

Pengaruh Persepsi Corporate Image Terhadap Intention To Apply Melalui Employer Attractiveness (Studi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Perguruan Tinggi di Indonesia) = The Effect of Corporate Image PT Telekomunikasi Selular on Intention To Apply Through Employer Attractiveness (Study on Final Year Students)

Fadhilah Adiati Heryani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513358&lokasi=lokal>

Abstrak

Peristiwa war for talent menyebabkan meningkatnya persaingan dalam memperoleh kandidat karyawan yang berpotensi. Meningkatnya persaingan, membuat perusahaan untuk memaksimalkan upayanya dalam menarik minat melamar para pencari kerja sehingga perusahaan dapat memperoleh karyawan yang berpotensi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh corporate image PT Telekomunikasi Selular terhadap intention to apply pada mahasiswa tingkat akhir Perguruan Tinggi di Indonesia dengan employer attractiveness sebagai variabel mediasinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 195 responden yang merupakan mahasiswa tingkat akhir menggunakan teknik non-probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis jalur untuk melihat pengaruh antar variabel baik secara langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate image memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap intention to apply melalui employer attractiveness. Namun, pengaruh corporate image terhadap intention to apply melalui employer attractiveness memiliki nilai pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh corporate image terhadap intention to apply secara langsung

.....The war for talent phenomenon leads to increased competition for finding potential candidates. Increased competition made companies maximize their efforts to attract job seekers so that companies can get the potential candidates. The purpose of this study was to analyze the effect of corporate image PT Telekomunikasi Selular on intention to apply to final year students with employer attractiveness as a mediating variabel. This research used a quantitative approach by distributing questionnaires to 195 respondents who were final year students using non-probability sampling techniques. The data analysis technique used is path analysis to see the influence between variables, either directly or indirectly. The results showed that company image has a direct and indirect influence on the intention to be implemented through the attractiveness of the employer. However, the effect of corporate image on the intention to apply through the attractiveness of the employer has a smaller effect value than the effect value of the corporate image on the intention to apply directly