UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Employer Branding pada Preferensi Kerja dan Niat Melamar dengan Reputasi Perusahaan sebagai
Pemediasi**
Rafki Hafiz Ghifahry, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Pertanyaan Penelitian 9
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 10
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 11
1.7 Sistematika Penulisan 11
BAB II LANDASAN TEORI **13**
2.1 Teori Sinyal 13
2.2 Teori Kesesuaian Individu dan Organisasi 15
2.3 Employer Branding 18
2.3.1 Dimensi Employer Branding 20
2.4 Reputasi Perusahaan 22
2.5 Preferensi Kerja Generasi Z 24
2.6 Niat Melamar Kerja 26
2.7 Penelitian Terdahulu 27
2.8 Kerangka Pemikiran 29
2.9 Hipotesis Penelitian 30
2.9.1 Pengaruh Employer Branding pada Reputasi Perusahaan 30
2.9.2 Pengaruh Employer Branding pada Niat Melamar 31
2.9.3 Pengaruh Employer Branding pada Preferensi Kerja Generasi Z 32
2.9.4 Pengaruh Reputasi Perusahaan pada Niat Melamar Kerja 32

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Employer Branding pada Preferensi Kerja dan Niat Melamar dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi
Rafki Hafiz Ghifahry, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.9.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan pada Preferensi Kerja Generasi Z.....33
2.9.6 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan.....34
BAB III METODE PENELITIAN.....36
3.1 Desain Penelitian.....36
3.2 Populasi dan Sampel.....36
3.3 Metode Pengumpulan Data.....38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....39
3.4.1 Employer Branding (X).....40
3.4.2 Reputasi Perusahaan (M).....41
3.4.3 Niat Melamar Kerja (Y1).....42
3.4.4 Preferensi Kerja Generasi Z (Y2).....43
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian.....44
3.6 Teknik Analisis Data.....46
3.6.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....47
3.6.2 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....48
3.6.3 Pengujian Mediasi.....50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....51
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....51
4.2 Profil Responden.....52
4.3 Evaluasi Model Pengukuran.....54
4.3.1 Validitas Isi.....54
4.3.2 Uji Validitas Konvergen.....55
4.3.3 Uji Validitas Diskriminan.....58
4.3.4 Uji Reliabilitas.....60
4.4 Statistik Deskriptif.....61
4.5 Evaluasi Model Struktural.....65
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....65
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi.....66
4.6 Uji Hipotesis.....68
4.6.1 Pengaruh Employer Branding terhadap Reputasi Perusahaan.....69
4.6.2 Pengaruh Employer Branding terhadap Niat Melamar Kerja.....69

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Employer Branding pada Preferensi Kerja dan Niat Melamar dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi
Rafki Hafiz Ghifahry, Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., MBA, Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.6.3 Pengaruh Employer Branding terhadap Preferensi Kerja Generasi Z.... 69
4.6.4 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Niat Melamar Kerja..... 70
4.6.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Preferensi Kerja Generasi Z...70
4.6.6 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan terhadap Niat Melamar Kerja..... 70
4.6.7 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan terhadap Preferensi Kerja Generasi Z..... 71
4.7 Pembahasan.....71
4.7.1 Pengaruh Employer Branding terhadap Reputasi Perusahaan.....72
4.7.2 Pengaruh Employer Branding terhadap Niat Melamar Kerja.....74
4.7.3 Pengaruh Employer Branding terhadap Preferensi Kerja Generasi Z.... 75
4.7.4 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Niat Melamar Kerja..... 77
4.7.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Preferensi Kerja Generasi Z...78
4.7.6 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan terhadap Niat Melamar Kerja..... 79
4.7.7 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan terhadap Preferensi Kerja Generasi Z..... 81
BAB V SIMPULAN..... 83
5.1 Simpulan..... 83
5.2 Implikasi Penelitian..... 85
5.2.1 Implikasi Teoretis.....85
5.2.2 Implikasi Praktis..... 87
5.3 Keterbatasan Penelitian.....89
5.4 Saran Penelitian Mendatang..... 90
DAFTAR PUSTAKA..... 91
LAMPIRAN.....97