

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Landasan Teori	15
1.5.1 Tinjauan Teoritik	15
1.5.2 Kajian Empiris	32
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	59
1.6.1 Pengaruh Variabel <i>E-Recruitment</i> Terhadap Minat Melamar Kerja	59
1.6.2 Pengaruh Variabel <i>Employer branding</i> Terhadap Minat Melamar Kerja .	
.....	59
1.6.3 Pengaruh Variabel Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja	
.....	60
1.6.4 Pengaruh Variabel <i>E-Recruitment</i> Terhadap Reputasi Perusahaan.....	61
1.6.5 Pengaruh Variabel <i>Employer branding</i> Terhadap Reputasi Perusahaan ...	
.....	62
1.7 Kerangka Pikiran	63
1.8 Hipotesis	69
1.9 Definisi Konsep & Definisi Operasional.....	71

1.9.1 Definisi Konsep	71
1.9.2 Definisi Operasional.....	73
1.10 Metode Penelitian	76
1.10.1 Jenis Penelitian.....	76
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	77
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	77
1.10.4 Populasi Penelitian	78
1.10.5 Sampel Penelitian	78
1.10.6 Teknik Sampling	79
1.10.7 Sumber Data	80
1.10.8 Teknik Pengumpulan Data.....	80
1.10.9 Teknik Pengukuran Data.....	81
1.10.10 Uji Instrumen Penelitian.....	81
1.10.11 Teknik Analisis Data	83
BAB II	87
GAMBARAN UMUM	87
2.1 Definisi Generasi Z	87
2.2 Karakteristik Generasi Z di Indonesia	88
2.2 Perkembangan Penggunaan LinkedIn di Indonesia	90
BAB III.....	92
HASIL DAN PEMBAHASAN	92
3.1 Hasil Uji Instrumen Data Penelitian.....	92
3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	92
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	95
3.2 Karakteristik Responden	96
3.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
3.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	97
3.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	98
3.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	98
3.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan LinkedIn	99
3.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan LinkedIn	100

3.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan LinkedIn...	101
3.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan LinkedIn .	102
3.3 Analisis Data.....	103
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	103
3.3.2 Analisis Statistik Inferensial.....	135
3.3.3 Uji Hipotesis.....	143
3.4 Pembahasan	149
3.4.1 Pengaruh <i>E-Recruitment</i> terhadap Minat Melamar Kerja (H1)	149
3.4.2 Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap Minat Melamar Kerja (H2)...	149
3.4.3 Pengaruh Reputasi Perusahaan (Z) terhadap Minat Melamar Kerja (Y)...	150
3.4.4 Pengaruh <i>E-Recruitment</i> (X1) terhadap Reputasi Perusahaan (Z).....	152
3.4.5 Pengaruh <i>Employer branding</i> (X2) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)	153
3.4.6 Pengaruh <i>E-Recruitment</i> (X1) terhadap Minat Melamar Kerja (Y) melalui Reputasi Perusahaan (Z).....	154
3.4.7 Pengaruh <i>Employer Branding</i> (X2) terhadap Minat Melamar Kerja (Y) melalui Reputasi Perusahaan (Z).....	156
BAB IV	158
KESIMPULAN.....	158
4.1 Kesimpulan.....	158
4.2 Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA.....	164
LAMPIRAN.....	174

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur.....	2
Gambar 1. 2	Penggunaan Internet Berdasarkan Usia.....	3
Gambar 1. 3	7 Negara dengan Pengguna LinkedIn Terbesar di Dunia.....	5
Gambar 1. 4	Proporsi Pengguna LinkedIn di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia.....	6
Gambar 1. 5	<i>Theory of Planned Behavior</i>	16
Gambar 1. 6	Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 1. 7	Model Penelitian Terdahulu Ananda & Santosa (2024).....	64
Gambar 1. 8	Model Penelitian Terdahulu Erlinda & Safitri (2020).....	65
Gambar 1. 9	Model Penelitian Terdahulu Hayomi & Suharnomo (2024)	65
Gambar 1. 10	Model Penelitian Terdahulu Manao et al (2024).....	65
Gambar 1. 11	Model Penelitian Terdahulu Prasetyo & Setyaningrum (2024)	66
Gambar 1. 12	Model Penelitian Terdahulu Gina, N. et al (2025)	66
Gambar 1. 13	Model Penelitian Terdahulu Safitri (2023).....	67
Gambar 1. 14	Model Penelitian Terdahulu Laila & Khan (2024).....	68
Gambar 1. 15	Model Penelitian Terdahulu Laila & Khan (2024).....	68
Gambar 1. 16	Model Penelitian Terdahulu Kartika & Riandi (2024).....	69
Gambar 1. 17	Model Hipotesis Penelitian	69
Gambar 3. 1	Diagram Jalur dengan <i>Nilai Loading Factor</i>	136
Gambar 3. 2	Model PLS Bootstrapping.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Ringkasan Kajian Empirik	41
Tabel 1. 2	Sumber Hipotesis	71
Tabel 1. 3	Skala Likert	81
Tabel 3. 1	Hasil Uji Validitas	93
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas	94
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas	94
Tabel 3. 4	Hasil Uji Validitas	95
Tabel 3. 5	Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	96
Tabel 3. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
Tabel 3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 3. 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	98
Tabel 3. 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	99
Tabel 3. 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan LinkedIn	99
Tabel 3. 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan LinkedIn	100
Tabel 3.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan LinkedIn	101
Tabel 3.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan LinkedIn	102
tabel 3.14	Tanggapan responden terhadap pernyataan dapat dengan mudah mempelajari cara kerja situs atau aplikasi LinkedIn.....	105
Tabel 3.15	Tanggapan responden terhadap pernyataan dapat dengan mudah melakukan proses melamar pekerjaan melalui LinkedIn	106
Tabel 3.16	Tanggapan responden terhadap pernyataan LinkedIn menyediakan bantuan dan dukungan teknis yang memadai ketika saya mengalami masalah saat menggunakan platform.....	107
Tabel 3.17	Tanggapan responden terhadap pernyataan dapat dengan mudah mengakses linkedin karena ketersediaan jaringan internet yang memadai di sekitar saya	108

