

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *INFORMATION CREDIBILITY* TERHADAP *INTENTION TO APPLY* GENERASI Z
DALAM REKRUTMEN DIGITAL DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

PUTRI MAHARANIE

NPM. 22042010196

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN INFORMATION
CREDIBILITY TERHADAP INTENTION TO APPLY GENERASI Z
DALAM REKRUTMEN DIGITAL DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

PUTRI MAHARANIE

NPM. 22042010196

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *INFORMATION CREDIBILITY*
TERHADAP *INTENTION TO APPLY* GENERASI Z DALAM REKRUTMEN
DIGITAL DI SURABAYA**

Disusun Oleh

Putri Maharanie
NPM. 22042010196

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh *Employer Branding* Dan *Information Credibility* Terhadap *Intention to Apply* Generasi Z Dalam Rekrutmen Digital di Surabaya

Oleh :

Putri Maharanie
NPM.22042010196

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada tanggal

Pembimbing Utama



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.A.B
NPT. 21219920526338

Tim Penguji

1. Ketua



Sumainah Fauziah, S.A.B., M.A.B
NIP.199312072022032015

2. Sekretaris



Dr. Dyah Widowati, S.H., MM
NIP. 196408141993032001

3. Anggota



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.A.B
NPT. 21219920526338

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik**



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Maharanie
NPM : 22042010196
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/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 ditemuan 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, 31 Agustus 2026

Yang Membuat pernyataan



Putri Maharanie
NPM. 22042010196

ABSTRAKSI

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *INFORMATION CREDIBILITY* TERHADAP *INTENTION TO APPLY* GENERASI Z DALAM REKRUTMEN DIGITAL DI SURABAYA

Putri Maharanie, Maharani Ikaningtyas

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Employer Branding* dan *Information Credibility* secara simultan dan parsial terhadap *Intention to Apply* Generasi Z dalam rekrutmen digital di Surabaya. Fenomena ini menjadi penting seiring meningkatnya penggunaan media digital sebagai sarana penyebaran informasi lowongan kerja yang mendorong perusahaan untuk membangun citra yang positif serta menyajikan informasi yang kredibel guna menarik minat pelamar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Surabaya dengan sampel sebanyak 150 responden yang ditentukan menggunakan rumus Yamane. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden adalah Generasi Z berusia 18–29 tahun yang berdomisili di Surabaya dan pernah mencari informasi lowongan kerja melalui media digital.

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring (*Google Form*) dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* dan *information credibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to apply*. Secara parsial, *employer branding* dan *information credibility* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to apply*. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan variasi *intention to apply*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Perusahaan disarankan untuk membangun *employer branding* yang positif serta menyajikan informasi lowongan kerja yang jelas dan kredibel guna meningkatkan minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan melalui media digital.

Kata Kunci : *Employer Branding, Information Credibility, Intention to Apply, Rekrutmen Digital, Generasi Z, Surabaya.*

ABSTRACT

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN INFORMATION CREDIBILITY TERHADAP INTENTION TO APPLY GENERASI Z DALAM REKRUTMEN DIGITAL DI SURABAYA

Putri Maharanie, Maharani Ikaningtyas

This study aims to analyze the simultaneous and partial effects of Employer Branding and Information Credibility on Generation Z's Intention to Apply for jobs through digital recruitment in Surabaya. This phenomenon has become increasingly important due to the growing use of digital media as a platform for disseminating job vacancy information, encouraging companies to build a positive employer image and provide credible information to attract potential applicants. This study employed a quantitative associative research method. The population consisted of Generation Z in Surabaya, with a sample of 150 respondents determined using the Yamane formula. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method. The respondents were Generation Z aged 18–29 years, residing in Surabaya, and having searched for job vacancy information through digital media.

Data were collected through an online questionnaire (Google Forms) using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression via SPSS software. The results indicate that employer branding and information credibility simultaneously have a positive and significant effect on intention to apply. Partially, both employer branding and information credibility also have a positive and significant effect on intention to apply. The coefficient of determination (R^2) shows that both independent variables are able to explain the variation in intention to apply, while the remaining variation is influenced by other variables outside the scope of this study. Therefore, companies are recommended to develop a positive employer brand and provide clear and credible job vacancy information to enhance Generation Z's intention to apply for jobs through digital media.

Keywords: *Employer Branding, Information Credibility, Intention to Apply, Digital Recruitment, Generation Z, Surabaya.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Employer Branding* dan *Information Credibility* Terhadap *Intention to Apply* Generasi Z Dalam Rekrutmen Digital di Surabaya**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan studi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih secara mendalam kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing atas waktu, tenaga, dan arahan yang diberikan. Selanjutnya pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti, yang selalu menjadi sumber semangat dan kekuatan bagi penulis.

