

INTISARI

Tantangan yang dihadapi perusahaan saat ini adalah persaingan dalam merekrut dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas. Program tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu strategi perusahaan yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dibanding pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan persepsian terhadap niat mengejar pekerjaan pencari kerja yang dimediasi oleh *Perceived Organizational Prestige* (POP) dan dimoderasi oleh kesadaran sosial-lingkungan. Penelitian ini berfokus pada generasi Z di Indonesia karena kelompok umur ini mulai memasuki pasar tenaga kerja, sedangkan penelitian terdahulu yang fokus pada kelompok umur ini masih terbatas. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei sebagai proses pengambilan data. Responden pada penelitian ini sejumlah 310 yang terdiri atas mahasiswa tingkat akhir sampai dengan pencari kerja. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana dan PROCESS Macro pada aplikasi SPSS. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengejar pekerjaan. Penelitian ini menemukan bahwa POP memediasi parsial hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan persepsian dan niat mengejar pekerjaan. Selain itu, kesadaran sosial-lingkungan memoderasi pengaruh tidak langsung tanggung jawab sosial perusahaan persepsian terhadap niat mengejar pekerjaan melalui POP.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Niat Mengejar Pekerjaan, *Perceived Organizational Prestige*, Kesadaran Sosial-Lingkungan

ABSTRACT

The issues facing companies today is competition to recruit and retain a talented workforce. The corporate social responsibility program is one of the company's strategies that can be implemented to build the company's competitive advantage compared to competitors. This study aims to examine the effect of perceived corporate social responsibility on the job pursuit intention for job seekers mediated by Perceived Organizational Prestige (POP) and moderated by socio-environmental consciousness. This research focuses on generation Z in Indonesia because this age group is starting to enter the labor market, whereas previous research on this age group was limited. This research is a quantitative research with a survey method as the data collection process. Respondents in this study were 310 consisting of final year students up to job seekers. Hypothesis testing using simple regression analysis and PROCESS Macro in SPSS application. The findings of this study show that perceived corporate social responsibility has a positive and significant effect to job pursuit intention. This research finds that POP partially mediates the relationship between perceived corporate social responsibility and job pursuit intention. In addition, socio-environmental consciousness moderates the indirect effect of perceived corporate social responsibility on the job pursuit intention through POP.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Job Pursuit Intention, Perceived Organizational Prestige, Socio-Environmental Consciousness