Tabel 3.18	Tanggapan responden terhadap pernyataan dapat dengan mudah mengakses linkedin karena ketersediaan jaringan internet yang memadai di sekitar saya.....	109
Tabel 3.19	Tanggapan responden terhadap pernyataan dapat dengan mudah mengakses linkedin karena ketersediaan jaringan internet yang memadai di sekitar saya.....	110
Tabel 3.20	Tanggapan responden terhadap pernyataan LinkedIn memberikan manfaat kepada saya dalam memenuhi persyaratan kerja dalam proses melamar kerja	111
Tabel 3.21	Tanggapan responden terhadap pernyataan LinkedIn bermanfaat bagi saya karena sesuai dengan kebutuhan saya dalam pengembangan karir	112
Tabel 3.22	Rata-Rata Item Variabel E-Recruitment.....	113
Tabel 3.23	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik kepada perusahaan yang memiliki citra merk yang positif.....	115
Tabel 3.24	Tanggapan responden terhadap pernyataan lebih memilih perusahaan yang memiliki rekan kerja berkualitas dalam sebuah lingkungan kerja yang memberikan saya kenyamanan	116
Tabel 3.25	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik kepada perusahaan yang menawarkan kompensasi yang memadai bagi pemenuhan kehidupan saya.....	117
Tabel 3.26	Tanggapan responden terhadap pernyataan lebih tertarik kepada perusahaan yang memberikan peluang pengembangan karir	118
Tabel 3. 27	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik dengan perusahaan yang memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan pengetahuan baru	119
Tabel 3. 28	Rata-rata item variabel Employer branding	120
Tabel 3. 29	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik dengan perusahaan yang memberi rasa nyaman dan kebanggaan bagi karyawan	122

Tabel 3. 30	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik pada perusahaan dengan produk berkualitas tinggi yang mencerminkan nilai dan visi strategis perusahaan	123
Tabel 3. 31	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik dengan perusahaan yang memiliki pimpinan/manager yang kompeten sehingga mampu melihat peluang pasar secara jangka panjang	124
Tabel 3. 32	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik dengan perusahaan yang memiliki lingkungan kerja yang mendukung dengan budaya organisasi positif	125
Tabel 3.33	Tanggapan responden terhadap pernyataan lebih tertarik dengan perusahaan yang memiliki program kepedulian terhadap lingkungan sosial sekitar perusahaan.....	126
Tabel 3. 34	Tanggapan responden terhadap pernyataan tertarik dengan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang stabil	127
Tabel 3. 35	Rata-rata item variabel reputasi perusahaan.....	128
Tabel 3. 36	Tanggapan responden terhadap pernyataan melamar pekerjaan karena ingin memiliki sumber penghasilan yang memadai	130
Tabel 3. 37	Tanggapan responden terhadap pernyataan melakukan evaluasi atas informasi lowongan pekerjaan sesuai dengan minat dan kemampuan saya	131
Tabel 3.38	Tanggapan responden terhadap pernyataan secara aktif mencari informasi tentang lowongan kerja dari berbagai perusahaan.....	132
Tabel 3.39	Tanggapan responden terhadap pernyataan melamar pekerjaan yang sesuai dengan minat dan bakat saya	133
Tabel 3. 40	Rata-rata item variabel Minat Melamar Kerja	134
Tabel 3. 41	Hasil Outer Loading	137
Tabel 3. 42	Hasil Uji Cross Loading	138
Tabel 3. 43	Hasil Composite Reliability	140
Tabel 3. 44	Koefisien Determinasi	141

Tabel 3. 45 Hasil Uji Hipotesis	145
---------------------------------------	-----