

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, M. R., Santoso, M. H. B., Novitasari, D. A., & Purnomo, N. (2024). *The influence of e-recruitment and e-selection on interest in applying for jobs at the Central Statistics Agency of Lamongan Regency in the 2024 Statistics Partner Program (Case study of Generation Z of Lamongan Regency)*. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 3(4), 1217–1228.
- 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.
- Anggoro, I. D., & Harsono, M. (2023). The relationship between product brands, corporate brands, employer brands, social media, corporate reputation, and intention to apply for a job. *Global Research Review in Business and Economics*, 9(1), 57–65.
- Anwar, G., & Abdullah, N. N. (2021). The impact of human resource management practices on organizational performance. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(1), 35–47.
- Ariyanto, R., & Kustini, K. (2021). Employer branding and employee value proposition: The key success of startup companies in applicant attraction potential employee candidates. *Annals of Human Resource Management Research*, 1(2), 113–125.
- Assess Candidates. (2025). *Job seeker behavior and employer branding statistics report*. Assess Candidates.
- Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. National Bureau of Economic Research.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Tingkat Pengangguran Terbuka Agustus 2025*.
- Bassett-Jones, N. (2023). *Strategic human resource management: A systems approach*. Routledge.
- Cekindo. (2018, May 7). *Rekrutmen di Indonesia: Pahami sisi gelapnya*.
- Dhakal, K., Baczar, P., Devkota, N., Paudel, U. R., & Szabó, S. (2023). *Institutional perception of e-recruitment adoption in Nepal: Evidence from structural equation modeling*. *Economics and Sociology*, 16(3), 227–248.
- Diningrum, W., & Suratman, A. (2026). Pengaruh *employer attractiveness* dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa tingkat akhir. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 7(2).
- Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim POLRI. (2024). *Laporan tahunan penanganan kejahatan siber dan keamanan data digital di Indonesia (2022–2024)*. Kepolisian Negara Republik Indonesia.
- Erlinda, F., & Safitri, R. (2020). the Relationship Between Employer Branding, Corporate Reputation, and Recruitment Web on Intention To Apply. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(8), 1572.

- Geofanny, R. (2023). Employer Branding and E-recruitment Against Interest in Applying for Generation Z Jobs Employer Branding dan E-recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z. 12(1), 146–154.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. SUGIYONO
- Hafizah, S. (2026, Maret 1). *The Rise of AI-Assisted Recruitment: Bagaimana Teknologi Mengubah Cara Kita Melamar Kerja*. BSINews.
- Handi, H., & Safitri, W. (2023). Pengaruh reputasi perusahaan, e-recruitment, dan kompensasi terhadap minat melamar kerja di Kabupaten Bekasi. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 101–111.
- Hegazy, N. A. A., & Elsayed, A. A. (2022). *Studying The Relationship between Electronic Recruitment Determinants and Organization Attractiveness: The Mediating Role of Attitude Towards Using E-Recruitment*. *International Journal of Applied Management Theory and Research*, 4(1).
- Indonesia Financial Group. (2023). *Workshop BUMN: Penguatan employer branding dan digitalisasi rekrutmen dalam menarik talenta muda potensial*. Holding BUMN Asuransi dan Penjaminan.
- KitaLulus. (2025). *Pentingnya employer branding dalam menarik pelamar berkualitas*. KitaLulus for Employer.
- Kompas.com. (2024). *Tren e-recruitment dan preferensi pencari kerja generasi Z di era digital*. Kompas Cyber Media.
- Market.us Scoop. (2025). *Online recruiting statistics and market trends*. Market.us Scoop.
- Mustari, A. M. I. (2021). Pengaruh pengalaman magang dan minat kerja terhadap kesiapan kerja (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- NapoleonCat. (2025). *LinkedIn users in Indonesia: Demographics and distribution*. NapoleonCat.
- Nurussyifa, R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh mata diklat produktif akuntansi, kompetensi siswa, dan lingkungan keluarga terhadap kesiapan kerja melalui mediasi efikasi diri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 164–177.
- Pangenan, Y., Kistiani, A., Suryana, H., Safitri, U. R., & Boyolali, U. (2024). Pengaruh Employer Branding Dan E-Recruitment Terhadap Niat Melamar Kerja Generasi Z Di PT Panca. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(02), 206–216.
- Putri, A. K., Herri, H., & Lukito, H. (2025). *Pengaruh employer branding dan website recruitment terhadap minat melamar kerja dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi: Studi pada mahasiswa program sarjana Universitas Andalas* (Tesis Magister, Universitas Andalas). Scholar Universitas Andalas.
- Purborini, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan pada lulusan perguruan tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Rahadi, D. R., & Farid, M. (2021). *E-recruitment and selection*. Palembang: CV. Lentera Ilmu Mandiri.

- Rehatta, P. N. R., Sijabat, A., Tutupoho, S., Muskita, F. I., & Waly, N. (2022). Pengaruh employer branding terhadap turnover intention di mediasi oleh employee engagement pada PT. Federal International Finance Ambon. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 3346–3358.
- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millenial. *AtTadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66.
- Sinaga, M. N., & Pramudita, D. P. D. (2023). Pengaruh employer attractiveness dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 34(3), 224–232.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, dan Penelitian Evaluasi. Alfabeta.
- Soeling, P. D., et al. (2022). Strategi rekrutmen berbasis teknologi digital dalam meningkatkan minat pelamar kerja. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 89–98.
- Validnews. (2024). *Dinamika pasar kerja, fenomena lulusan perguruan tinggi, dan efektivitas portal rekrutmen digital*. Validnews.id.
- Wijoyo, A., Mustofa, F. B., Febriana, I., Khalisa, S., & Muldani, V. (2023). Sistem E-Recruitment Atau Proses Perekrutan Berbasis Elektronik: Studi Kasus Pada PT. Astra Internasional Tbk. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(2), 247-252.
- Wirohikmawan, R., & Kustini, K. (2023). Pengaruh daya tarik dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa Manajemen FEB UPN "Veteran" Jawa Timur. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 457–462.
- Yuyung, A., Sulaiman, & Risaldi. (2026). Dimensi employer branding dalam memprediksi minat melamar kerja pencari kerja generasi muda. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 15–28.
- Zeeshan, M., et al. (2020). Employer branding and job application intention: The mediating role of perceived organizational prestige. *International Journal of Human Resource Studies*, 10(2), 105–120