5. Kepada sahabat-sahabat saya yang telah menemani perjalanan perkuliahan dari awal hingga akhir, saya mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, motivasi, serta kebersamaan yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, mendengarkan setiap keluh kesah, dan selalu memberikan semangat sehingga perjalanan ini menjadi lebih bermakna.
6. Kepada rekan-rekan kerja penulis, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, semangat, dan motivasi yang diberikan selama menjalani semester akhir hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Serta kepada para pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iiiv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	16
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia.....	16
2.2.1.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	17
2.2.2 <i>Employer Branding</i>	19
2.2.2.1 Pengertian <i>Employer Branding</i>	19
2.2.2.2 Tujuan <i>Employer Branding</i>	21
2.2.2.3 Manfaat <i>Employer Branding</i>	21
2.2.2.4 Indikator <i>Employer Branding</i>	22
2.2.3 <i>Information Credibility</i>	24
2.2.3.1 Pengertian <i>Information Credibility</i>	24
2.2.3.2 Dimensi <i>Information Credibility</i>	26
2.2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Information credibility</i>	27
2.2.3.4 Indikator <i>Information Credibility</i>	30
2.2.4 <i>Intention to Apply</i>	32
2.2.4.1 Pengertian Minat Melamar Kerja (<i>Intention to Apply</i>).....	32
2.2.4.2 Dimensi Minat Melamar Kerja (<i>Intention to Apply</i>)	34
2.2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Melamar Kerja.....	35

2.2.4.4 Indikator Minat Melamar Kerja (<i>Intention to Apply</i>)	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1 Hubungan <i>Employer Branding</i> dengan <i>Intention to Apply</i>	37
2.3.2 Hubungan <i>Information Credibility</i> dengan <i>Intention to Apply</i>	38
2.4 Kerangka Berpikir	38
2.5 Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
3.2.1 Definisi Operasional	41
3.2.3 Pengukuran Variabel	55
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	56
3.3.1 Populasi	56
3.3.2 Sampel	57
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	58
3.4 Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1 Jenis Data dan Sumber Data	59
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	59
3.5 Teknik Analisis Data	60
3.5.1 Kualitas Data	60
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	61
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda	62
3.5.4 Uji Hipotesis	63
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil	68
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.2 Penyajian Data	68
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	68
4.1.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	74
4.1.3 Uji Kualitas Data	90
4.1.3.1 Uji Validitas	90
4.1.3.2 Uji Rehabilitasi	92
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	92
4.1.4.1 Uji Normalitas	92
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas	93
4.1.5 Uji Regresi Linier Berganda	95
4.1.6 Uji Hipotesis	97
4.1.6.1 Uji F	97
4.1.6.2 Uji t	98
4.1.6.3 Uji Koefisien Determinasi	99
4.2 Pembahasan	100
4.2.1 Pengaruh Simultan <i>Employer Branding</i> (X1) dan <i>Information Credibility</i> (X2) terhadap <i>Intention to Apply</i> (Y)	100
4.2.2 Pengaruh Parsial	101

4.2.2.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> (X1) terhadap <i>Intention to Apply</i> (Y)	101
4.2.2.2 Pengaruh <i>Information Credibility</i> (X2) terhadap <i>Intention to Apply</i> (Y)	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Hasil Sensus Penduduk Surabaya 2020.....	3
Gambar 1. 2 Data Keadaan Ketenagakerjaan Kota Surabaya 2024	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 3. 1 Regresi Linier Berganda	63
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 3. 2 Bobot Skala Pengukuran	56
Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2 Klasifikasi Berdasarkan Domisili	69
Tabel 4. 3 Klasifikasi Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
Tabel 4. 5 Klasifikasi Berdasarkan Status Saat ini	72
Tabel 4. 6 Klasifikasi Berdasarkan Media Digital yang Digunakan	73
Tabel 4. 7 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	75
Tabel 4. 8 Analisis Deskripsi Variabel Employer Branding (X1).....	75
Tabel 4. 9 Analisis Deskripsi Variabel Information Credibility (X2)	80
Tabel 4. 10 Analisis Deskripsi Variabel Intention to Apply (Y)	86
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	90
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	93
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	97
Tabel 4. 17 Hasil Uji t	98
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	113
Lampiran 2 Kuesioner Google Formulir	119
Lampiran 3 Tabulasi Data	132
Lampiran 4 Hasil Uji SPSS	142
Lampiran 5 Waktu Penelitian.....	147