

DAFTAR PUSTAKA

- Abanan, M. Z. R., Moko, W., Firanda, B. S., & Aini, M. F. (2024). *Organizational attractiveness, social media, and corporate reputation sebagai mediasi employer branding terhadap intention to apply for a job. Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2), 187–197. <https://doi.org/10.35912/RAMBIS.V4I2.3781>
- Akbar, I. M. I. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemilihan Karir di Startup Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada PT. XYZ). *Jurnal Manajemen*, 10(1), 43-54. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v10i1.453>
- Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The employer brand. *Journal of Brand Management*, 4(3), 185–206. <https://doi.org/10.1057/BM.1996.42>
- Astuti, T. P. (2024). Company attractiveness, corporate reputation, and recruitment websites as determinants of job application intentions (Case study of Islamic banking study program students). *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 3(2), 117–126. <https://doi.org/10.14421/JBMIB.V3I1.2346>
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., & Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 928–944. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.5.928>
- Chi, H., Yeh, H., & Guo, T. (2018). Salary or job interest? How salary and job interest moderates the willingness to apply for a job. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(1), 64–78. <https://doi.org/10.1108/APJBA-09-2017-0086>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Della Egaputri, K., Satrya, A., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Impact analysis on perceived credibility of online job advertisement and *employer branding* to intention to apply generation of job seekers with *organizational attractiveness* as mediating variable. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(5), 1747–1762. <https://doi.org/10.52851/CAKRAWALA.V6I5.499>
- Dessler, G. (2017). *Human resource management* (15th ed.). Pearson Education.

- Dewi Indah Febrianti, & Christiawan Hendratmoko. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(2), 257–267. <https://doi.org/10.30872/JKIN.V19I2.10927>
- Edy Sutrisno. (2017). *Manajemen sumber daya manusia* (9th ed.). Kencana.
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (2021). Pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 97–107. <https://doi.org/10.47709/JEBMA.V1I2.992>
- Ekhsan, M., Jayanti, P. A. K., & Parashakti, R. D. (2021). Pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan dengan kompensasi sebagai variabel mediasi. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, 2(1), 16–29. <https://doi.org/10.59832/JPMK.V2I1.105>
- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh *employer branding* dan reputasi organisasi terhadap intention to apply pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 603–619. <https://doi.org/10.31955/MEA.V7I2.3045>
- Fahmy Fotaleno, & Denny Setiawan Batubara. (2024). Fenomena kesulitan Generasi Z dalam mendapatkan pekerjaan ditinjau perspektif teori kesenjangan generasi. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8).
- Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(2), 257–267. <https://doi.org/10.30872/JKIN.V19I2.10927>
- Fitri Nurqamar, I., Hafizhah, I., Ulfa, S., & Rahmi, N. (2022). The intention of Generation Z to apply for a job. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 18, 218. <https://doi.org/10.26487/JBMI.V18I3.16493>
- Gaho, I. S. (2025). Pengaruh kompensasi terhadap semangat kerja pegawai pada Kantor Camat Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 8(1), 132–144. <https://doi.org/10.57094/JIM.V8I1.1455>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0* (1st ed.). Yoga Pratama.

- Gisheila, M. V., Utomo, W., & Hadikusuma, R. (2024). Pengaruh kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan dengan lokasi kantor sebagai variabel moderating (Studi pada pengguna JobStreet di Depok). *Jurnal Administrasi Profesional*, 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.32722/JAP.V5I1.6928>
- Hapsari, A. S. (2025). Peran reputasi perusahaan melalui *employer branding* dan penggunaan media sosial LinkedIn dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan pada *fresh graduate*. *ECo-Buss*, 7(3), 1925–1940. <https://doi.org/10.32877/EB.V7I3.2172>
- Irfan, M., & Susilowati, I. H. (2021). Analisa manajemen risiko K3 dalam industri manufaktur di Indonesia: literature review. *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(1), 335-343. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v5i1.1635>
- Ivan La, M. (2024). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan karir di startup pada Generasi Z (Studi kasus pada PT XYZ). *Jurnal Manajemen USNI*, 10(2), 43–45. <https://doi.org/10.54964/manajemen/ANALISIS>
- Jannavi, A. N., & Utami, K. S. (2025). Pengaruh *employer branding* dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(3), 563–578. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2443>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Classroom companion: Business partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R*. Springer Nature.
- Junaedi, M. A. R., Dewianawati, D., & Agustina, R. (2024). Pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, dan rekrutmen online terhadap minat melamar kerja Generasi Y dan Z Muslim pengguna platform TikTok pada PT Kelas Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 978–981. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V10I1.12781>
- Junça Silva, A., & Dias, H. (2023). The relationship between *employer branding*, corporate reputation and intention to apply to a job offer. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(8), 1–16. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2022-3129>
- Khan, M. H., & Noorizwan Muktar, S. (2020). Mediating role of *organizational attractiveness* on the relationship between green recruitment and job pursuit intention among students of Universiti Teknologi Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1832811>

