

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P. J., & Santosa, A. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Media Sosial, dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.47134/JBHI.V1I3.176>
- Chandra, E., Rosmika, E., Efendi, & Kadidzin, R. (2021). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yayasan Kita Menulis. <https://repository.stiesultanagung.ac.id/id/eprint/406/1/FullBook%20Pengantar%20Manajemen%20Sumber%20Daya%20Manusia.pdf>
- Damargalih, T. S. (2021). *Pengaruh Kredibilitas Country Director Xiaomi Indonesia Alvin Tse Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dewantoro, A., Podungge, R., & Biki, S. B. (2026). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z Di Kota Gorontalo. *Jambura*, 8(3). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Egaputri, K. Della, & Satrya, A. (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*, 6.
- Ekhsan, M., Komang, N., Jayanti, P. A., & Parashakti, R. D. (2021). Pengaruh Employer Branding terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Kompensasi sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, (1), 16–29. <http://jurnal.undira.ac.id/index.php/jpmk/>
- Hidayat, M. K. (2024). *Pengaruh Employer Branding Terhadap Job Engagement Pada Karyawan Di PT Paragon Technology And Innovation*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kamil, R., & Laksmi, ; (2023). *Generasi Z, pustakawan dan vita activa kepustakawanan*. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1119>
- Mohamed, N. N., Gadiman, N. S., & Jaafar, N. (2025). The Influence of Social Media Influencer Attributes on Information Credibility and Purchase Intention. *International Journal of Social Science Research*, 13(1), 148. <https://doi.org/10.5296/ijssr.v13i1.22262>
- Nando, Muh. T. (2024). *Analisis Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Intention To Apply Pada Fresh Graduates Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur*. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/28225>

- Nisa, H., Lukito, H., & Pujani, V. (2025). Pengaruh Employer Branding dan Corporate Social Responsibility Terhadap Intention to Apply dengan Corporate Reputation sebagai Variabel Mediasi. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2).
- Poetri, S. Z., & Lukmanul, H. (2024). *Analisis Karakteristik Individu Dan Person Job Fit Terhadap Kepuasan Kerja Petugas Kebersihan Di Rumah Sakit X* [Institut Informatika dan Bisnis darmajaya]. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/16724>
- Purwanto, N., Budiyo, & Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior* (hlm. 15–16). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Putri, R. L., & Abdurrahman. (2023). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, dan Informasi sosial media terhadap niat melamar pekerjaan generasi milenial dan generasi z. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3.
- Saragih, M. G., Saragih, L., Purba, J. W. P., & Panjaitan, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar – Dasar Memulai Penelitian* (E. Saputra, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sastia, M. A., & Tandiyono, T. E. (2025). Analisis Pengaruh Employer Branding, Job Posting Social Media Dan Sistem Rekrutmen Online Terhadap Efektivitas Rekrutmen Digital Klaska Residence Surabaya. Dalam *Jurnal Bisnis* (Vol. 05, Nomor 03).
- Sembiring, T., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (B. Ismaya, Ed.; pertama). CV Saba Jaya Publisher. http://repository.upm.ac.id/4211/1/Buku%20Ajar%20Metodologi%20Penelitian%20%28Teori%20dan%20Praktik%29_removed.pdf
- Silaban, P. H., Octoyuda, E., & Silalahi, A. D. (2023). Perceived credibility information on social media of corporate brand reputation and its impact on jobseeker intention to apply. *International Journal Of Business*. [https://doi.org/https://doi.org/1055802/IJB.028\(1\).005](https://doi.org/https://doi.org/1055802/IJB.028(1).005)
- Silva, A. J., & 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), 1934–8835. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2022-3129>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sinaga, M. N. (2023). *Pengaruh Employer Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/30766>
- Soesana, A., Subakti, H., & Karwanto. (2023). *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis.

- Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; Kedua, Vol. 7). ALFABETA.
- 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*. <https://intropublica.org/index.php/jadbe>
- Syahnara, A. (2025). Pengaruh Tren Micro-Influencer Tiktok terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Face Wash Kahf Dimediasi Variable Personal Branding Influencer dan Engagement [Universitas Pembangunan Jaya]. Dalam *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* (Vol. 1, Nomor 1). <https://doi.org/10.29313/JRMK.V1I1.117>
- Syarifah, S. I. (2022). Dimensi Employer Branding pada Konten di Halaman LinkedIn Organisasi Start-Up. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(1), 72. <https://doi.org/10.32493/JEE.V5I1.23950>
- Tri Januarioanto, B., & Ermansyah Saragih, B. (2025). Analisis Praktik Rekrutmen Digital dalam Menarik Talenta Berkualitas. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(1).
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R. F., & Reza Ronaldo. (2022). *RAGAM PENELITIAN DENGAN SPSS* (M. Surur, Ed.; pertama). Tahta Media Group.
- Wahyuningsih, Purwanti, S. I., & Nuryulianingdyah, W. (2024). *Indikator Pasar Tenaga Kerja Kota Surabaya Agustus 2023* (Vol. 1, hlm. 15). BPS Kota Surabaya.
- Widjanarko, M. A. (2025). *Pengaruh Ekspektasi Kerja Dan Self-Efficacy Terhadap Intention To Apply Dimediasi Oleh Motivasi Personal (Studi Gen Z Di Kota Malang)*. Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Wijaya, N. H. S., & Silalahi, A. A. S. (2023). Attracting Digital Natives as Talents: Assessing the Strength of Good Employer, Product Quality, and Information Credibility Perceptions on Intent to Apply. *Philippine Management Review*, 30, 1–14.
- Zuhriatusobah, J. Z., Rahayu, Y., & Arifin, M. (2025). The Influence of E-Recruitment, Employer Branding, and Compensation on Job Application Interest Among Generation Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/4064/3150>