

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN KOMPENSASI TERHADAP
NIAT MELAMAR *FRESH GRADUATE* ILMU SOSIAL GENERASI Z
PADA INDUSTRI MANUFAKTUR DI SURABAYA DENGAN
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh :

MOCHAMMAD SHADAM ALQURANTA

22012010291

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN KOMPENSASI TERHADAP
NIAT MELAMAR *FRESH GRADUATE* ILMU SOSIAL GENERASI Z
PADA INDUSTRI MANUFAKTUR DI SURABAYA DENGAN**

***ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

MOCHAMMAD SHADAM ALQURANTA

22012010291

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN KOMPENSASI TERHADAP
NIAT MELAMAR *FRESH GRADUATE* ILMU SOSIAL GENERASI Z
PADA INDUSTRI MANUFAKTUR DI SURABAYA DENGAN
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Disusun Oleh:

MOCHAMMAD SHADAM ALOURANTA

22012010291

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 30 Juni 2026

Pembimbing Utama



Ayundha Evanthi, S.E., M.S.M.
NIPPPK. 198703012025212047

Tim Penguji
Ketua



Dra. Endang Irvanti, M.M.
NIP. 196201081990032001

Anggota



Drs. Ec. Bowo Santoso, M.M.
NIPPPK. 196207282021211001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Tri Kartika Pertiwi, M.M., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mochammad Shadam Alquranta
NPM : 22012010291
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Thesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Juni 2026
Yang Membuat pernyataan



Mochammad Shadam Alquranta
NPM. 22012010291

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga skripsi berjudul **“Pengaruh *Employer branding* dan Kompensasi terhadap Niat Melamar *Fresh graduate* Ilmu Sosial Generasi Z pada Industri Manufaktur di Surabaya dengan *Organizational attractiveness* sebagai Variabel Mediasi”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menerima banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak selama proses pengerjaan skripsi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M.M.T., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Wiwik Handayani, SE, MM., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Ayundha Evanthe, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan memberi semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian ini tepat waktu.

5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen yang telah membagikan ilmu dan membimbing penulis selama masa perkuliahan. Selain itu, seluruh staf Program Studi Manajemen atas segala bantuan serta kemudahan dalam proses administrasi.
6. Kedua orang tua, kakak dan saudara penulis yang senantiasa memberikan dukungan, selalu memberikan usaha terbaiknya untuk mendukung penulis, memanjatkan doa paling tulus untuk penulis agar dalam proses mengerjakan penelitian ini diberikan kemudahan, sehingga dapat mengerjakan dengan baik dan menjadi orang-orang yang selalu percaya bahwa penulis dapat menjalani dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Terima kasih atas segala dukungan dan doa yang telah dicurahkan sampai titik ini.
7. Syam, Irfan, Fajar, Bintang, Jetendra, Fadya, Nurul dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi orang-orang yang senantiasa menemani penulis baik dalam pengerjaan penelitian ini maupun selama menjalani perkuliahan, yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan yang tulus, canda tawa dan pengalaman serta pembelajaran yang berharga, sehingga penulis bisa bertahan dan mampu menjalani seluruh proses pengerjaan penelitian ini dengan baik.
8. Teman seperjuangan atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan selama proses penyusunan penelitian ini.
9. Seluruh responden yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa depan. Semoga karya ini memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya dalam bidang ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dan menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 30 Juni 2026

Mochammad Shadam Alquranta

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Tinjauan Teori.....	25
2.2.1 <i>Employer branding</i>	26
2.2.2 Kompensasi	30
2.2.3 <i>Organizational attractiveness</i>	35
2.2.4 Niat melamar	38
2.3 Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Hubungan <i>Employer branding</i> dan Niat melamar	41
2.3.2 Hubungan Kompensasi dan Niat melamar.....	43
2.3.3 Hubungan <i>Employer branding</i> dan <i>Organizational attractiveness</i> .	44
2.3.4 Hubungan Kompensasi dan <i>Organizational attractiveness</i>	45
2.3.5 Hubungan <i>Organizational attractiveness</i> dan Niat melamar	46
2.3.6 Hubungan <i>Employer branding</i> dan Niat melamar Melalui <i>Organizational attractiveness</i>	47
2.3.7 Hubungan Kompensasi dan Niat melamar Melalui <i>Organizational attractiveness</i>	48
2.4 Kerangka Konseptual.....	49
2.5 Hipotesis	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
3.1.1 Definisi Operasional.....	50
3.1.2 Pengukuran Variabel	55
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	56

