

**Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Keinginan
Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi
Perusahaan sebagai Variabel Mediasi**

Angga Swasdita Fridantara
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
anggaswasdita@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan bersaing untuk merebutkan pelanggan dan meraih keunggulan kompetitif. Selain itu mereka juga bersaing dalam merebutkan calon karyawan yang kompeten dalam bidangnya. Angkatan generasi kerja saat ini bergeser pada Generasi Y. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII di tahun 2017, Generasi Y memiliki kontribusi paling besar dalam penggunaan internet, yaitu sebesar 49,52%. Namun dalam pemanfaatan untuk mencari pekerjaan masih rendah, yaitu sebesar 26,19%.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan, pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan, pengaruh *E-recruitment* terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan dan pengaruh Daya Tarik Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan yang dimediasi oleh eputasi Perusahaan.

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang masih aktif dengan jumlah 92 Responden. Metode Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Data diolah dengan menggunakan program SmartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Perusahaan berpengaruh positif terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan, Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan, *E-recruitment* tidak berpengaruh terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan dan Reputasi Perusahaan terbukti memediasi pengaruh Daya Tarik Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan.

Kata kunci: Daya Tarik Perusahaan, *E-recruitment*, Keinginan Melamar Pekerjaan, Generasi Y

**THE INFLUENCE OF EMPLOYER ATTRACTIVENESS AND E-
RECRUITMENT TO INTENTION FOR APPLY JOB ON GENERATION
Y: CORPORATE REPUTATION AS MEDIATION VARIABLE**

Angga Swasdita Fridantara
Faculty of Economics
Universitas Islam Indonesia
anggaswasdita@gmail.com

ABSTRACT

Corporate strive to attain customer and gain competitive advantage. Furthermore they strive to attaining qualified employees. The current workforce is shifting to generation Y. Based on the Survey by APJII 2017, Generation Y has the largest contribution to internet use by 49,52%. But their utilization to find job vacancies is low by 26,19%

This study aims to examine and analyze the influence of Employer Attractiveness to Intention for Apply Job, the influence of Corporate Reputation to Intention for Apply Job, the influence of E-recruitment to Intention for Apply Job, and the influence of Employer Attractiveness to Intention for Apply Job mediated by Corporate Reputation.

Respondent in following research were all active students from Master of Management at Faculty of Economic with total 92 respondent. The approach method chosen in this research is a Qualitative approach. The data will be processed using SmartPLS programme.

The results following study revealed a positive impact of Employer Attractiveness towards Intention for Apply Job. Positive impact of Corporate Reputation towards Intention for Apply Job. Negative impact of E-recruitment towards Intention for Apply Job. And Corporate Reputation has proven to mediate the influence of Employer Attractiveness towards Intention for Apply Job.

Keywords: Employer Attractiveness, E-recruitment, Intention for Apply Job, Generation Y.