

Pengaruh Employer branding terhadap Intention to apply PT Wijaya Karya dengan Corporate reputation sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa UI) = The Mediating Effect of Corporate reputation on Employer branding and Intention to apply PT Wijaya Karya (Case at University of Indonesia)

Ersyadean Arrassy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920538789&lokasi=lokal>

Abstrak

Perusahaan dengan nama besar tidak lagi menjadi satu-satunya hal yang menjadi penentu seseorang dalam mencari pekerjaan. Employer branding merupakan salah satu kunci penting bagi sebuah perusahaan dalam membuat citra untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam banyak hal. Salah satunya adalah mendapatkan sumber daya manusia yang unggul dan kompeten untuk memajukan perusahaan. Prioritas para pelamar pekerjaan terutama anak muda mulai bergeser dalam memilih pekerjaan. Para pelamar memilih sebuah perusahaan yang memiliki citra yang baik untuk menunjukkan bahwa sebuah perusahaan layak untuk dijadikan tempat bekerja. Sehingga menjadikan employer branding salah satu faktor terbesar dari intention to apply seseorang dalam melamar pekerjaan. Selain itu, reputasi perusahaan juga berperan penting yang menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan intention to apply bagi para pelamar pekerja. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh employer branding terhadap intention to apply pada PT Wijaya Karya dengan corporate reputation sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan teknik purposive sampling yang disebarkan ke 238 mahasiswa tingkat terakhir yang sedang menjalankan studi di Universitas Indonesia. Data pada penelitian ini diolah menggunakan software IBM SPSS 26 dan SmartPLS 4, dimana Analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan SEM-PLS (Structural Equation Modelling-Partial Least Square). Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa corporate reputation memberikan efek mediasi yang positif dan signifikan terhadap employer branding dan intention to apply. Hubungan antara ketiga variabel juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap satu sama lainnya.

.....Big name companies are no longer the only thing that determines someone intention for a job. Employer branding is one of the important keys for a company in creating an image to gain competitive advantage in many ways. One of them is getting superior and competent human resources to advance the company. The priorities of job applicants, especially young people, are starting to shift in choosing jobs. Applicants choose a company that has a good image to show that a company is a worthy place to work. So that makes employer branding one of the biggest factors of a person intention when applying for a job. Apart from that, the company's reputation also plays an important role which is one of the determining factors of intention to apply for job applicants. This research aims to see the influence of employer branding on intention to apply in Wijaya Karya Corp with corporate reputation as a mediating variable. This research uses a quantitative approach carried out by distributing questionnaires using purposive sampling technique which was distributed to 238 final year students who were studying at the University of Indonesia. The data in this study was processed using

IBM SPSS 26 and SmartPLS 4 software, where data analysis in this research was carried out using SEM-PLS (Structural Equation Modelling-Partial Least Square). The results of this research show that *corporate reputation* provide a positive and significant mediation effect on *employer branding* and *intention to apply* for a job. The relationship between the three variables also has a positive and significant influence on each other.