- Lijan Poltak Sinambela. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. PT Bumi Aksara.
- Ma'rifah, I., Ikasari, H., Prayitno, A., & Ulfa, A. K. (2026). Peran mediasi daya tarik perusahaan pada pengaruh work-life balance dan kompensasi terhadap minat melamar kerja Generasi Z di Kota Semarang. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 567–581. <https://doi.org/10.57178/PARADOKS.V9I1.2178>
- Martinez-Hague, P. (2024). *Organizational attractiveness: A theoretical review of the most relevant empirical research from an interactionist perspective*. *International Journal of Professional Business Review*, 9(4), e0747. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i4.747>
- Meiske Dodengo, A., Lumintang, G. G., & Sumarauw, J. S. (2025). Pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja (Studi pada mahasiswa program sarjana semester akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 13(1), 618–628. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V13I01.60118>
- Nailul Muna, A. (2025). Analisis pengaruh *employer branding* dan digital hiring di platform media sosial terhadap niat melamar kerja Generasi Z dengan dukungan reputasi sebagai mediasi. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6.
- Nawakitphaitoon, K., & Sooraksa, N. (2023). Employer image and job pursuit intention in the new S-curve industries in Thailand: The mediating role of *organizational attractiveness*. *Asian Journal of Business Research*, 13(1), 1–18. <https://doi.org/10.14707/AJBR.230139>
- Pangenan, Y., Suryana, A. K. H., & Safitri, U. R. (2024). Pengaruh *employer branding* dan e-recruitment terhadap niat melamar kerja Generasi Z di PT Panca Wira Putra Colomadu Karanganyar. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 12(2), 206–216. <https://doi.org/10.36596/EKOBIS.V12I2.1674>
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Persada, D., Pramudita, D., Eka, Y. I., Kriswianti, P., Raden, Y., & Bhimasta, A. (2024). Pengaruh employer attractiveness dan ekspektasi kerja terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(4), 470–478. <https://doi.org/10.31842/JURNALINOBIS.V7I4.337>

- Phalevi, S. A., & Handoyo, S. (2023). Pengaruh *employer branding* dan reputasi perusahaan terhadap *organizational attractiveness* di perusahaan startup pada Generasi Z. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(7), 2119–2132. <https://doi.org/10.54443/SIBATIK.V2I7.1137>
- Purwanto, T., Salamah, N., & Rosanti, C. (2023). Pengaruh *employer branding*, media sosial, dan persepsi terhadap niat melamar kerja pada industri startup. *Neraca*, 19(1), 133–146. <https://doi.org/10.48144/NERACA.V19I1.1498>
- Putri, I. D., & Zaman, K. (2024). Pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan e-recruitment terhadap daya tarik perusahaan bagi pelamar kerja (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global Group). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1), 449–465. <https://doi.org/10.35931/AQ.V18I1.2998>
- Rahmah Annisa, F. (2024). Analisis employer attractiveness pada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (Survei pada mahasiswa dan alumni angkatan 2019 jurusan IT dari Universitas Padjadjaran, ITB, dan Universitas Telkom). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1).
- Rokhmah, P. N. A., & Wijayanto, A. (2025). *Employer branding 4.0: Daya tarik dan retensi Generasi Z di dunia kerja digital*. <https://doi.org/10.15294/msdm.v1i1.401>
- Saleh, S. Y., Kirana, K. C., & Herawati, J. (2021). Pengaruh stres kerja, kompensasi, serta lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan instalasi pengolahan air limbah Sewon. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(1), 324–332. <https://doi.org/10.31955/MEA.V5I1.722>
- Schneider, B., Goldstein, H. W., & Smith, D. B. (1995). The ASA framework: An update. *Personnel Psychology*, 48(4), 747–773. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01780.x>
- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran kompensasi dan e-recruitment: Analisis minat melamar pekerjaan pada calon karyawan/pegawai generasi millennial. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66–76. <https://doi.org/10.31602/ATD.V6I1.6088>
- Simamora. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: YKPN.
- Sukmayadi, A., & Rofii, M. S. (2025). Indonesia's position in the global war for talent: A study of Indonesian talent competitiveness based on Global Talent

Competitiveness Index (GTCI) in year of 2020–2023. 521–535.
https://doi.org/10.2991/978-94-6463-646-8_31

Sukresno, R. A., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh *employer branding*, reputasi perusahaan, dan penggunaan media sosial terhadap minat melamar kerja. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 1(2), 84–93.

Wibowo, S., Romadhon, N., & Khatimah, H. (2025). Pengaruh corporate social responsibility dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja Generasi Z di Kabupaten Bekasi. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 3(2), 115–131. <https://doi.org/10.71312/mrbest.v3i2.388>

Wijiati, W., & Chasanah, U. (2024). Pengaruh gaya hidup Generasi Z (fleksibilitas kerja dan kompensasi) terhadap pemilihan pekerjaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 485–499.
<https://doi.org/10.32477/JRABI.V4I2.1013>

Yameen, M., Bharadwaj, S., & Ahmad, I. (2021). University brand as an employer: Demystifying employee attraction and retention. *VILAKSHAN - XIMB Journal of Management*, 18(1), 26–41. <https://doi.org/10.1108/XJM-08-2020-0061>

Yudistya Wardhana, D., & Retno Andalas, P. (2023). *Employer branding* dan turnover intention: Pengaruhnya pada karyawan bidang pariwisata di Yogyakarta. *MODUS*, 35(2), 243–257.
<https://doi.org/10.24002/modus.v35i2.7676>