pemahaman mengenai faktor yang membentuk minat melamar pada calon pekerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei yang melibatkan 110 responden, dan analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Employer Brand Attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Apply*, serta berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Reputation*. Namun, *Organizational Reputation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Apply* dan tidak memediasi hubungan antara *Employer Brand Attractiveness* dan *Intention to Apply*. Temuan ini menegaskan bahwa daya tarik employer branding merupakan faktor utama yang mempengaruhi niat melamar mahasiswa Generasi Z, sementara reputasi organisasi tidak menjadi faktor penentu dalam konteks penelitian ini. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu memperkuat strategi employer branding untuk meningkatkan ketertarikan pelamar dari generasi muda.

Kata kunci: *Employer Brand Attractiveness*, Reputasi Organisasi, Intensi minat melamar, Generasi Z, PLS-SEM.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

The Influence of Employer Brand Attractiveness on Intention to Apply with Organizational Reputation as a Mediating Variable: A Study on Final-Year Generation Z University Students in Tangerang Raya

Jason Timothy Sihite

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Employer Brand Attractiveness on Intention to Apply with Organizational Reputation as a mediating variable among final-year Generation Z university students in Tangerang. The background of this research lies in the increasing competition among companies to attract young talent, making it essential to understand the factors shaping applicants' intention to apply. This research employed a quantitative method using a survey administered to 110 respondents, and the data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that Employer Brand Attractiveness has a significant effect on Intention to Apply, and also significantly influences Organizational Reputation. However, Organizational Reputation does not significantly affect Intention to Apply and does not mediate the relationship between Employer Brand Attractiveness and Intention to Apply. These findings indicate that employer branding serves as the primary driver of application intention among Generation Z students, while organizational reputation does not play a determining role in this context. Overall, this study suggests that companies should strengthen their employer branding strategies to enhance interest and attract prospective young applicants.

Keywords: *Employer Brand Attractiveness, Organizational Reputation, Intention to Apply, Generation Z, PLS-SEM.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	II
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	III
HALAMAN PERSETUJUAN	V
HALAMAN PENGESAHAN	VI
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	VII
KATA PENGANTAR	IX
ABSTRAK	XI
<i>ABSTRACT</i>	XII
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
DAFTAR GAMBAR	XVII
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	10
2.1.2 Generasi Z	11
2.1.3 Employer Brand Attractiveness (EBA)	12
2.1.4 Organizational Reputation (OR)	15
2.1.5 Intention to Apply	17
2.2 Model Penelitian	20
2.3 Hipotesis Penelitian	22
2.4 Penelitian Terdahulu	25
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
3.2 Desain Penelitian	36

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5 Periode Penelitian	47
3.6 Skala Pengukuran	49
3.7 Operasionalisasi Variabel	50
3.8 Teknik Analisis Data	54
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2 Karakteristik Responden	61
4.3 Analisis Deskriptif	65
4.4 Uji Instrumen Pre-Test	72
4.5 Uji Instrumen Main-Test	75
4.6 Uji Hipotesis	82
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian	85
4.8 Implikasi Manajerial	88
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Simpulan	92
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	93
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	49
Tabel 3.2 Indikator Variabel Independen	51
Tabel 3.3 Indikator Variabel Mediasi	53
Tabel 3.4 Indikator Variabel Dependen	54
Tabel 3.5 <i>Rule of Thumb</i>	56
Tabel 3.6 Reliabilitas Konstruk	58
Tabel 3.7 <i>Inner Model</i>	59
Tabel 4.1 Skala <i>Interval</i>	66
Tabel 4.2 Indikator Responden <i>Employer Brand Attractiveness</i>	66
Tabel 4.3 Indikator Responden <i>Organizational Reputation</i>	68
Tabel 4.4 Indikator Responden <i>Intention to Apply</i>	70
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Pre-test</i>	72
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.7 <i>Outer Loading</i>	76
Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted</i>	77
Tabel 4.9 <i>Discriminant Validity Fornel Larcker</i>	78
Tabel 4.10 <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.12 Hasil Nilai <i>R Square</i>	80
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients</i>	81
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients Hypothesis</i>	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Unemployed youth</i> Indonesia	1
Gambar 1.2 <i>Gen Z Career Preferences</i>	2
Gambar 1.3 <i>Employer Brand Important ?</i>	3
Gambar 2.1 Model penelitian	20
Gambar 2.2 H1 model penelitian	23
Gambar 2.3 H2 model penelitian	24
Gambar 2.4 H3 model penelitian	25
Gambar 2.5 H4 model penelitian	26
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan <i>Genre</i>	61
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	62
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Domisili	63
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	64
Gambar 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Status Mahasiswa	65
Gambar 4.6 <i>Structural Model Evaluation</i>	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Halaman Lembar Turnitin

Lampiran B Halaman Form Counseling

Lampiran C Form Penggunaan Perangkat AI

Lampiran D Jurnal Utama



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA