



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN MELALUI *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI PEMEDIASI

(Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer Di Fakultas Ekonomi Dan Ilmu
Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

Oleh

TSABITHA DWI KUSUMA

NIM 12170121549

**KONSENTRASI MSDM
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

**PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* TERHADAP
NIAT MELAMAR PEKERJAAN MELALUI *SOCIAL
MEDIA* SEBAGAI PEMEDIASI
(Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer Di Fakultas Ekonomi Dan Ilmu
Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)**



UIN SUSKA RIAU

Oleh

TSABITHA DWI KUSUMA

NIM 12170121549

KONSENTRASI MSDM

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Tsabitha Dwi Kusuma
NIM : 12170121549
PROGRAM STUDI : S1 Manajemen
KONSENTRASI : Manajemen Sumber Daya Manusia
FAKULTAS : Ekonomi dan Ilmu Sosial
SEMESTER : IX (Sembilan)
JUDUL : Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Melalui *Social Media* Sebagai Pemediasi (Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).


DISETUJUI OLEH DOSEN PEMBIMBING

Dr. Putriana, S.E., M.M.
NIP. 19691120 200701 2 023

MENGETAHUI

DEKAN
FAKULTAS EKONOMI
DAN ILMU SOSIAL

Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., Ak
NIP. 19740312 200604 2 002

Ketua Program Studi S1
Manajemen

Susnaningsih Mar'at, S.E., M.M., Ph.D
NIP. 19730909 200604 2 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tsabitha Dwi Kusuma
NIM : 12170121549
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia
Judul : Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Melalui *Social Media* Sebagai Pemediasi (Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
Tanggal Ujian : 09 Oktober 2025

TIM PENGUJI

Ketua Penguji

Henni Indravani, S.E., M.M.
NIP. 19700802 199803 2 003

Penguji 1

Dr. Ade Ria Nirmala, S.E., M.M.
NIP. 19730411 202321 2 007

Penguji 2

Dr. Putriana, S.E., M.M.
NIP. 19691120 200701 2 023

Sekretaris

Desvi Emtv, S.E., M.Si.
NIP. 19621231 198903 2 040



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : TSABITHA DWI KUSUMA
NIM : 12170121549
Tempat/Tgl Lahir : SLEMAN, 20 MARET 2003
Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
Prodi : MANAJEMEN

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah Lainnya*:

PENGARUH EMPLOYER ATTRACTIVENESS TERHADAP NIAT
MELAMAR PEKERJAAN MELALUI SOCIAL MEDIA SEBAGAI PEMEDIASI
(STUDI PADA MAHASISWA GENERASI ZOOMER DI FAKULTAS EKONOMI
DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF
KASIM RIAU).

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

- Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
- Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.
- Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 OKTOBER 2025
Yang membuat pernyataan



TSABITHA DWI KUSUMA
NIM. 12170121549

* Pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN MELALUI *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI PEMEDIASI

(Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)

Oleh:

TSABITHA DWI KUSUMA
NIM 12170121549

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan pada mahasiswa generasi zoomer atau Gen Z di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui penggunaan *social media* sebagai variabel mediasi. Pengambilan sampel melalui *probability sampling* terhadap pemilihan secara *proportionate stratified random sampling* dengan jumlah 234 responden yang merupakan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan alat uji analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah SmartPLS dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media*, *social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, *employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, dan *social media* mampu memediasi pengaruh antara *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan.

Kata kunci: *Employer Attractiveness*, Niat Melamar Pekerjaan, *Social Media*, Generasi Z, Rekrutmen.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF EMPLOYER ATTRACTIVENESS
ON JOB APPLICATION INTENTION THROUGH
SOCIAL MEDIA AS A MEDIATOR**

A Study on Zoomer Generation Students at the Faculty of Economics and
Social Sciences, State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau)

By:

TSABITHA DWI KUSUMA

NIM : 12170121549

This study aims to analyze the influence of employer attractiveness on the intention to apply for a job among Generation Z students at the Faculty of Economics and Social Sciences, State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau with social media as a mediating variable. The sampling method used was probability sampling through proportionate stratified random sampling, involving a total of 234 respondents who are at the Faculty of Economics and Social Sciences, State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau. This is a quantitative study, and the analytical tool used is SmartPLS with the Structural Equation Model (SEM) analysis method. The results of the study show that employer attractiveness has a positive and significant effect on social media; social media has a positive and significant effect on job application intention; employer attractiveness has a positive and significant effect on job application intention; and social media is able to mediate the influence of employer attractiveness on job application intention.

Keywords: *Employer Attractiveness, Job Application Intention, Social Media, Generation Z, Recruitment.*

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Melalui *Social Media* Sebagai Pemediasi (Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)” sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, sang pembawa risalah Islam, pembawa syafaat bagi umatnya di hari akhir nanti. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini mengalami banyak rintangan dan tantangan, namun berkat doa, bimbingan, dukungan dan semangat serta bantuan dari berbagai pihak penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya, setulus-tulusnya kepada :

1. Kepada almarhum Bapak Heri Triyanto, S.H., ayah tercinta yang semasa hidupnya selalu menjadi inspirasi bagi penulis dalam menjalani hidup dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semangat dan tekad untuk menyelesaikan studi dengan baik. Terima kasih atas segala dukungan, kasih sayang, dan doa yang tak pernah henti hingga akhir hayat Ayah pada 11 Juni 2025. Semoga Allah SWT menempatkan Ayah di tempat terbaik disisi-Nya dan senantiasa dilimpahkan rahmat-Nya.

2. Kepada Ibu Suheni Rahayu, S.E., ibu kandung yang sangat penulis sayangi, terima kasih atas doa-doa yang tiada henti sejak penulis dilahirkan hingga hari ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan dukungan yang tak ternilai selama ini
3. Ibu Prof. Dr. HJ. Leny Nofianti MS., S.E., M.Si., Ak., CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak dan Ibu Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Ibu Susnaningsih Mu'at, S.E., M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, dan Ibu Fitri Hidayati, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen.
7. Ibu Dr. Putriana, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Penasihat Akademik penulis yang telah banyak membantu, membimbing, meluangkan waktu dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

8. Bapak Ibu dan seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan untuk menggapai cita-cita.
9. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Saudari-saudari kandung penulis yakni Annisa Fajriansyah, S.Gz., Anindya Syah Putri, Nafisa Ringga Murti, Talita Hasna Khumairah yang selalu memberi dukungan dan bantuan serta doa untuk penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada sahabat penulis, Nabilla Junir, terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk dukungan, pengertian, bantuan, dan dorongan positif yang tak terkira sejak awal perkuliahan hingga akhir masa studi ini.
12. Sahabat penulis sejak kecil Mei Sherlianti, Risma Rahmayanti, Septiani, Novian Sri Rahmawani dan Maudina Anggraini Barus. Terima kasih atas dukungan, doa, ucapan bangga yang diberikan setiap kali penulis berhasil melalui tahap-tahap tugas akhir ini.
13. Teman-teman baik saya Hera Wati, Dea Andriani, Sri Ayu Lestari, Annisa Atika, Yasmini Harjani Rambe, Tasya Adella, serta teman-teman lainnya yang tak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan arahan yang telah diberikan, yang turut membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang luput dari kesadaran penulis baik dari segi tata bahasa, bentuk penulisan, maupun nilai ilmiahnya, oleh sebab itu penulis sangat terbuka dengan masukan, kritik maupun saran yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini akan lebih baik di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 17 Juli 2025

Tsabitha Dwi Kusuma
NIM. 12170121549



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Niat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Generasi Z	12
2.2.1 Pengertian Generasi Z	12
2.2.2 Karakteristik Generasi Z	14
2.2.3 Pengertian Niat Melamar Pekerjaan	16
2.2.4 Faktor Pendorong Niat Melamar Pekerjaan	17
2.2.5 Indikator Niat Melamar Pekerjaan	19
2.3 <i>Employer Attractiveness</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Employer Attractiveness</i>	20
2.3.2 Indikator <i>Employer Attractiveness</i>	21
2.4 <i>Social Media</i>	22
2.4.1 Pengertian <i>Social Media</i>	22
2.4.2 Karakteristik <i>Social Media</i>	23
2.4.3 Indikator <i>Social Media</i>	25
2.5 Pandangan Islam	25
2.5.1 Pandangan Islam Tentang Niat Melamar Pekerjaan	25
2.5.2 Pandangan Islam Tentang <i>Employer Attractiveness</i>	26
2.5.3 Pandangan Islam Tentang <i>Social Media</i>	28
2.6 Penelitian Terdahulu	29
2.7 Kerangka Konseptual	31
2.8 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2 Objek Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

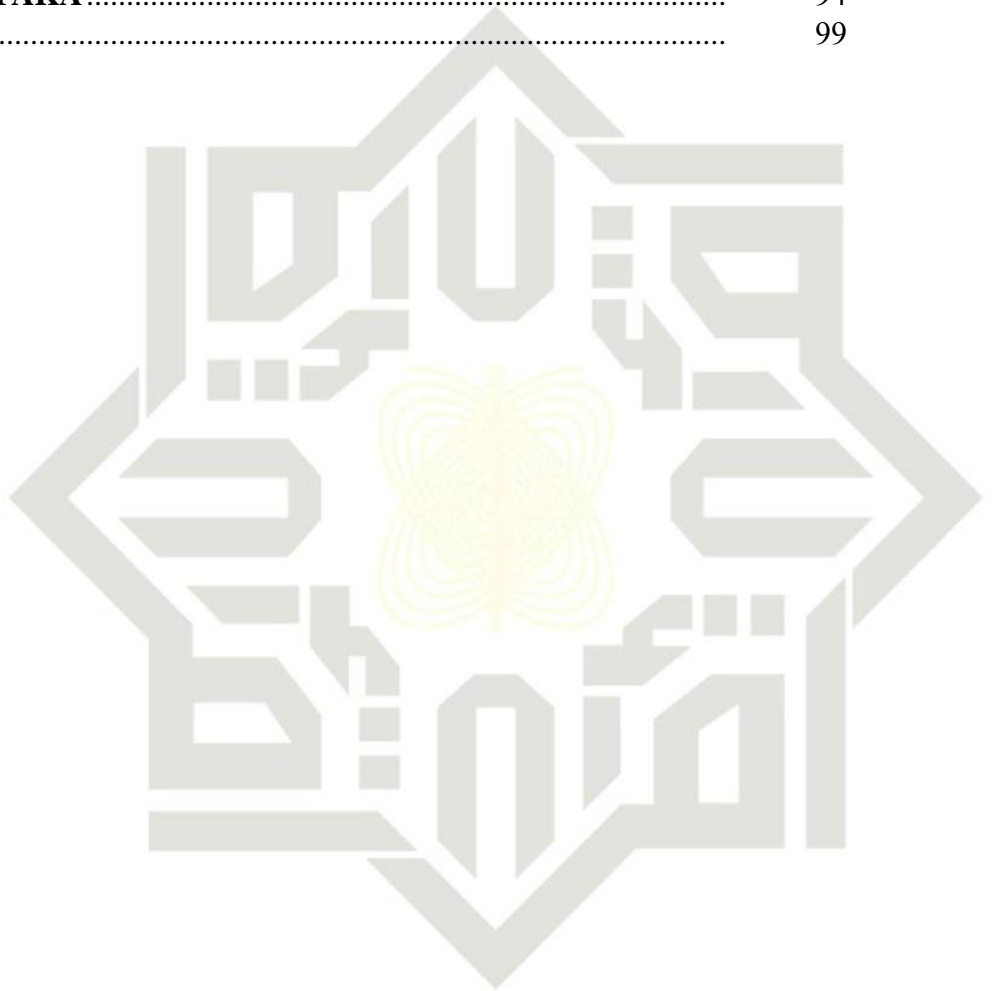
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel	38
3.4 Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1 Data Primer.....	40
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Kuesioner (Angket).....	41
3.5.2 Interview (Wawancara).....	41
3.6 Definisi dan Operasional Variabel	42
3.7 Pengukuran Variabel	43
3.8 Metode Analisis Data	43
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	48
4.1 Sejarah Umum Lokasi Penelitian	48
4.2 Visi, Misi, dan Tujuan Lokasi Penelitian	49
4.2.1 Visi.....	49
4.2.2 Misi	50
4.2.3 Tujuan	50
4.3 Struktur Organisasi	51
4.4 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.....	54
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
5.1 Gambaran Penelitian	55
5.2 Karakteristik Responden	55
5.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
5.2.2 Responden berdasarkan Program Studi	56
5.2.3 Responden Berdasarkan Keaktifan di <i>Social Media</i>	57
5.2.4 Responden Berdasarkan Pencarian Informasi Lowongan Pekerjaan	58
5.3 Deskripsi Variabel Penelitian	59
5.3.1 Gambaran Variabel <i>Employer Attractiveness</i>	59
5.3.2 Gambaran Variabel Niat Melamar Pekerjaan.....	62
5.3.3 Gambaran Variabel <i>Social Media</i>	64
5.4 Evaluasi Model.....	66
5.4.1 Pengujian <i>Outer Model</i> (Asesmen Model Pengukuran)	66
5.5 Uji Validitas.....	69
5.5.1 Validitas Konvergen	69
5.5.2 Validitas Diskriminan.....	70
5.6 Uji Reliabilitas.....	73
5.6.1 Pengujian <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	75
5.7 Pengujian Hipotesis	77
5.7.1 Pengujian Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	78
5.7.2 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	80
5.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
5.8.1 Pengaruh <i>Employer Attractiveness</i> Terhadap <i>Social Media</i>	81
5.8.3 Pengaruh <i>Employer Attractiveness</i> Terhadap Niat Melamar Pekerjaan	82



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.8.4 Pengaruh <i>Employer Attractiveness</i> Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Melalui <i>Social Media</i>	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Manfaat Penelitian.....	90
6.3 Keterbatasan Penelitian	91
6.4 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1	Jumlah Mahasiswa.....	38
Tabel 3. 2	Jumlah Responden Mahasiswa	40
Tabel 3. 3	Definisi dan Operasional Variabel.....	42
Tabel 5. 1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
Tabel 5. 2	Responden Berdasarkan Program Studi	56
Tabel 5. 3	Responden berdasarkan Keaktifan di Social Media	57
Tabel 5. 4	Responden Berdasarkan Pencarian Informasi Lowongan Kerja	58
Tabel 5.5	Rekapitulasi tanggapan responden Terhadap Variabel <i>Employer Attractiveness</i>	60
Tabel 5. 6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Melamar Pekerjaan.....	62
Tabel 5. 7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media</i>	64
Tabel 5. 8	Outer Loading <i>Employer Attractiveness (X), Social Media (Z)</i> dan Niat Melamar Pekerjaan (Y).....	67
Tabel 5. 9	<i>Outer Loading</i>	69
Tabel 5. 10	Nilai <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 5. 11	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	72
Tabel 5. 12	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	73
Tabel 5. 13	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	74
Tabel 5. 14	Nilai <i>Composite Reliability</i>	74
Tabel 5. 15	Nilai <i>R-Square (R2)</i>	75
Tabel 5. 16	Nilai <i>Q-Square Model</i>	76
Tabel 5. 17	Nilai SRMR.....	70
Tabel 5. 18	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	77
Tabel 5. 19	Hasil <i>Indirect Effect</i>	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

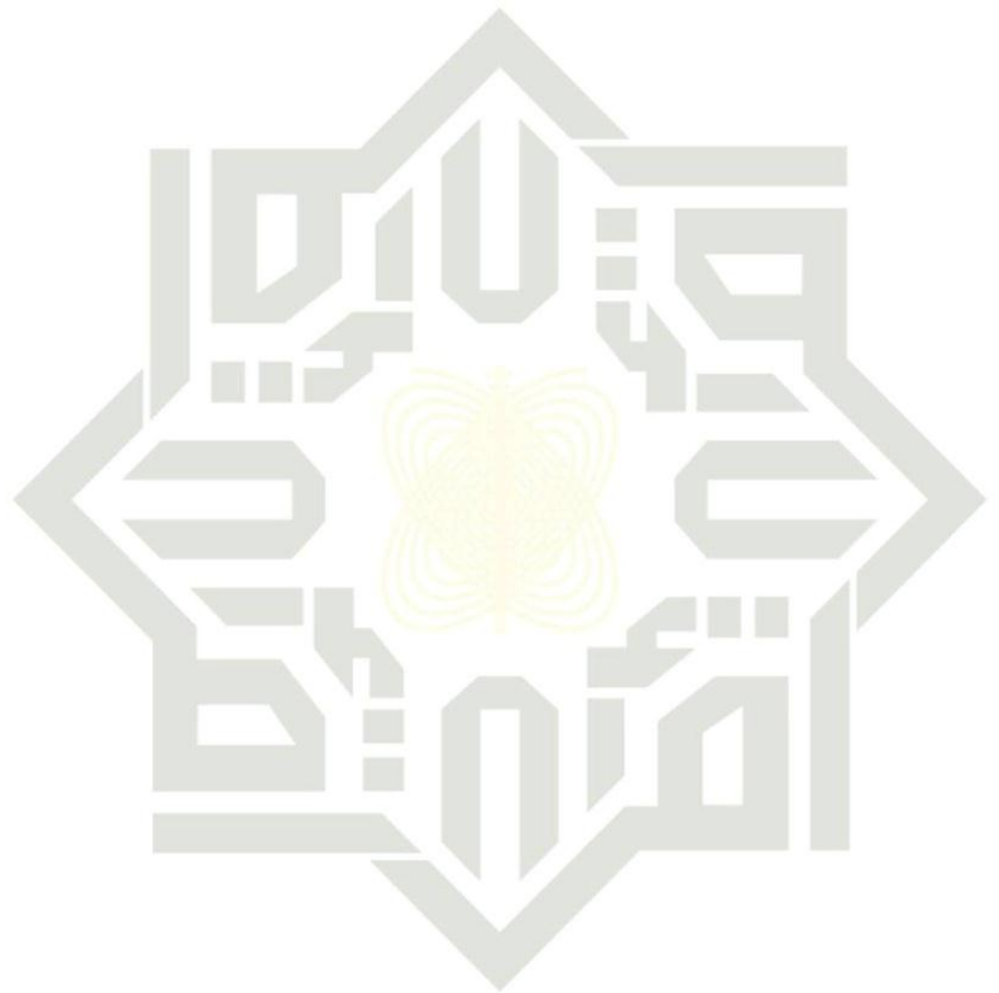


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	53
Gambar 5.1 : Diagram Path PLS Algoritma	67
Gambar 5.2 : Hasil estimasi model bootstrapping	78



UIN SUSKA RIAU

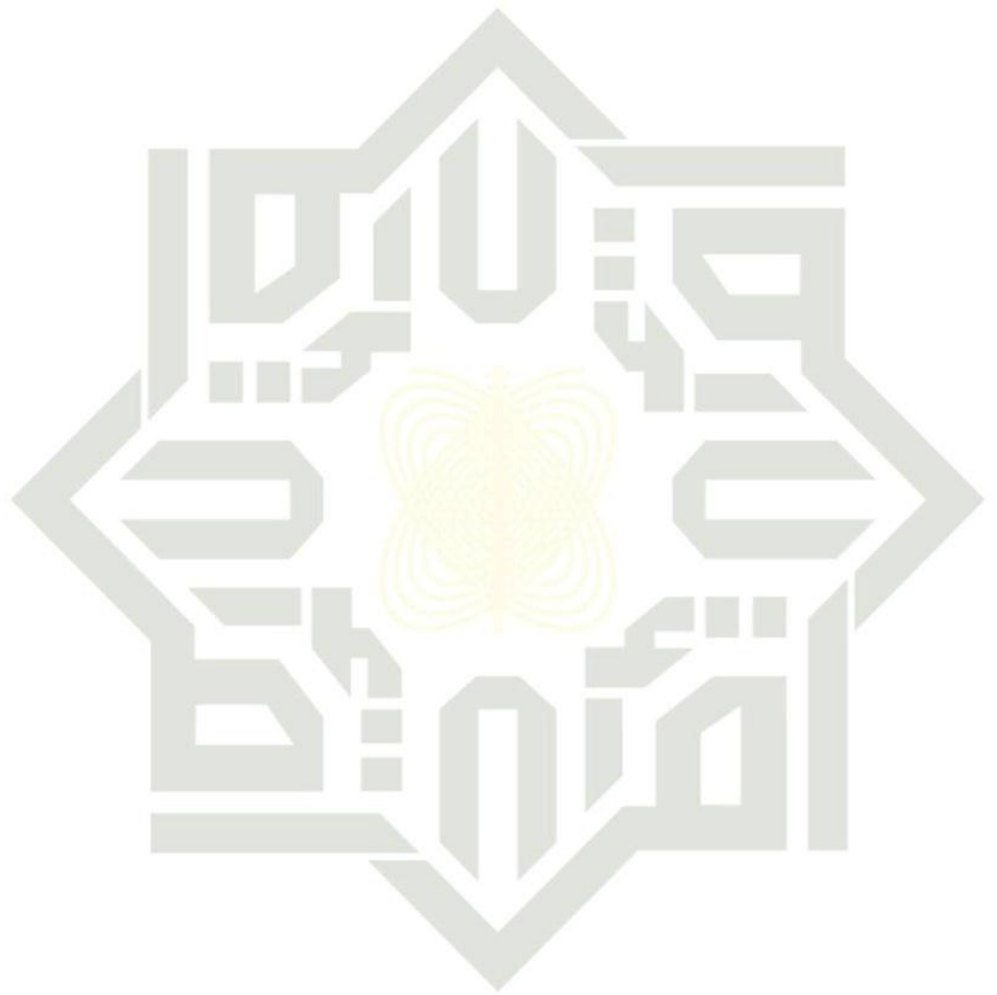


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 2 : Data Penelitian	105
Lampiran 3 : Hasil Analisis SEM PLS	121



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan dinamika perilaku pencari kerja, khususnya dari kalangan generasi muda. Fenomena perubahan demografi tenaga kerja menunjukkan bahwa Generasi Zoomer atau yang lebih dikenal dengan sebutan Generasi Z kini mulai mendominasi pasar kerja (Wijaya dan Arisetyawan, 2023). Generasi ini merupakan kelompok termuda dalam angkatan kerja (Hanifah dan Wardono, 2020). Berdasarkan literatur yang dirujuk Badan Pusat Statistik dari William H. Frey dalam *Analysis of Census Bureau Population Estimates*, Generasi Z adalah individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 (BPS, 2021).

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lahir, tumbuh, dan berkembang dalam lingkungan yang sarat dengan teknologi digital (Bambang et al., 2020). Mereka memiliki karakteristik yang menonjol dalam hal keterbukaan, kreativitas, dan inovasi (Sakitri, 2021), sehingga dipandang sebagai sumber daya manusia yang berpotensi besar untuk mengisi berbagai posisi strategis di masa depan (Hapsara dan Nugrahaningsih, 2024). Sejalan dengan itu, Nguyen et al. (2022) menegaskan bahwa Generasi Z memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian global di masa mendatang.

Namun, lingkungan yang tidak pasti dan kompleks menjadikan Generasi Z sebagai generasi global pertama yang tumbuh dengan pandangan berbeda terhadap pekerjaan, pembelajaran, dan kehidupan pribadi (Nurqamar et al., 2022). Mereka cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap keseimbangan kerja dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

kehidupan (*work-life balance*) serta nilai-nilai yang sejalan dengan prinsip pribadi. Oleh karena itu, Gen Z tidak ragu untuk meninggalkan pekerjaan apabila merasa perusahaan tempat mereka bekerja tidak lagi sesuai dengan nilai dan tujuan hidup mereka. Kondisi ini menjadi tantangan bagi perusahaan dalam memperoleh serta mempertahankan tenaga kerja potensial untuk mengisi posisi penting.

Dalam konteks tersebut, *employer attractiveness* menjadi salah satu konsep penting dalam manajemen sumber daya manusia yang berperan dalam menarik minat pencari kerja. *Employer attractiveness* merujuk pada persepsi individu terhadap daya tarik suatu perusahaan sebagai tempat untuk bekerja. Di era digital, peran *social media* semakin menonjol sebagai kanal strategis dalam kegiatan pemasaran rekrutmen (*recruitment marketing*). Platform seperti Instagram, LinkedIn, dan TikTok kini dimanfaatkan perusahaan untuk menampilkan budaya kerja, nilai-nilai organisasi, testimoni karyawan, hingga informasi lowongan pekerjaan.

Mahasiswa dan lulusan baru sebagai bagian dari Generasi Z cenderung mencari informasi terkait reputasi dan citra perusahaan melalui *social media* sebelum memutuskan untuk melamar. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mengelola citra dan reputasinya secara efektif di *social media* memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian generasi muda serta membentuk niat melamar pekerjaan di kalangan pencari kerja. Hal ini menunjukkan adanya peran mediasi *social media* dalam hubungan antara *employer attractiveness* dan *intention to apply*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemampuan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan tenaga kerja potensial menjadi faktor penting untuk memenangkan persaingan di dunia industri, tidak hanya melalui produk dan jasa yang berkualitas (Kusdiyanto dan Ishbah, 2024), tetapi juga melalui pengelolaan sumber daya manusia yang unggul. Sumber daya manusia merupakan elemen utama yang menentukan keberlangsungan aktivitas manajerial dan berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan (Prayoga dan Lajira, 2022). Hayomi dan Suharnomo (2024) juga mengungkapkan bahwa kesuksesan suatu perusahaan bersandar pada kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya. Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi, karena manusia merupakan perencana, pelaku, dan penentu terwujudnya tujuan organisasi. Tujuan tidak akan tercapai tanpa peran aktif karyawan, meskipun alat-alat yang dimiliki organisasi sangat canggih sekalipun (Hasibuan, 2016).

Agama Islam juga menganjurkan umat manusia untuk bekerja, sebagaimana disebutkan dalam Surah At-Taubah ayat 105 (Pustaka Al-Hanan, 2009). Bekerja memiliki makna yang luas dalam kehidupan seseorang, tidak hanya sebagai sarana memperoleh penghasilan, tetapi juga sebagai cara untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan, memberikan kontribusi sosial, serta memenuhi kebutuhan hidup (Putri dan Nugroho, 2023).

Adanya kebutuhan yang harus dipenuhi merupakan salah satu faktor pendorong seseorang untuk melamar pekerjaan. Berdasarkan teori hierarki kebutuhan Abraham H. Maslow, kebutuhan manusia terbagi menjadi lima tingkatan, yaitu fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ekspektasi dan harapan calon pekerja terhadap perusahaan serta pekerjaan yang akan dipilih sebelum bekerja disebut dengan *employer attractiveness* (Annisa et al., 2022).

Dalam praktiknya, *social media* telah menjadi sarana penting dalam proses rekrutmen modern. Gen Z dibesarkan dalam dunia yang terhubung dengan teknologi dan memiliki kecenderungan tinggi untuk selalu aktif secara virtual (Sakitri, 2021). Menurut DataReportal (2024), Indonesia memiliki 139 juta pengguna *social media* pada Januari 2024, setara dengan 49,9% dari total populasi. Gen Z memanfaatkan *social media* untuk mencari informasi tentang perusahaan dan lingkungan kerja yang diinginkan sebelum mengajukan lamaran (Annisa et al., 2022). Saat ini, organisasi juga menggunakan *social media* untuk membangun citra perusahaan dan menarik calon pekerja potensial (Rani et al., 2022). Seberapa menarik perusahaan di mata kandidat dapat dipengaruhi oleh unggahan, opini, dan rekomendasi di platform digital (Shaari, 2022).

Penelitian terdahulu oleh El-Menawy et al. (2023) menemukan bahwa *employer attractiveness* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat Generasi Z untuk melamar pekerjaan, dan bahwa platform *social media* memiliki efek mediasi dalam hubungan tersebut. Soeling et al. (2022) juga menjelaskan adanya pengaruh signifikan antara *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan. Penelitian lain oleh Noviriani dan Wiranatakusumah (2023) menunjukkan bahwa variabel *employer attractiveness* dan *social media use* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk memahami fenomena ini secara teoritis, *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjadi kerangka yang relevan. Dalam TPB, perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama: *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. *Employer attractiveness* membentuk sikap positif terhadap perusahaan (*attitude*), sementara penggunaan *social media* memberikan akses informasi dan pengaruh sosial (*subjective norms* dan *perceived behavioral control*), yang pada akhirnya membentuk niat melamar pekerjaan (*intention to apply*).

Perbedaan karakteristik Gen Z menjadikan generasi dengan jumlah penduduk terbanyak menurut Sensus Penduduk 2020 ini lebih selektif dalam memilih pekerjaan. Sebelum membuat keputusan untuk melamar, banyak aspek yang mereka pertimbangkan. Hal ini menimbulkan tantangan baru bagi praktik manajemen sumber daya manusia di organisasi, yang menjadi dasar utama penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan, baik secara langsung maupun melalui mediasi penggunaan *social media*, dengan fokus pada mahasiswa sebagai representasi Generasi Zoomer. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam bidang rekrutmen dan *employer branding*, serta kontribusi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran kerja yang lebih efektif di era digital. Dengan demikian, peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh *Employer Attractiveness*



terhadap Niat Melamar Pekerjaan melalui *Social Media* sebagai Pemediasi (Studi pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *employer attractiveness* berpengaruh terhadap niat melamar pekerjaan?
2. Apakah *employer attractiveness* berpengaruh terhadap *social media*?
3. Apakah *social media* berpengaruh terhadap Niat Melamar Pekerjaan?
4. Apakah *social media* memediasi hubungan antara *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Employer attractiveness* terhadap *social media*
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social media* terhadap niat melamar pekerjaan
4. Untuk mengetahui pengaruh *Social media* memediasi hubungan antara *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan



1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki hasil yang akan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis, yakni sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian, peneliti berharap dapat menguatkan teori hierarki kebutuhan melalui dorongan minat melamar pekerjaan. Niat melamar pekerjaan didorong oleh adanya kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi. Kemudian *Theory of Planned Behaviour (TPB)* melalui niat individu dalam melakukan suatu tindakan, dalam hal ini adalah niat untuk melamar pekerjaan.

2. Secara Praktis

Dari hasil penelitian, peneliti berharap dapat memberikan informasi bermanfaat untuk perusahaan yang akan merekrut karyawan. Sehingga perusahaan dapat mempertimbangkan *employer attractiveness*, memanfaatkan *social media* sebagai sarana untuk menarik minat pelamar kerja.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terbagi menjadi beberapa tahap agar mudah dipahami dan memenuhi persyaratan. Setiap bab memiliki rangkaian bab yang saling melengkapi. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:



BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai pendahuluan yang bersikikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang akan mendukung dan sangat berguna dalam menganalisis hasil penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, konsep variabel yang digunakan, pandangan islam dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai berbagai jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel yang diteliti, serta teknik analisis data yang diterapkan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini memaparkan informasi detail terkait lokasi penelitian yang menjadi fokus studi, meliputi sejarah organisasi, visi dan misi, struktur organisasi, serta faktor-faktor penting lainnya yang relevan dengan konteks penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menampilkan data dan temuan yang didapatkan dari penelitian. Adapun bagian ini tersusun dari dua sub-bab: yakni hasil penelitian (menyajikan data dengan menggunakan tabel) dan pembahasan (menginterpretasikan hasil, menghubungkan teori dengan temuan, dan merangkai implikasi penelitian).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

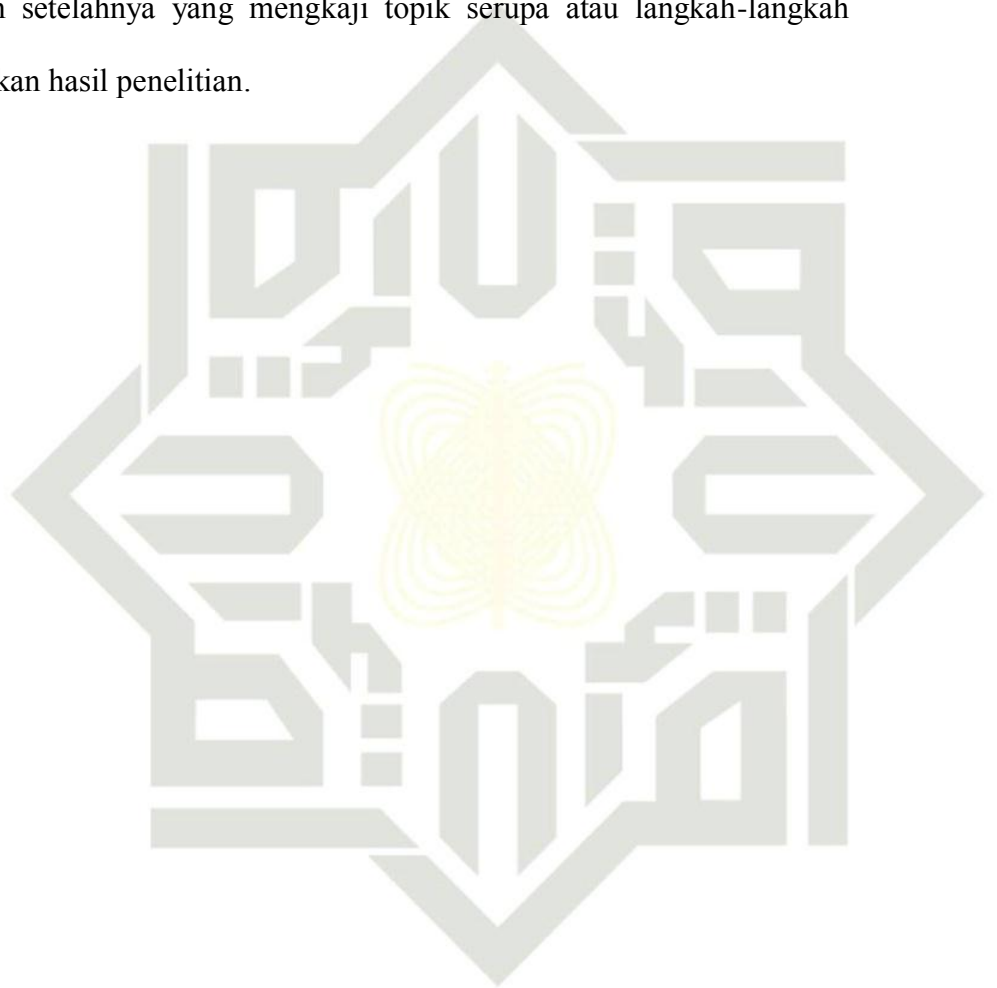
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang memaparkan kesimpulan dan saran.

Kesimpulan Menyusun ringkasan temuan utama dan menghubungkan kembali kepada tujuan penelitian. Sedangkan saran memberi usulan atau rekomendasi untuk penelitian setelahnya yang mengkaji topik serupa atau langkah-langkah praktis berdasarkan hasil penelitian.



UIN SUSKA RIAU



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini berfokus pada perilaku calon pelamar terkait niat melamar pekerjaan. Dalam menjelaskan fenomena tersebut, teori yang dianggap paling tepat adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini banyak digunakan dalam berbagai penelitian untuk menjelaskan niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan tertentu. Menurut Ajzen (2020), TPB dimulai dengan identifikasi perilaku yang diminati dari segi sasaran, tindakan yang dilakukan, konteks terjadinya, serta jangka waktunya.

TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang didorong oleh niat (*intention*) untuk melakukan perilaku tersebut. Semakin kuat niat individu, semakin besar kemungkinan perilaku itu diwujudkan. Niat ini merupakan representasi dari sejauh mana seseorang berencana dan siap untuk terlibat dalam suatu tindakan. Dengan kata lain, niat menjadi prediktor langsung terhadap munculnya perilaku aktual.

Menurut Maullah dan Rofiuddin (2021), TPB mencakup evaluasi individu yang dapat berupa respon positif maupun negatif terhadap suatu objek atau tindakan. Sikap merupakan tahap awal dalam pengambilan keputusan, sehingga berperan penting dalam mempengaruhi minat seseorang. Apabila individu memiliki pandangan positif terhadap suatu hal misalnya perusahaan yang dianggap memberikan manfaat dan peluang karier yang baik maka hal tersebut dapat mendorong munculnya keputusan untuk melamar pekerjaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada intinya, TPB menekankan bahwa niat perilaku terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 2020).

1. *Attitude Toward The Behaviour* (Sikap Terhadap Perilaku)

Attitude toward the behavior didasarkan pada keyakinan individu terhadap konsekuensi yang mungkin timbul dari suatu tindakan. Sikap ini mencerminkan penilaian pribadi seseorang mengenai apakah perilaku tersebut dianggap positif atau negatif, menyenangkan atau tidak menyenangkan, serta menguntungkan atau merugikan. Sikap terbentuk dari *behavioral beliefs*, yaitu keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang mungkin terjadi apabila ia melakukan perilaku tertentu, serta evaluasi terhadap konsekuensi-konsekuensi tersebut. Dengan demikian, semakin positif keyakinan dan penilaian individu terhadap suatu perilaku, semakin positif pula sikap yang terbentuk.

2. *Subjective norm* (Norma Subjektif)

Norma subjektif merujuk pada persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Norma ini terbentuk dari keyakinan individu tentang pandangan orang-orang penting di sekitarnya seperti keluarga, teman, atau kolega dan sejauh mana ia termotivasi untuk mengikuti pandangan tersebut. Norma subjektif dipengaruhi oleh dua komponen, yaitu *normative beliefs* (keyakinan normatif), yakni keyakinan seseorang bahwa individu atau kelompok tertentu menyetujui atau tidak menyetujui suatu tindakan; serta *motivation to comply* (motivasi untuk patuh),



yaitu sejauh mana seseorang ingin menyesuaikan perilakunya dengan harapan orang atau kelompok yang dianggap penting.

3. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku yang Dirasakan)

Perceived behavioral control (PBC) adalah persepsi individu mengenai seberapa mudah atau sulit melakukan suatu perilaku dan sejauh mana ia memiliki kendali atas perilaku tersebut. Konsep ini mirip dengan *self-efficacy* (keyakinan diri), karena berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengatasi hambatan dan memanfaatkan sumber daya yang ada. PBC dipengaruhi oleh *control beliefs*, yaitu keyakinan mengenai keberadaan atau ketiadaan sumber daya dan peluang yang diperlukan untuk melaksanakan suatu perilaku, serta kekuatan faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambatnya. Menurut Ajzen (2020), faktor-faktor yang memengaruhi kontrol perilaku meliputi kapabilitas dan keterampilan yang dimiliki, ketersediaan waktu, dana, dukungan dari pihak lain, serta sumber daya relevan lainnya.

2.2 Niat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Generasi Z

2.2.1 Pengertian Generasi Z

Generasi Z, atau yang sering disebut *Zoomer*, merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Arum et al., 2023). Mereka adalah generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital, internet, serta media sosial yang membentuk cara berpikir, berinteraksi, dan bekerja secara berbeda dari generasi sebelumnya. Menurut Francis dan Hoefel (2018), Generasi Z dikenal sebagai *digital natives* yang sangat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akrab dengan teknologi, memiliki tingkat literasi digital tinggi, serta mengutamakan nilai-nilai seperti keaslian, fleksibilitas, dan keseimbangan hidup (*work-life balance*).

Dalam konteks dunia kerja, mereka tidak hanya mencari pekerjaan yang menawarkan stabilitas ekonomi, tetapi juga makna, kebebasan berekspresi, dan lingkungan kerja yang sesuai dengan nilai personal mereka. Oleh karena itu, memahami karakteristik Generasi Z menjadi penting bagi perusahaan untuk merancang strategi rekrutmen yang menarik dan relevan dengan preferensi generasi ini.

Generasi Z memiliki beberapa karakteristik yang serupa dengan generasi milenial, seperti menghargai *work-life balance*, berkomunikasi secara digital, serta memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi dan keinginan untuk memimpin. Namun, perilaku dan cara pandang mereka terhadap dunia kerja cenderung berbeda karena dipengaruhi oleh peristiwa besar yang terjadi pada masa mereka tumbuh, seperti resesi ekonomi, meningkatnya pengangguran, serta perkembangan pesat internet dan teknologi seluler (Gabriela & Buchko, 2021; Nguyen et al., 2022). Oleh sebab itu, memahami karakteristik Generasi Z menjadi hal penting bagi perusahaan dalam merancang strategi rekrutmen yang adaptif, menarik, dan selaras dengan ekspektasi generasi digital ini.

Menurut Kasmir (2016), rekrutmen sangat penting mengingat kebutuhan tenaga kerja tidak dapat ditunda dan sering kali harus segera dipenuhi, terutama untuk posisi yang bersifat mendesak. Dalam proses rekrutmen, terdapat empat hal



yang perlu diperhatikan oleh manajer sumber daya manusia, yaitu: (1) menentukan sumber tenaga kerja potensial yang akan direkrut, (2) menciptakan cara agar pelamar tertarik untuk melamar, (3) memastikan pelamar memenuhi kualifikasi yang diinginkan, serta (4) mempertimbangkan jumlah biaya yang dikeluarkan. Dalam konteks generasi Z, poin kedua menjadi semakin krusial, sebab perusahaan perlu menemukan pendekatan yang tepat agar mampu menarik minat mereka untuk melamar pekerjaan, misalnya melalui media digital dan citra perusahaan yang sesuai dengan nilai-nilai mereka.

2.2.2 Karakteristik Generasi Z

Adapun nilai dan karakteristik Generasi Z adalah sebagai berikut :

1. Digital *native* dan ketergantungan pada teknologi

Generasi Z dikenal sebagai *digital native*, yaitu generasi yang tumbuh bersama perkembangan pesat teknologi informasi dan media sosial. Mereka memiliki kemampuan tinggi dalam mengakses, mengolah, dan memanfaatkan informasi digital. Dalam konteks melamar pekerjaan, Gen Z mengandalkan media sosial seperti LinkedIn, Instagram, dan TikTok untuk mencari informasi tentang perusahaan, reputasi organisasi, serta pengalaman karyawan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Pham dan Vo (2022) serta El-Menawy et al. (2023), yang menegaskan bahwa media sosial menjadi sarana utama dalam menjembatani persepsi daya tarik perusahaan (*employer attractiveness*) dengan niat melamar pekerjaan.

2. Orientasi pada nilai-nilai autentisitas dan reputasi perusahaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebelum memutuskan untuk melamar, Gen Z cenderung menilai sejauh mana perusahaan menunjukkan nilai-nilai yang autentik dan selaras dengan prinsip pribadi mereka. Mereka lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, transparansi dalam komunikasi, serta komitmen terhadap keberlanjutan, keadilan sosial, dan inklusivitas. Hal ini berkaitan erat dengan konsep *employer attractiveness*, di mana citra positif dan nilai-nilai organisasi menjadi faktor pendorong utama munculnya niat melamar (Pramudita et al., 2024; Widianti, 2022).

3. Mencari keseimbangan antara karier dan kehidupan pribadi

Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih berorientasi pada stabilitas pekerjaan, Gen Z lebih menekankan *work-life balance* dan fleksibilitas dalam bekerja. Mereka lebih memilih perusahaan yang memberikan ruang untuk aktualisasi diri, pengembangan keterampilan, dan keseimbangan emosional. Dalam proses sebelum melamar, mereka akan menelusuri informasi terkait kebijakan kerja fleksibel, peluang pelatihan, dan budaya kerja yang mendukung kesejahteraan mental.

4. Rasional dan selektif dalam mengambil keputusan karier

Generasi Z menunjukkan perilaku rasional dan berbasis informasi dalam mengambil keputusan karier. Mereka tidak hanya melihat faktor gaji, tetapi juga mempertimbangkan aspek non-material seperti kesempatan berkembang, lingkungan kerja yang suportif, dan nilai-nilai perusahaan. Sebelum melamar, mereka cenderung membandingkan berbagai sumber informasi digital dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memvalidasi reputasi perusahaan melalui media sosial. Hal ini menggambarkan kecenderungan mereka untuk melakukan proses eksplorasi dan evaluasi mendalam sebelum mengambil keputusan (El-Menawy et al., 2023).

5. Mengutamakan pengalaman dan interaksi digital

Dalam konteks rekrutmen, Gen Z lebih responsif terhadap pengalaman digital yang interaktif dan menarik. Mereka mengharapkan konten rekrutmen yang visual, komunikatif, dan autentik. Media sosial bukan hanya menjadi alat pencarian informasi, tetapi juga wadah untuk berinteraksi dengan perusahaan. Oleh karena itu, konten rekrutmen yang melibatkan testimoni karyawan, *behind-the-scenes*, dan *employee storytelling* dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian mereka (Ananda & Santosa, 2024).

6. Terpengaruh oleh norma sosial dan komunitas daring

Selain faktor personal, perilaku Gen Z dalam melamar pekerjaan juga dipengaruhi oleh *subjective norms*, yaitu pandangan dan perilaku teman sebaya di lingkungan digital. Ketika mereka melihat teman atau figur panutan melamar atau bekerja di perusahaan tertentu, hal tersebut dapat menumbuhkan dorongan sosial untuk melakukan tindakan serupa. Hal ini relevan dengan kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, di mana norma subjektif berperan penting dalam membentuk niat perilaku, termasuk niat melamar pekerjaan.

2.2.3 Pengertian Niat Melamar Pekerjaan

Niat untuk melamar pekerjaan mencerminkan persepsi individu terhadap perusahaan yang menunjukkan kesiapan dan komitmennya untuk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

mengambil langkah konkret dalam proses pencarian kerja pada perusahaan tersebut (Soeling et al., 2022). Sama dengan pengertian niat melamar pekerjaan yang dikemukakan oleh (Permadi dan Netra, 2015), niat melamar pekerjaan adalah suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian satu atau lebih informasi lowongan pekerjaan yang bisa diperoleh baik dari internal maupun eksternal perusahaan, menentukan pilihan hingga akhirnya pengambilan keputusan terkait perusahaan mana yang akan dilamar oleh individu tersebut.

Menurut Barber (1998) minat melamar pekerjaan ialah proses ketertarikan para pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan. Mereka memulai dengan mencari informasi mengenai lowongan kerja, membuat alternatif dan akhirnya mengambil keputusan untuk memilih perusahaan atau tempat kerja yang mereka inginkan. Oleh karena itu, niat melamar kerja adalah upaya seseorang untuk secara sadar dan konsisten mencari tahu, menjalin relasi, dan berusaha untuk berkesempatan diwawancarai oleh calon pemberi kerja (perusahaan).

2.2.4 Faktor Pendorong Niat Melamar Pekerjaan

Faktor pendorong yang menyebabkan seseorang memiliki niat melamar pekerjaan adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Berdasarkan teori hierarki kebutuhan yang dikembangkan oleh Abraham H Maslow dalam karyanya yang berjudul "*Motivation and Personality*", kebutuhan manusia disusun dalam suatu tingkatan yang memotivasi perilaku individu, yaitu :

1. Kebutuhan Fisiologis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan utama karena sudah ada dan terasa sejak manusia lahir, seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Bagi karyawan maupun mahasiswa yang akan memulai karir, kebutuhan akan gaji, tunjangan, bonus, cuti, liburan, dan fasilitas lainnya seperti tempat tinggal dan kendaraan dapat menjadi motivasi dasar dari seseorang yang akan memulai karirnya.

2. Kebutuhan Rasa Aman

Kebutuhan rasa aman berada di urutan kedua dalam hierarki kebutuhan. Kebutuhan rasa aman menyangkut keselamatan, kesehatan karyawan saat bekerja dan hal lain terkait keamanan.

3. Kebutuhan Sosial

Kebutuhan sosial merupakan level ketiga dalam hierarki kebutuhan yang meliputi kebutuhan untuk dekat dengan keluarga, kebutuhan untuk berteman dan bergaul dengan orang lain, dorongan untuk memiliki pasangan dan keturunan, dan kebutuhan antar pribadi.

4. Kebutuhan Penghargaan

Kebutuhan tingkat keempat adalah kebutuhan akan penghargaan. Seseorang menginginkan agar dirinya dianggap penting melalui bermacam simbol kebendaan yang terasa mencolok agar orang lain mengetahui prestasi yang dimilikinya.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebutuhan aktualisasi diri termasuk keinginan untuk terus mengembangkan potensi. Kebutuhan aktualisasi diri ini menempati tingkat terakhir di puncak segitiga.

2.2.5 Indikator Niat Melamar Pekerjaan

Peneliti menggunakan indikator berdasarkan Highhouse (2003) yang diadaptasi oleh El-Menawy & Saleh., (2023), niat melamar pekerjaan terdapat empat indikator, yaitu:

1) Kebutuhan akan pekerjaan

Kebutuhan akan pekerjaan untuk memperoleh pendapatan menjadi penyebab calon karyawan tertarik melamar pekerjaan.

2) Pencarian informasi pekerjaan

Pencarian informasi dan berita tentang lowongan pekerjaan oleh calon karyawan yang disediakan perusahaan.

3) Penentuan pilihan pekerjaan

Penentuan pilihan pekerjaan oleh calon karyawan yang dimulai dengan memilih dan mempertimbangkan beberapa informasi lowongan pekerjaan yang dilampirkan oleh suatu perusahaan sesuai dengan minat dan bakatnya.

4) Pembuatan keputusan

Pembuatan keputusan oleh calon karyawan terkait akan melamar pekerjaan di perusahaan mana sesuai dengan minat dan bakat serta setelah pertimbangan matang sebelumnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 *Employer Attractiveness*

2.3.1 Pengertian *Employer Attractiveness*

Berthon at al., (2005) dalam Buitek at al., (2023) mendefinisikan *employer attractiveness* sebagai manfaat yang diekspektasikan oleh calon pegawai untuk diperoleh saat bekerja di perusahaan, organisasi, atau pemberi kerja terkait. Dalam (Highhouse et al., 2005), dalam hal ini *employer attractiveness* dapat dilihat dari perspektif atau opini dari calon pekerja maupun pegawai yang sudah bekerja di suatu organisasi. Dalam penelitian sebelumnya menurut Jiang & Illes, 2011; Sena, 2020; dalam Widiarti, 2022, disisi calon karyawan *employer attractiveness* tersebut sebagai sesuatu yang menarik perhatian calon pekerja, dan di sisi pekerja *employer attractiveness* dapat memotivasi mereka agar setia terhadap perusahaan atau organisasi dimana dirinya bekerja. Maka dari itu, pelamar perlu memperhatikan *employer attractiveness* atau daya tarik perusahaan sebelum melamar suatu pekerjaan.

Berdasarkan beberapa pendapat sebelumnya, dapat diperoleh pengertian bahwa *employer attractiveness* merupakan daya tarik yang dimiliki suatu perusahaan atau pemberi kerja yang terdiri dari nilai-nilai tambah yang dapat membedakan perusahaan tersebut dengan pesaingnya, sehingga dapat menarik calon pelamar kerja potensial yang diinginkan untuk mengisi kekosongan posisi serta membuat karyawan lama memiliki kesetiaan untuk tetap bekerja dalam waktu yang lama.

Nilai inovasi, aplikasi, dan psikologis di perusahaan mempunyai daya tarik dan dapat mempengaruhi niat untuk melamar (Sivertzen et al., 2013). Semakin



tinggi daya tarik perusahaan, semakin tinggi pula minat seseorang untuk melamar di perusahaan tersebut (Sivertzen et al., 2013). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa daya tarik perusahaan yang mempunyai nilai-nilai tinggi dan manfaat akan berpengaruh dan dapat meningkatkan keinginan calon pelamar kerja untuk memilih suatu perusahaan.

2.3.2 Indikator *Employer Attractiveness*

Menurut Berthon et al. (2005) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *employer attractiveness* memiliki lima indikator, yaitu:

1. *Interest Value*

Sejauh mana pemberi kerja yang menawarkan lingkungan kerja yang menarik, praktik kerja baru, dan kemampuan untuk memanfaatkan kreativitas karyawannya untuk menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi dapat menarik seorang individu dikenal sebagai nilai ketertarikan atau *Interest Value*.

2. *Social Value*

Sejauh mana individu tertarik pada pemberi kerja yang dapat memberikan area atau ruang kerja yang menyenangkan dan bahagia, serta relasi kolega dan suasana tim yang baik, dinilai berdasarkan nilai sosial atau *social value*.

3. *Economic Value*

Nilai ekonomi atau *Economic Value* adalah ukuran seberapa tertarik seseorang pada pemberi kerja yang menawarkan kompensasi berupa gaji di atas rata-rata, keamanan pekerjaan, dan kesempatan untuk maju.

4. *Development Value*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sejauh mana seseorang tertarik pada pemberi kerja yang memberikan pengakuan, penghargaan, dan kepercayaan diri, serta pengalaman untuk meningkatkan karir dan menjadi pengalaman awal untuk pekerjaan di masa yang akan datang dikenal sebagai nilai pengembangan (*Development Value*).

5. Application Value

Application value menilai sejauh mana seseorang tertarik pada pemberi kerjanya, yang memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk menerapkan apa yang telah mereka pelajari dan mengajari orang lain dalam lingkungan yang berorientasi pada pelanggan dan manusiawi.

2.4 Social Media

2.4.1 Pengertian Social Media

Istiani & Islamy (2020) mendefinisikan media sosial sebagai jenis platform daring yang memungkinkan individu untuk dengan mudah bergabung, menciptakan konten, serta melakukan berbagai bentuk berbagi (*sharing*) di antara para penggunanya. Contoh-contoh media tersebut meliputi jejaring sosial, blog, ensiklopedia daring seperti Wikipedia, forum diskusi, serta dunia virtual. Selain itu, dalam literatur lain disebutkan bahwa *social media* adalah ruang sosial virtual yang dapat diakses pengguna melalui perangkat berbasis internet, yang memungkinkan individu dalam komunitas virtual tersebut untuk berbagi, membuat, mendiskusikan, dan bertukar konten yang dibuat pengguna (Pham & Vo, 2022).

Dengan banyaknya penggunaan media sosial untuk mencari pekerjaan, dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh karena itu, media sosial yang menyebarkan informasi kredibel tentang suatu perusahaan harus menarik dan jujur serta mempengaruhi persepsi pencari kerja terhadap perusahaan (Silaban et al., 2023). Maka dari itu, interaksi antara pemberi kerja dan pencari kerja di media sosial yang diterapkan melalui reputasi perusahaan dapat menjadi salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan minat pencarian kerja untuk melamar dan menjadi bagian dari perusahaan (Gupta & Saini, 2020).

Masyarakat cenderung menyukai media sosial karena menyediakan beragam fasilitas. Media sosial juga dapat berperan sebagai tempat bagi individu untuk mengekspresikan perasaan yang dialami. (Maulhayat et al., 2018). Media sosial digunakan oleh individu untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan menggunakan sarana yang tersedia. Selain itu, menurut Rosliana & Loisa dalam penelitian Feliana (2024) peran media sosial juga semakin penting dalam proses rekrutmen. Karena kemajuan pesat dalam teknologi, informasi, dan peralatan industri, kita kini memiliki kendali atas dunia.

2.4.2 Karakteristik *Social Media*

Berikut ini adalah 6 karakteristik *social media* beserta contohnya (Tim Grahl, 2013).

1. *Social Networks*

Layanan yang memungkinkan individu untuk membangun koneksi dengan orang-orang yang memiliki latar belakang dan minat serupa. Mereka biasanya terdiri dari profil dan memiliki berbagai cara untuk berinteraksi dengan pengguna



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

lain, serta kemampuan untuk membuat kelompok, serta berbagai fitur lainnya.

LinkedIn dan Instagram adalah contohnya.

2. *Bookmarking Sites*

Layanan ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengatur, dan mengelola tautan ke berbagai situs dan sumber di internet. Yang paling menonjol adalah kemampuan untuk "mengtag" tautan agar lebih mudah untuk dicari dan dibagikan. Tumblr dan StumbleUpon adalah contohnya.

3. *Sosial News*

Layanan yang memungkinkan pengguna mengirimkan berbagai jenis berita atau artikel berhubungan dari luar dan kemudian memungkinkan pengguna untuk "vote" pada item tersebut. Salah satu komponen paling penting dari interaksi sosial adalah pemilihan, di mana topik yang menerima suara terbanyak akan menjadi yang paling menonjol. Berita yang dapat diakses oleh lebih banyak orang hanya dapat dipilih oleh pengguna. Digg dan Radit adalah contohnya.

4. *Media Sharing*

Layanan seperti YouTube dan Flickr memungkinkan pengguna untuk dapat mengunggah dan berbagi media seperti gambar dan video. Layanan ini biasanya memiliki fitur sosial tambahan seperti profil, komentar, dan lainnya.

5. *Microblogging*

Microblogging layanan yang berfokus pada update singkat yang mendorong pelanggannya untuk berlangganan. Twitter adalah salah satu contohnya.

6. *Blog Comments and Forums*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Forum online yang memungkinkan anggota untuk berbicara tentang posting message: Blog komentar juga serupa, tetapi fokus diskusinya biasanya di sekitar topik posting blog. Banyak blog dan forum yang sangat populer adalah contohnya.

2.4.3 Indikator *Social Media*

Social media dapat diukur dengan beberapa indikator menurut (Pham & Vo, 2022) yaitu sebagai berikut :

- a. Kemudahan pencarian, yaitu kemudahan pencarian yang berkaitan dengan informasi yang ada di platform media sosial, seperti beberapa fitur yang dapat mempermudah pencarian misalnya tagar, atau filter pencarian yang mampu memberikan hasil yang relevan terkait pencarian yang di tampilkan.
- b. Informasi yang lengkap, yaitu kelengkapan informasi yang tersedia di platform social media, seperti berbagai jenis konten yang tersedia dalam bentuk teks, gambar, atau video, yang mampu memberikan informasi lengkap sesuai dengan topik informasi.
- c. Ulasan, yaitu sebuah penilaian atau feedback yang diberikan oleh pengguna platform social media terhadap informasi yang tersedia, dalam hal ini dapat berupa ruang, komentar, atau testimoni terkait pengalaman pengguna.

2.5 Pandangan Islam

2.5.1 Pandangan Islam Tentang Niat Melamar Pekerjaan

Islam menempatkan niat sebagai dasar segala perbuatan, termasuk dalam melamar pekerjaan. Dalam hadits Nabi Muhammad SAW disebutkan: "Sungguhnyanya segala amal tergantung pada niatnya." (HR. Bukhari dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Muslim). Artinya, niat seseorang saat melamar pekerjaan akan menentukan nilai amal di sisi Allah. Jika niatnya adalah untuk mencari nafkah yang halal, menafkahi keluarga, dan memberi manfaat kepada masyarakat, maka ia mendapat pahala. Namun, jika niatnya hanya untuk mencari kedudukan atau kekayaan tanpa mempertimbangkan halal-haramnya, maka niat tersebut akan menodai keberkahan pekerjaan. Al-Qur'an juga menyampaikan pentingnya bekerja dan mencari kehidupan secara halal. Allah berfirman:

النَّشُورُ وَإِلَيْهِ رَرْقَةٌ مِّنْ وَكُلُوا مَنَاجِبَهَا فِي فَاْمَشُوا ذَلُولًا الْأَرْضَ لَكُمْ جَعَلَ الَّذِي هُوَ

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk: 15)

Ayat ini mendorong umat Islam untuk aktif bekerja, termasuk melamar pekerjaan, dengan keyakinan bahwa rezeki sudah Allah tetapkan, namun usaha adalah kewajiban. Oleh karena itu, niat dalam melamar pekerjaan harus ikhlas karena Allah dan bertujuan menjalankan kewajiban sebagai hamba yang bertanggung jawab. Niat yang benar juga menjauhkan seseorang dari pekerjaan yang dilarang dalam Islam, seperti pekerjaan yang mengandung unsur riba, perjudian, atau aktivitas haram lainnya. Seorang Muslim harus memastikan bahwa tujuan melamar kerja adalah untuk mendapatkan rezeki yang *thayyib* (baik dan halal), bukan semata-mata status sosial atau keuntungan duniawi.

2.5.2 Pandangan Islam Tentang *Employer Attractiveness*

Dalam Islam, konsep *employer attractiveness* tidak hanya dilihat dari sisi material atau fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan, tetapi juga dari nilai-nilai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

keislaman yang diterapkan oleh organisasi tersebut. Seorang pemberi kerja dianggap menarik jika mempraktikkan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam hubungan kerja. Allah SWT berfirman:

بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلُهَا إِلَى الْأَمْنِ تَوَدُّوا أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ أَنْ
بَصِيرٌ ۖ سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعَمًا اللَّهُ إِنَّ

Artinya : "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil."(QS. An-Nisa: 58)

Artinya, perusahaan yang amanah dan adil dalam memberikan hak-hak karyawan merupakan bentuk ideal *employer* dalam Islam. Hal ini menciptakan daya tarik tersendiri bagi calon pekerja muslim, karena mereka merasa dihargai secara manusiawi dan spiritual. Selain aspek profesionalisme, daya tarik perusahaan juga dinilai dari seberapa jauh perusahaan menjaga lingkungan kerja yang sehat secara akhlak dan sosial. Islam sangat menganjurkan bekerja dalam lingkungan yang tidak mengandung maksiat, fitnah, atau pelanggaran nilai-nilai syariat. *Employer* yang mendorong perilaku etis, menjauhi riba, dan menjaga etika bisnis tentu menjadi pilihan yang lebih menarik bagi muslim yang taat.

Dalam konteks modern, perusahaan yang menawarkan program kesejahteraan karyawan, memperhatikan keseimbangan antara kehidupan kerja dan ibadah, serta memfasilitasi ketaatan beragama seperti menyediakan waktu shalat, dianggap sebagai perusahaan yang memiliki ‘*attractiveness*’ menurut



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kacamata Islam. Inilah daya tarik yang sejalan dengan maqashid syariah, yaitu menjaga agama dan jiwa.

2.5.3 Pandangan Islam Tentang *Social Media*.

Social media dalam pandangan Islam adalah alat atau sarana yang bersifat netral dalam artian kebaikan atau keburukannya bergantung pada bagaimana seseorang menggunakannya. Islam memberi ajaran untuk menggunakan baik lisan ataupun tulisan dengan bijak dan bertanggung jawab. Allah berfirman:

عَتِيدٌ رَقِيبٌ لَدَيْهِ إِلَّا قَوْلٌ مِّنْ يُلْفِظُ مَا

Artinya : “Tidak ada suatu kata yang diucapkannya melainkan ada didekatnya malaikat pengawas yang selalu siap (mencatat).” (QS. Qaf: 18).

Ayat ini menjadi pengingat bahwa setiap unggahan, komentar, dan interaksi di media sosial tidak luput dari pengawasan Allah. Oleh karena itu, seorang muslim harus menjaga etika berkomunikasi, menghindari ghibah, fitnah, hoaks, atau konten yang merusak moral dan akhlak, dan memanfaatkan media sosial untuk hal-hal bermanfaat seperti mempelajari hal baru, menambah pengetahuan dan menambah relasi, serta mencari penghidupan dalam hal ini adalah pekerjaan.

Dalam konteks dunia kerja, media sosial kini berperan penting sebagai alat untuk membangun citra profesional dan memperluas jaringan kerja. Seorang Muslim harus bijak dalam memanfaatkan media sosial untuk kepentingan karier, seperti mempublikasikan portofolio, berinteraksi dengan rekan kerja, atau

menyebarkan informasi yang mendidik. Dalam Islam, setiap tindakan yang bermanfaat dan dilakukan dengan niat yang baik dapat bernilai ibadah.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menganalisis *Employer Attractiveness* terhadap Niat Melamar Pekerjaan yang dimediasi oleh Penggunaan *Social Media*. Tabel berikut ini mengenai *Employer Attractiveness*, *Social Media* dan Niat Melamar Pekerjaan yang mendorong timbulnya penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun	Judul	Hasil
1.	El-Menawy, S.M.A., & Saleh, P.S., (2023), <i>Future Business Journal</i> , (Vol 9 No 1), hal 65.	How Does The Mediating Role of The Use of Social Media Platforms Foster The Relationship Between Employer Attractiveness and Generation Z Intention to Apply For A Job?	Hasil penelitian menemukan bahwa <i>Employer Attractiveness</i> memiliki dampak signifikan terhadap niat Generasi Z untuk melamar pekerjaan, dan bahwa platform media sosial memiliki efek mediasi pada hubungan ini.
2.	Noviriani, A.W., & Wirakartakusumah, A., (2023). <i>Keynesia: International Journal of Economy and Business</i> (Vol 2 No 2), hal 69-78.	The Effect of Employer Attractiveness, Social Media Use and Business Sustainability on The Intention to Apply For A Job To Start-Up Companies	Hasil penelitian menemukan bahwa <i>Employer Attractiveness</i> dan <i>Social Media Use</i> masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Melamar Pekerjaan di Perusahaan Start up.
3.	Pramudita, D.P.D., Kriswanti, I.E.P., & Bhimasta, R.A., (2024). <i>INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia</i> (Vol 7 No 4), hal 470-478.	Pengaruh Employer Attractiveness dan Ekspektasi Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa <i>employer attractiveness</i> memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam melamar pekerjaan.
4.	Pham, Q.T., & Vo, D.A., (2022). <i>The South East Asian Journal of Management</i> (Vol 16 No 2), hal 1-25.	Impact of Employer Value Proposition and Social Media Use on the Intention to Apply for a Job in the IT Industry of Vietnam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial ditemukan memiliki dampak positif pada reputasi IT industri. Kemudian, reputasi industri memiliki dampak positif terhadap niat untuk melamar pekerjaan.
5.	Rizky, G., Puterisari,	Daya Tarik Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau		D.U., Yustisi, Y.P., (2023). Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis (Vol 11 No 2), hal 1317-1328.	dan Kompetensi Karir yang Memengaruhi Niat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Tingkat Akhir	bahwa daya tarik perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, sementara kompetensi karier tidak. Namun, kombinasi antara daya tarik perusahaan dan kompetensi karier memiliki pengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan.
	6.	Soeling, P.D., Arsanti, S.D.A., Indriati, F., (2022). Heliyon (Vol 8 No 4).	Organizational Reputation: Does It Mediate The Effect Of Employer Brand Attractiveness On Intention To Apply In Indonesia?	Kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) <i>Employer Brand Attractiveness</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap <i>Intention to Apply</i> . 2) <i>Employer Brand Attractiveness</i> juga secara signifikan dan positif memengaruhi <i>Organizational Reputation</i> . 3) <i>Organizational Reputation</i> menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Intention to Apply</i> . 4) <i>Organizational Reputation</i> , sebagai variabel mediasi, tidak berhasil memediasi hubungan antara <i>Employer Brand Attractiveness</i> dan <i>Intention to Apply</i> secara signifikan.
	7.	Ardiansyah, F., Sary, F.P., (2024). Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE), (Vol 7 No 2), hal 2227-2242.	The Influence Of Employer Attractiveness And Company Reputation On The Intention Of Applying For Jobs In Startup Companies In Final Level Students Of Universitas Telkom	Hasil penelitian ini adalah niat lamaran pekerjaan pada mahasiswa akhir di Universitas Telkom 67% di pengaruhi oleh <i>Employer Attractiveness</i> dan <i>Corporate Reputation</i> dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.
	8.	Wirohikmawan, R., Kustini, K., (2023). Jurnal Manajemen dan Sains, (Vol 8 No 1), hal 457-462.	Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN "Veteran" Jawa Timur	Temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat melamar pekerjaan di Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur.
	9.	Widianti, D. F. (2022). Jurnal Manajemen Dayasaing (Vol 24 No 1), hal 63-79.	Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia	Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa <i>Employer Attractiveness</i> dan <i>Corporate Reputation</i> berpengaruh signifikan terhadap intensi melamar kerja talenta digital Generasi Z.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

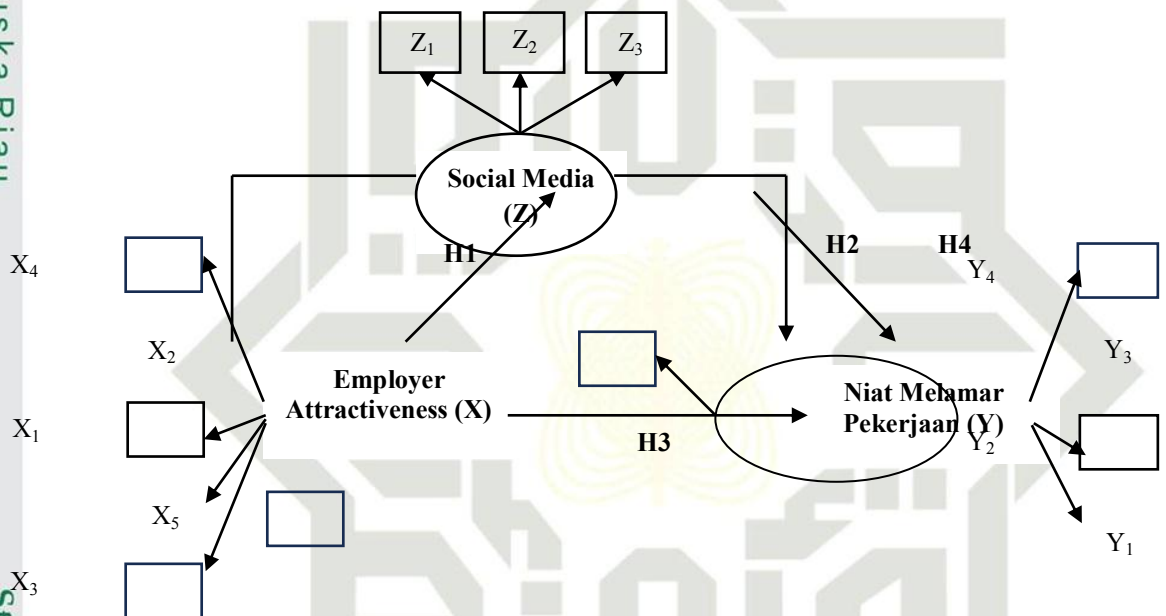


10.	Ananda, P.J., Santosa, A., (2024). Journal of Business and Halal Industry, (Vol 1 No 3), hal 1-16.	Pengaruh E-Recruitment, Media Sosial, dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z.
-----	--	---	---

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut.



Sumber : Data diolah peneliti, 2025.

Gambar 1.1 : Kerangka Konseptual

X_1 = Interest Value
 X_2 = Social Value
 X_3 = Economic Value
 X_4 = Development Value
 X_5 = Application Value

Y_1 = Kebutuhan Akan Pekerjaan
 Y_2 = Pencarian Informasi Pekerjaan
 Y_3 = Penentuan Pilihan Pekerjaan
 Y_4 = Pembuatan Keputusan

Z_1 = Kemudahan Pencarian Informasi
 Z_2 = Kelengkapan Informasi
 Z_3 = Ulasan

Keterangan :



2.8 Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka konseptual, penelitian ini menguji pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan yang dimediasi oleh *social media*. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap *Social Media*

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *employer attractiveness* memiliki peran penting dalam membentuk persepsi positif calon pelamar terhadap perusahaan. Pramudita, Kriswanti, dan Bhimasta (2024) menemukan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan. Hasil serupa juga diungkapkan oleh Rizky, Puterisari, dan Yustisi (2023) serta Wirohikmawan dan Kustini (2023) yang menunjukkan bahwa daya tarik perusahaan menjadi faktor utama yang mendorong niat melamar pada mahasiswa tingkat akhir. Selain itu, penelitian oleh Soeling, Arsanti, dan Indriati (2022) menegaskan bahwa *employer brand attractiveness* tidak hanya berdampak langsung terhadap *intention to apply*, tetapi juga berpengaruh positif terhadap reputasi organisasi sebagai representasi citra perusahaan di mata publik.

Sementara itu, dalam konteks digital, *social media* berperan penting sebagai medium utama bagi perusahaan dalam menampilkan citra dan nilai-nilai yang membangun daya tariknya. Pham dan Vo (2022) menemukan bahwa penggunaan media sosial berkontribusi terhadap reputasi industri dan berdampak positif terhadap niat melamar pekerjaan. Sejalan dengan itu, Ananda dan Santosa (2024) juga menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara daya tarik perusahaan dan pemanfaatan media sosial dalam membangun citra positif yang mendorong ketertarikan calon pelamar. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 *Employer attractiveness* berpengaruh terhadap penggunaan *social media*.

2. Pengaruh *Social Media* terhadap Niat Melamar Pekerjaan

Media sosial saat ini menjadi salah satu saluran utama dalam proses rekrutmen modern, terutama di kalangan generasi muda. Melalui media sosial, perusahaan dapat menampilkan citra positif, nilai-nilai organisasi, serta peluang karier yang mampu menarik perhatian calon pelamar. Penelitian oleh Pham dan Vo (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap reputasi industri yang pada akhirnya meningkatkan niat melamar pekerjaan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Ananda dan Santosa (2024) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z untuk melamar pekerjaan. Selain itu, Widiанти (2022) mengonfirmasi bahwa dalam konteks talenta digital generasi Z pada *startup* unicorn Indonesia, *social media* dan reputasi perusahaan berperan penting dalam meningkatkan intensi melamar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga instrumen strategis yang dapat membentuk persepsi dan niat calon pelamar terhadap perusahaan. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H2: *Social media* berpengaruh terhadap niat melamar pekerjaan.

3. Pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan

Daya tarik perusahaan (*employer attractiveness*) menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan individu untuk melamar pekerjaan. Perusahaan yang mampu menampilkan citra positif, peluang pengembangan karier, serta lingkungan kerja yang menarik cenderung lebih diminati oleh calon pelamar. Penelitian oleh Pramudita, Kriswanti, dan Bhimasta (2024) menunjukkan bahwa *employer attractiveness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam melamar pekerjaan. Hasil yang sejalan juga ditunjukkan oleh Rizky, Puterisari, dan Yustisi (2023), serta Wirohikmawan dan Kustini (2023), yang menyatakan bahwa daya tarik perusahaan berpengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan pada mahasiswa.

Selain itu, Soeling, Arsanti, dan Indriati (2022) menemukan bahwa *employer brand attractiveness* tidak hanya berdampak langsung terhadap *intention to apply*, tetapi juga meningkatkan reputasi organisasi yang berperan dalam membentuk persepsi positif calon pelamar. Temuan-temuan tersebut memperkuat bahwa *employer attractiveness* merupakan elemen penting dalam membangun niat seseorang untuk melamar pekerjaan pada perusahaan yang dianggap menarik. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: *Employer attractiveness* berpengaruh terhadap niat melamar pekerjaan.



4. Pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan yang di mediasi *Social Media*

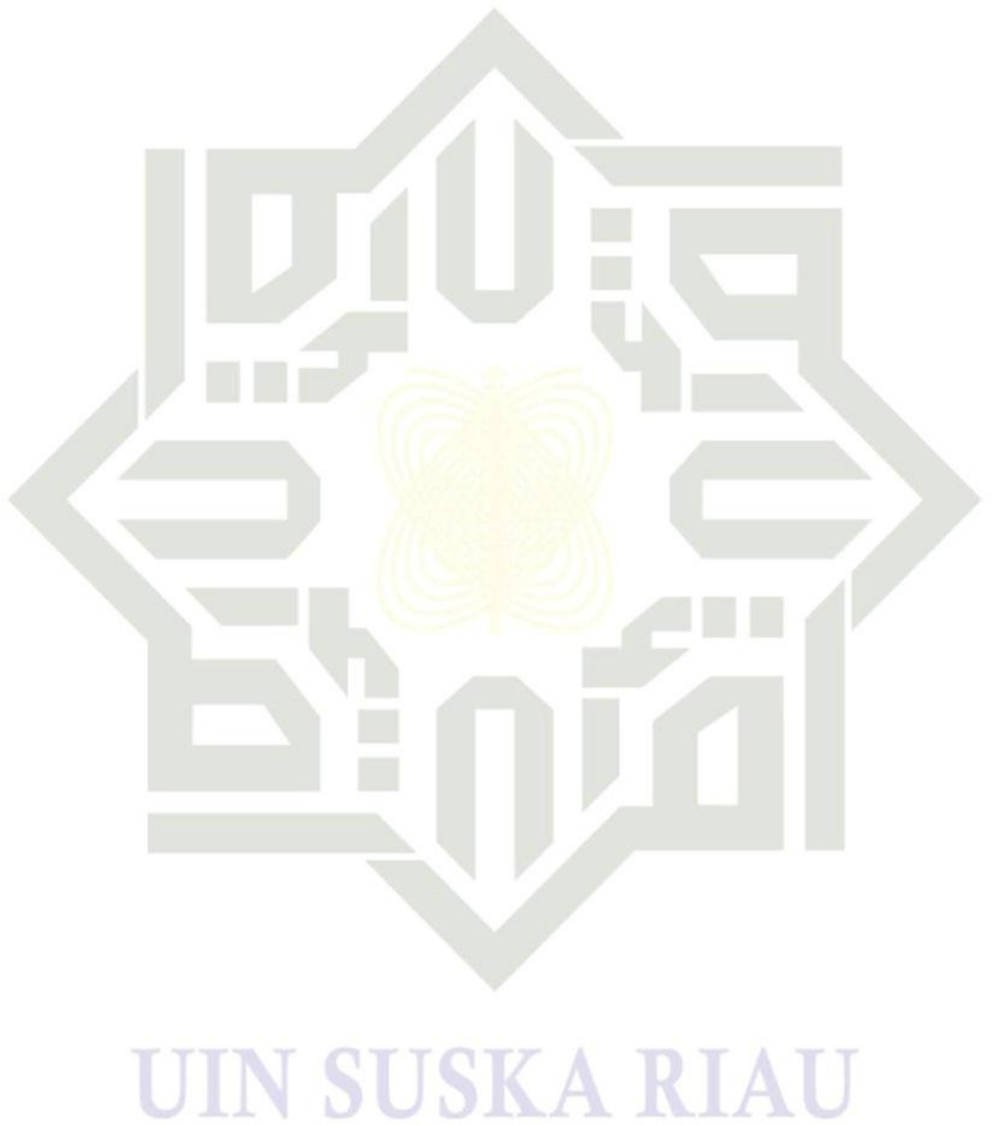
Dalam konteks rekrutmen modern, *social media* tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media strategis yang memediasi hubungan antara daya tarik perusahaan (*employer attractiveness*) dan niat melamar pekerjaan. Melalui media sosial, perusahaan dapat memperkuat citra positif, menampilkan nilai-nilai organisasi, serta menyebarkan informasi terkait lingkungan kerja yang menarik bagi calon pelamar. El-menawy (2023) menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai jalur mediasi yang efektif dalam membangun hubungan antara *employer branding* dan *job-seeking intention*, di mana persepsi positif yang dibentuk melalui media sosial mampu meningkatkan ketertarikan individu untuk melamar pekerjaan. Temuan ini sejalan dengan Pham dan Vo (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berdampak positif terhadap reputasi industri dan berimplikasi pada meningkatnya niat melamar pekerjaan.

Selain itu, penelitian oleh Soeling, Arsanti, dan Indriati (2022) juga menunjukkan bahwa *employer brand attractiveness* dapat meningkatkan reputasi organisasi, yang dalam konteks digital dapat disebarkan secara luas melalui media sosial. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa *social media* berperan penting dalam memperkuat pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar pekerjaan, terutama di kalangan generasi muda yang aktif secara digital. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H4: *Employer attractiveness* berpengaruh terhadap niat melamar pekerjaan melalui *social media* sebagai variabel mediasi.





BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Waktu penelitian mulai dari Oktober 2024 s/d Juni 2025.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang terdiri dari 6 program studi pada tahun 2025.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2022) adalah keseluruhan subjek atau objek yang akan diukur karena memiliki kuantitas dan ciri-ciri tertentu sesuai dengan yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian tersebut. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa tingkat akhir angkatan 2021 di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjumlah 564 mahasiswa.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Generasi Zoomer atau Gen-Z di Pekanbaru Provinsi Riau, namun difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2021 karena dianggap memenuhi kriteria responden yang diinginkan peneliti yaitu 1) merupakan individu kelahiran antara tahun 1997-2012 dan termasuk klasifikasi generasi Z, 2) sedang dalam masa akhir studi dan mulai merencanakan karir yang

akan mereka jalani setelah lulus dari perguruan tinggi, serta 3) dinilai telah mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja, Adapun mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2021 berjumlah 564 orang, kemudian dengan rumus slovin diperoleh sampel berjumlah 234 responden.

Berikut adalah data jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau angkatan 2021 pada semester ganjil tahun 2024/2025.

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa

No.	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1.	S1 Manajemen	146
2.	S1 Akuntansi	209
3.	S1 Administrasi Negara	195
4.	D3 Manajemen Perusahaan	6
5.	D3 Akuntansi	2
6.	D3 Administrasi Perpajakan	6
Total		564

Sumber: Akademik Fekoncos, 2025.

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang mencakup karakteristik yang dimilikinya (Sugiyono, 2022). Pengambilan sampel melalui *probability sampling* terhadap pemilihan secara *proportionate stratified random sampling* yaitu teknik yang pengambilan sampel dengan membagi populasi menjadi kelompok kecil, dalam penelitian ini pembagian dilakukan menurut usia, angkatan, program studi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jumlah sampel yang nantinya dihimpun dari populasi dalam penelitian ini adalah 234 mahasiswa. Jumlah tersebut dihitung oleh peneliti menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1+(N \times E^2)}$$

Keterangan :

- = Sampel yang diambil
- = Jumlah Populasi
- = Toleransi 5%

$$n = \frac{564}{1+(564 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{564}{1+(1,41)}$$

$$n = \frac{564}{2,41}$$

$$n = 234,024$$

Dari perhitungan diketahui bahwa sampel yang dapat diambil untuk penelitian berjumlah 234,024 yang jika dibulatkan adalah 234 mahasiswa yang berasal dari jumlah populasi yaitu 564 mahasiswa.

Dalam penelitian ini, populasi langsung berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjumlah enam program studi. Sehingga dari jumlah sampel tersebut akan dibagi sebarannya seperti berikut :

$$1. n_{MGT} = \frac{146}{564} \times 234 = 61$$



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. $n_{AK} = \frac{209}{564} \times 234 = 87$
3. $n_{ANA} = \frac{195}{564} \times 234 = 81$
4. $n_{D3MP} = \frac{6}{564} \times 234 = 2$
5. $n_{D3Ak} = \frac{2}{564} \times 234 = 1$
6. $n_{D3Pjk} = \frac{6}{564} \times 234 = 2$

Dari perhitungan dapat diambil jumlah sebaran mahasiswa yang akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian adalah seperti tabel berikut :

Tabel 3. 2 Jumlah Responden Mahasiswa

No	Program Studi	Sampel
1	S1 Manajemen	61
2	S1 Akuntansi	87
3	S1 Administrasi Negara	81
4	D3 Manajemen Perusahaan	2
5	D3 Akuntansi	1
6	D3 Administrasi Perpajakan	2
Total Responden		234

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2022), data primer merupakan informasi memberikan data secara langsung kepada peneliti, seperti hasil wawancara dan kuisioner. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui responden yang mengisi kuisioner.



3.4.2 Data Sekunder

Sugiyono (2022) juga menyatakan bahwa data yang tidak langsung diberikan kepada peneliti disebut data sekunder. Data ini diperoleh dari informasi dan sumber-sumber yang dapat mendukung penelitian, seperti literatur dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data sekunder dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal, buku, situs internet lain serta informasi lain yang relevan dengan topik penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah upaya yang digunakan peneliti untuk mengungkap ataupun mengumpulkan informasi kuantitatif dari responden menurut ruang lingkup penelitian.

3.5.1 Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2022), Kuisisioner (angket) adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada Mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.

3.5.2 Interview (Wawancara)

Sugiyono (2022) menyatakan jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang harus diteliti, maka wawancara dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data, serta jika peneliti ingin mengetahui lebih banyak tentang subjek dari responden namun jumlah responden cenderung sedikit atau kecil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara dapat dilaksanakan secara terstruktur atau tidak terstruktur, dan dapat dilaksanakan dengan cara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung seperti melalui telepon Sugiyono (2022).

3.6 Definisi dan Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penentuan struktur variabel yang bisa dirancang dan diukur berdasarkan teori yang sesuai dan relevan dalam penelitian terdahulu yang telah diuji.

Tabel 3. 3 Definisi dan Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Niat Melamar Pekerjaan (Y)	Niat melamar pekerjaan adalah tingkat motivasi atau niat seseorang dari Generasi Z untuk secara aktif melamar pekerjaan di suatu organisasi, yang terbentuk berdasarkan persepsi mereka terhadap employer attractiveness (daya tarik pemberi kerja) dan pengaruh platform media sosial sebagai mediator. (El-Menawy, S.M.A., & Saleh, P.S., 2023)	Indikator niat melamar pekerjaan berdasarkan Highhouse (2003) yang diadaptasi oleh El-Menawy S.M.A., & Saleh, P.S., 2023) adalah: 1. Kebutuhan akan pekerjaan 2. Pencarian informasi pekerjaan 3. Penentuan pilihan pekerjaan 4. Pembuatan keputusan
2.	<i>Employer Attractiveness</i> (X)	Berthon at al., (2005) dalam Buitek at al., (2023) menjelaskan definisi <i>Employer Attractiveness</i> adalah manfaat yang diharapkan calon pegawai untuk didapatkannya saat bekerja di perusahaan, organisasi, atau pemberi kerja terkait.	Menurut Berthon et al., (2005) indikator dari <i>employer attractiveness</i> yaitu: 1. <i>Interest Value</i> 2. <i>Social Value</i> 3. <i>Economic Value</i> 4. <i>Development Value</i> 5. <i>Application Value</i>
3.	<i>Social Media</i> (Z)	<i>Social media</i> adalah ruang sosial virtual yang dapat diakses pengguna melalui perangkat berbasis internet, yang memungkinkan individu dalam komunitas virtual tersebut untuk berbagi, membuat, mendiskusikan, dan bertukar konten yang dibuat pengguna (Pham & Vo, 2022).	Menurut (Pham & Vo, 2022) dalam literturnya menyebutkan indikator <i>Social Media</i> diantaranya : 1. Kemudahan Pencarian Informasi 2. Kelengkapan Informasi 3. Ulasan

Sumber: data diolah peneliti, 2025



3.7 Pengukuran Variabel

Alat pengukuran menggunakan *Smart PLS (Partial Least Square)* yakni perangkat lunak yang digunakan untuk pemodelan persamaan structural berbasis varian (*variance-based SEM*). Metode ini sangat berguna untuk menganalisis hubungan kompleks antar variabel laten dan indikatornya. Pengukuran sampel yang lebih fleksibel juga menjadi alasan penggunaan PLS-SEM.

