

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai kontribusi *Employer Branding* dan *E-Recruitment* terhadap *Intention to Apply* Generasi Z pada perusahaan sektor perbankan di Kota Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Employer Branding* berkontribusi dalam membentuk ketertarikan Generasi Z untuk melamar pekerjaan pada perusahaan sektor perbankan di Kota Surabaya, dan merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa citra perusahaan sebagai tempat bekerja terbukti mampu mengubah persepsi awal yang kurang menguntungkan terhadap sektor perbankan.
2. *E-Recruitment* berkontribusi dalam memperkuat keyakinan Generasi Z untuk menyelesaikan proses lamaran, meski kontribusinya lebih kecil dibandingkan *Employer Branding*. Kemudahan dan kenyamanan sistem rekrutmen digital menentukan apakah niat melamar benar-benar diwujudkan menjadi tindakan nyata.

Secara keseluruhan, kedua variabel ini terbukti memiliki kontribusi yang nyata dan saling melengkapi dalam membentuk *Intention to Apply* Generasi Z pada perusahaan sektor perbankan di Kota Surabaya. Dengan demikian, perusahaan

perbankan perlu memperbaiki kedua aspek secara bersamaan untuk meningkatkan minat Generasi Z melamar pekerjaan di sektor perbankan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor perbankan disarankan untuk secara aktif mengkomunikasikan budaya kerja dan suasana lingkungan kerja yang positif kepada publik, misalnya melalui konten *behind-the-scenes* kehidupan kerja karyawan di LinkedIn atau Instagram, program *employee advocacy* di mana karyawan berbagi pengalaman nyata bekerja di perusahaan, serta inisiatif *company visit* atau webinar karier agar Generasi Z dapat merasakan langsung atmosfer kerja yang ditawarkan.
2. Perusahaan sektor perbankan disarankan untuk memprioritaskan pengembangan platform rekrutmen digital yang benar-benar mudah digunakan, intuitif, dan dapat diakses dengan lancar melalui berbagai perangkat termasuk telepon genggam. Perusahaan perbankan perlu memastikan bahwa setiap tahapan pengisian formulir lamaran dirancang secara sederhana, alurnya logis dan mudah dipahami tanpa perlu membaca panduan terlebih dahulu, serta tidak memakan waktu yang terlalu lama untuk diselesaikan. Selain itu, tampilan antarmuka yang bersih, responsif, dan konsisten juga perlu diperhatikan karena Generasi Z yang terbiasa dengan aplikasi digital berkualitas tinggi akan langsung membandingkan pengalaman menggunakan platform rekrutmen perusahaan dengan standar

aplikasi yang biasa mereka gunakan sehari-hari. Ketika pengalaman menggunakan platform rekrutmen terasa mudah dan menyenangkan, keyakinan Generasi Z untuk menyelesaikan proses lamaran meningkat dan peluang perusahaan perbankan untuk mendapatkan lebih banyak pelamar dari kalangan Generasi Z pun semakin besar.