3.2.1	Populasi	56
3.2.2	Sampel.....	57
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.3.1	Jenis Data	58
3.3.2	Sumber data.....	59
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	59
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.4.1	Uji Validitas	61
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	61
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	62
3.5.1	Teknik Analisis.....	62
3.5.2	Model Spesifikasi PLS.....	63
3.5.3	Langkah-langkah PLS.....	63
3.5.4	Asumsi PLS	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		69
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	69
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	71
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden	71
4.2.2	Deskripsi Hasil Penelitian	75
4.3	Analisis Data	80
4.3.1	Model PLS	80
4.3.2	<i>Outer Model</i>	81
4.3.3	Inner Model.....	85
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	86
4.4	Pembahasan.....	89
4.4.1	Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap Niat Melamar	89
4.4.2	Pengaruh Kompensasi terhadap Niat Melamar	90
4.4.3	Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap <i>Organizational Attractiveness</i> 91	
4.4.4	Pengaruh Kompensasi terhadap <i>Organizational attractiveness</i>	92
4.4.5	Pengaruh <i>Organizational attractiveness</i> terhadap Niat Melamar	93
4.4.6	Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap Niat melamar Melalui <i>Organizational attractiveness</i>	94
4.4.7	Pengaruh Kompensasi terhadap Niat melamar Melalui <i>Organizational attractiveness</i>	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra-Survei <i>Employer branding</i>	7
Tabel 1. 2 Hasil Kuesioner Pra-Survei <i>Organizational attractiveness</i>	13
Tabel 1. 3 Data <i>Tracer Study</i> Fakultas FEB 2024-2025	15
Tabel 1. 4 Hasil Kuesioner Pra-Survei Niat Melamar	16
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	72
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal	73
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	74
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Employer branding</i> ..	76
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Kompensasi</i>	77
Tabel 4. 8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Organizational attractiveness</i>	78
Tabel 4. 9 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Niat Melamar	79
Tabel 4. 10 <i>Outer Loading</i> (Mean, STDEV, T-Values)	81
Tabel 4. 11 <i>Cross Loading</i>	82
Tabel 4. 12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	83
Tabel 4. 13 <i>Composite Reliability</i>	83
Tabel 4. 14 <i>Latent Variable Correlations</i>	84
Tabel 4. 15 <i>R-square</i>	86
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis – <i>Direct Effect</i>	86
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis - <i>Indirect Effects</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata - Rata Upah Sektor Pekerjaan di Jawa Timur Tahun 2025.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	65
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	80
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden	113
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	114
Lampiran 4 Hasil Olah data PLS.....	117

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN KOMPENSASI TERHADAP
NIAT MELAMAR *FRESH GRADUATE ILMU SOSIAL* GENERASI Z
PADA INDUSTRI MANUFAKTUR DI SURABAYA DENGAN
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Oleh

Mochammad Shadam Alquranta

22012010291/FEB/EM

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak *employer branding* dan kompensasi terhadap niat melamar kerja di kalangan *fresh graduate* ilmu sosial di industri manufaktur di Surabaya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya minat di kalangan *fresh graduate* ilmu sosial untuk melamar pekerjaan di industri manufaktur di Surabaya, padahal industri manufaktur di Surabaya merupakan salah satu sektor terbesar yang menopang perekonomian Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner kepada 135 responden yang merupakan *fresh graduate* ilmu sosial di wilayah Surabaya. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar, sementara kompensasi juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar. Selain itu, *employer branding* dan kompensasi ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap daya tarik organisasi. Daya tarik organisasi, pada gilirannya, secara positif dan signifikan memengaruhi niat melamar. Lebih lanjut, hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa daya tarik organisasi berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara *employer branding*, kompensasi, dan niat melamar.

Kata Kunci: *Employer branding*, Kompensasi, *Organizational Attractiveness*, Niat melamar, *Fresh Graduate*