UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Intensi Pemilihan Karier Mahasiswa Generasi Z: Peran Moderasi
Reputasi Lingkungan Perusahaan**
Nurrohmat Arsya Abdullah, Rr. Tur Nastiti, M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran lingkungan, yang dioperasionalisasikan melalui tiga dimensi yaitu pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, dan kepedulian lingkungan, terhadap intensi pemilihan karier mahasiswa Generasi Z, serta peran moderasi reputasi lingkungan perusahaan dalam hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 202 responden mahasiswa Generasi Z semester akhir dari 98 perguruan tinggi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan dan sikap lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pemilihan karier, dengan sikap lingkungan sebagai prediktor terkuat di antara ketiga dimensi kesadaran lingkungan. Sebaliknya, kepedulian lingkungan tidak terbukti berpengaruh signifikan, yang mengindikasikan adanya *value-action gap*. Lebih lanjut, reputasi lingkungan perusahaan tidak terbukti memoderasi pengaruh ketiga dimensi kesadaran lingkungan terhadap intensi pemilihan karier. Menariknya, analisis tambahan yang memperlakukan kesadaran lingkungan sebagai konstruk unidimensional, dengan menggabungkan seluruh indikator dari ketiga dimensi, justru menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi pemilihan karier, meskipun kepedulian lingkungan tidak signifikan ketika diuji secara terpisah. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga dimensi kesadaran lingkungan dapat bekerja secara terintegrasi, sebuah pola yang berbeda dari asumsi multidimensional yang menjadi titik tolak penelitian ini. Selain itu, reputasi lingkungan perusahaan justru ditemukan berperan sebagai prediktor langsung yang kuat terhadap intensi pemilihan karier, yang mengindikasikan bahwa variabel ini berfungsi sebagai sinyal independen alih-alih sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara kesadaran lingkungan dan intensi karier. Temuan-temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap *Theory of Planned Behavior* dan *signaling theory*, sekaligus membuka ruang riset selanjutnya untuk mendalami sifat dimensionalitas kesadaran lingkungan. Tak hanya itu, temuan ini juga memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dalam membangun reputasi lingkungan sebagai bagian dari strategi *employer branding* untuk menarik talenta Generasi Z.

Kata kunci: kesadaran lingkungan, pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, intensi pemilihan karier, reputasi lingkungan perusahaan, Generasi Z.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Intensi Pemilihan Karier Mahasiswa Generasi Z: Peran Moderasi
Reputasi Lingkungan Perusahaan**
Nurrohmat Arsya Abdullah, Rr. Tur Nastiti, M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

This study aims to examine the effect of environmental awareness, operationalized through three dimensions, namely environmental knowledge, environmental attitudes, and environmental concern on Generation Z students' career choice intentions, as well as the moderating role of a company's environmental reputation in this relationship. This study employs a quantitative method using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach via SmartPLS 4 software. Data were collected via an online questionnaire using purposive sampling, involving 202 Generation Z students in their final semester from 98 universities in Indonesia. The results indicate that environmental knowledge and environmental attitudes have a positive and significant effect on career choice intentions, with environmental attitudes emerging as the strongest predictor among the three dimensions of environmental awareness. Conversely, environmental concern was not found to have a significant effect, suggesting the presence of a value-action gap. Furthermore, corporate environmental reputation was not found to moderate the influence of the three dimensions of environmental awareness on career choice intentions. Interestingly, an additional analysis that treated environmental awareness as a unidimensional construct, by combining all indicators from the three dimensions, showed a positive and significant effect on career choice intentions, even though environmental concern was not significant when tested separately. This finding suggests that the three dimensions of environmental awareness may operate in an integrated manner, a pattern that differs from the multidimensional assumption that served as the starting point for this study. Furthermore, a company's environmental reputation was found to act as a strong direct predictor of career choice intentions, indicating that this variable functions as an independent signal rather than as a moderator of the relationship between environmental awareness and career intentions. These findings contribute theoretically to the Theory of Planned Behavior and signaling theory, while also opening opportunities for further research to explore the nature of the dimensionality of environmental awareness. Moreover, these findings also have practical implications for companies in building an environmental reputation as part of their employer branding strategy to attract Generation Z talent.

Keywords: environmental awareness, environmental knowledge, environmental attitude, environmental concern, career choice intention, corporate environmental reputation, Generation Z.