

## Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *employer brand attractiveness* terhadap intensi untuk melamar pekerjaan di PT Unilever Indonesia Tbk yang dimediasi oleh reputasi perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang meneliti mahasiswa sarjana tingkat akhir dan *fresh graduate* generasi Z di Indonesia. Responden telah terkumpul sebanyak 210 pada penelitian ini secara daring. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dalam pengujian model dan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) berbasis varian atau komponen yang digunakan dalam menganalisis data pada aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer brand attractiveness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk melamar pekerjaan, dan reputasi perusahaan memediasi secara parsial pada pengaruh *employer brand attractiveness* terhadap intensi untuk melamar pekerjaan.

Kata Kunci: *Employer Brand Attractiveness*, Generasi Z, Intensi untuk Melamar Pekerjaan, Reputasi Perusahaan.

*Setuju untuk revisi*

27/04/ 2023



### ***Abstract***

*This study aims to examine the effect of employer brand attractiveness on the intention to apply for a job at PT Unilever Indonesia Tbk mediated by company reputation. This study is a quantitative research that examines final year undergraduate students and fresh graduates of generation Z in Indonesia. Respondents have been collected as many as 210 in this study online. This study uses a Structural Equation Model (SEM) in model testing and a variant-based or component-based Partial Least Square (PLS) approach used in analysing data in the SmartPLS application. The results showed that employer brand attractiveness has a positive and significant influence on the intention to apply for a job, and corporate reputation partially mediates the influence of employer brand attractiveness on the intention to apply for a job.*

*Keywords: Employer Brand Attractiveness, Company Reputation, Generation Z, Intention to Apply for A Job.*