UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Niat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Indonesia dengan Kesesuaian Individu-Organisasi sebagai Mediasi
Desi Indah Lestari, Ragil Sriharto, S.E., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap niat melamar pekerjaan dengan Kesesuaian Individu-Organisasi sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Indonesia. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode eksperimen semu menggunakan stimulus profil perusahaan fiktif. Data dikumpulkan dari 232 responden mahasiswa tingkat akhir dan *freshgraduate* melalui teknik *purposive sampling*, kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil pengujian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kesesuaian Individu-Organisasi terbukti berperan sebagai mediator parsial yang secara signifikan menjembatani dan memperkuat pengaruh aktivitas CSR dalam meningkatkan niat melamar pekerjaan pada generasi Z.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Niat Melamar Pekerjaan, Kesesuaian Individu-Organisasi, Generasi Z.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Niat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Indonesia dengan Kesesuaian Individu-Organisasi sebagai Mediasi
Desi Indah Lestari, Ragil Sriharto, S.E., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on intention to apply, with Person-organization fit acting as a mediating variable among Generation Z in Indonesia. Utilizing a quantitative approach, this quasi-experimental study employed a fictitious company profile stimulus. Data were gathered from 232 final-year student and fresh graduate respondents via purposive sampling and analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hypothesis testing revealed that CSR has a significant positive effect on intention to apply, both directly and indirectly. Person-organization fit is proven to be a significant partial mediator that bridges and amplifies the impact of CSR activities on enhancing recruitment intentions among Generation Z.

***Keywords**: Corporate Social Responsibility, Intention to Apply, Person-organization fit, Generation Z.*