3.8 Metode Analisis Data

Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian filosofis yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data, dan kemudian menganalisis data secara kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2022). Penelitian ini melakukan analisis data dibantu dengan menggunakan SmartPLS. Adapun teknik *Partial Least Square (PLS)* dapat digunakan oleh peneliti karena dapat membantu memvalidasi teori-teori dan menentukan apakah variabel laten bergantung pada indikator-indikatornya atau tidak (Hapsara & Nugrahaningsih, 2024). Penelitian ini menggunakan data analisis yaitu *Outer model* dan *Inner Model*. Adapun beberapa uji yang perlu dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Analisis Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran)

Penggunaan evaluasi model pengukuran ialah untuk menguji validitas dan reliabilitas pada konstruk.

Uji Validitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Uji validitas adalah alat ukur yang dipakai untuk menentukan ketepatan dan kemampuan suatu kuesioner. Kuesioner dapat dianggap tepat apabila pertanyaan maupun pernyataan dalam kuesioner bisa mengungkapkan permasalahan yang diukur. Pengujian pada uji validitas SEM-PLS adalah validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1.) *Convergen Validity*

Validitas konvergen digunakan untuk membantu peneliti dalam memvalidasi apakah setiap indikator saling berhubungan. Dalam pengujian Convergen Validity dapat dilihat melalui loading factor setiap indikator suatu variabel. Apabila nilai loading factor $> 0,70$ menunjukkan bahwa indikator tersebut valid untuk mengukur struktur yang dibuat. Namun, pada tahap pengembangan, nilai loading $> 0,50$ dianggap cukup, yang berarti masih memenuhi syarat (Nurjanah & Isa, 2021).

2.) *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan dapat digunakan untuk memeriksa bahwa setiap ide tentang variabel memiliki pemahaman yang berbeda. Untuk mengevaluasi validitas diskriminan, pemeriksaan *cross-loading*, yaitu koefisien korelasi indikator terhadap konstruk asosiasinya dibandingkan dengan konstruk lain. Nilai konstruk korelasi indikator harus lebih besar daripada konstruk lain.

3.) Uji Reabilitas

Nurjanah dan Isa (2021) menjelaskan bahwa pengukuran reabilitas akan menunjukkan apakah responden konsisten dengan pertanyaan yang diteliti dengan

melihat seberapa akurat konsistensi jawaban responden dalam variabel yang digunakan. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* digunakan untuk uji reliabilitas.

1.) *Composite Reability*

Nilai *composite reability* yang baik dalam uji reabilitas adalah yang harus memiliki nilai $> 0,70$ apabila nilainya $> 0,60$ masih dapat diterima.

2.) Cronbach's Alpha

Nilai *Cronbach's Alpha* dapat digunakan untuk meningkatkan uji reabilitas. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,70, variabel tersebut dianggap reliabel.

c. Uji Multikolinearitas

Dilakukannya uji multikolineritas adalah untuk menguji apakah adanya korelasi diantara variabel independent (variabel bebas). Model regresi ini yang baik adalah apabila model regresi tidak mengalami korelasi antara variabel independent. Cara untuk mengetahui adanya multikolineritas atau tidak dapat dilihat dengan memperhatikan angka VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria pada uji multikolineritas adalah apabila nilai $VIF > 0,50$.

2. Analisis *Inner Model* (Evaluasi Model Struktural).

Penggunaan *inner* model untuk memperlihatkan kekuatan estimasi antara variabel laten atau konstruk.

a. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

1.) Uji R-Square (R^2)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Koefisien determinan atau uji R^2 berfungsi untuk melihat dan mengetahui seberapa besar variabel independent (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) secara simultan. Nilai koefisien determinan antara nol dan satu. Apabila nilai dari koefisien determinan semakin mendekati angka satu maka pengaruh yang diberikan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar.

2.) Nilai Q-Square

Dilakukannya nilai Q^2 adalah untuk melihat nilai Q^2 (*Predictive relevance*). Kegunaan dilakukan nilai Q^2 adalah untuk mengetahui kebaikan yang dihasilkan dari model dan parameternya. Untuk menghitung Q^2 digunakan rumus sebagai berikut :

$$Q\text{-Square} = 1 - [(1-R^2) \times (1 - R^2) \dots]$$

Keterangan :

$R_1, R_2 = R\text{-Square}$ variabel endogen dalam model

Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan adanya *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan adanya kurangnya *predictive relevance*.

b. Pengujian Hipotesis

1.) *Path Coefficient (Direct Effect)*

Nilai *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa besar signifikansi antar konstruk dalam pengujian hipotesis. Nilai *path coefficient* ditunjukkan oleh nilai *t-statistic* atau *p-values (critical ratio)* sedangkan *original sample* didapatkan melalui proses *bootstrapping*. Apabila nilai *p value* $< 0,05$ berarti terdapat pengaruh tidak langsung maupun langsung namun jika nilai *p-value* $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh tidak langsung atau langsung.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Skor *path coefficient* yang terlihat oleh nilai *t-statistics* untuk hipotesis *two-tailed* (dua ekor) harus berada diatas 1,96, dan bagi hipotesis yang diuji dengan *one-tailed* (satu ekor) diatas 1,64. Nilai signifikasi yang digunakan pada penelitian ini ialah *t-statistic* 1,96 (*significant level* = 5%).

2.) *Specific Indirect Effect*

Penggunaan analisis *indirect effect* bertujuan untuk menguji seberapa pengaruh antara variabel satu dengan lainnya baik antara eksogen maupun endogen. Apabila nilai *p-value* < 0,05 berarti signifikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel mediator berfungsi untuk memediasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, yang artinya mempengaruhi secara tidak langsung. Apabila nilai *p-value* > 0,05 berarti tidak signifikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel mediator tidak memediasi pengaruh variabel endogen terhadap variabel eksogen.



BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Umum Lokasi Penelitian

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial didirikan karena keinginan IAIN Sulthan Syarif Qasim untuk memperluas bidang studinya. Hal ini dimulai dengan Seminar Cendikiawan Muslim pada tahun 1985, Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam pada tahun 1987, dan diskusi tiga tahun antara ulama dan akademisi di Provinsi Riau pada tahun 1996, 1997, dan 1998.

Rekomendasi dari seminar tersebut adalah agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi umum yang baru. Keputusan yang dibuat oleh rapat senat IAIN Sulthan Syarif Qasim pada 9 September 1998 menetapkan bahwa program baru akan dibuka secara bertahap. Pada tahun akademik 2002/2003, program studi tau jurusan umum ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Terakhir, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan didirikan.

Sejak didirikan pada tahun 2003, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial telah mengalami enam pergantian kepemimpinan. Pada awalnya, Dr. H. Djamil Lunin, Ak (Alm), digantikan oleh Dr. Kirmizi, MBA, Ak. Pada tahun 2007, Dr. Azwar Harahap, M.Si, menjadi pengganti antar waktu (PAW). Dr. Mahendra Romus, S.P. Mec, Dr. Muh. Said HM, M. Ag, Dr. Hj. Mahyarni, S.E., M.M., dan Dr. Desfir Miftah, S.E., M.M., Ak, hingga saat ini.

Pada tahun akademik 1998/1999, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial mulai menerima mahasiswa baru untuk jurusan Manajemen dan Manajemen Perusahaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

yang saat itu masih berada di bawah naungan Fakultas Syariah. Kemudian, pada tahun akademik 2002/2003, jurusan-jurusan tersebut berkembang menjadi sebuah fakultas mandiri yang menyelenggarakan program studi Diploma III (D-III) dalam bidang Manajemen, Akuntansi, dan Manajemen Perusahaan. Selanjutnya, berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2006, yang merupakan revisi dari Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2005 tentang struktur dan tata kerja UIN Suska Riau, nama Fakultas Ekonomi diubah menjadi Fakultas Ekonomi dan Sosial.

Selain itu, Fakultas Ekonomi dan Sosial juga mulai membuka program studi baru di lingkungan Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI), sesuai dengan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor DJ.I/426/2007 tanggal 1 November 2007, yang mencakup Administrasi Perpajakan (D-III), Akuntansi (D-III), dan Manajemen Perusahaan (D-III). Fakultas Ekonomi dan Sosial semakin berkembang dan menghasilkan peningkatan minat masyarakat untuk menjadi mahasiswa. Hal ini terlihat dari jumlah mahasiswa yang terus meningkat setiap tahunnya.

4.2 Visi, Misi, dan Tujuan Lokasi Penelitian

4.2.1 Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial adalah menjadi fakultas yang unggul dan terbilang, dengan komitmen untuk mengintegrasikan nilai-nilai keislaman ke dalam pengembangan ilmu ekonomi, sosial, dan teknologi secara menyeluruh dan berkesinambungan. Fakultas ini menargetkan untuk mencapai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

posisi strategis sebagai pusat keunggulan akademik dan pengembangan ilmu pengetahuan yang terpadu di kawasan Asia pada tahun 2025.

4.2.2 Misi

Dalam rangka mewujudkan visi sebagai fakultas yang unggul dan terkemuka di bidang integrasi ilmu keislaman, ekonomi, sosial, dan teknologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial menetapkan misi sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan proses pendidikan dan pengajaran yang mengintegrasikan berbagai disiplin ilmu untuk mencetak lulusan yang berkualitas, berdaya saing tinggi, serta profesional di bidang ekonomi dan sosial.
2. Melaksanakan kegiatan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang berbasis pada integrasi keilmuan di sektor ekonomi dan sosial.
3. Mengimplementasikan program pengabdian kepada masyarakat dengan memanfaatkan hasil ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang ekonomi dan sosial secara terpadu, serta berkontribusi terhadap pembangunan peradaban yang berkelanjutan
4. Mewujudkan tata kelola kelembagaan yang baik (*good governance*) melalui sistem manajemen yang otonom, efektif, transparan, dan akuntabel guna mendukung integrasi keilmuan secara optimal.

4.2.3 Tujuan

Sebagai bagian dari komitmennya dalam mengembangkan pendidikan tinggi yang unggul, terintegrasi, dan berlandaskan nilai-nilai keislaman, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial menetapkan tujuan utama sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Menghasilkan lulusan yang memiliki kualitas unggul, mampu bersaing secara global, serta memiliki integritas keimanan, keluasan pengetahuan, keterampilan profesional, dan akhlak yang mulia.
2. Mendorong lahirnya penelitian-penelitian inovatif yang berbasis riset integratif di bidang ekonomi dan sosial, yang memberikan manfaat nyata bagi berbagai aspek kehidupan masyarakat.
3. Mengembangkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis pada pemanfaatan ilmu pengetahuan secara integratif dan inovatif, dalam rangka mewujudkan nilai-nilai Islam sebagai rahmatan lil-'alamin dalam kehidupan sosial.
4. Mewujudkan sistem tata kelola kelembagaan yang mandiri, transparan, produktif, dan efisien, dengan menjunjung tinggi prinsip keadilan, harmoni, dan keselarasan dalam setiap aspek manajemen fakultas.

4.3 Struktur Organisasi

1. Dekan : Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., Ak
2. Wakil Dekan Bidang Akademik & Pengembangan Lembaga : Dr. Nurlasera, S.E., M.Si
3. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan & Keuangan : Dr. Khairil Henry, S.E., M.Si., Ak
4. Wakil Dekan Kemahasiswaan & Kerjasama : Dr. Mustiqowati Ummul F, S.Pd., M.Si
5. Kabag TU : Yanti Dasmiyarni, S.Kom., M.M.
6. Kasubbag Akademik & Kemahasiswaan : Hj. Azmar



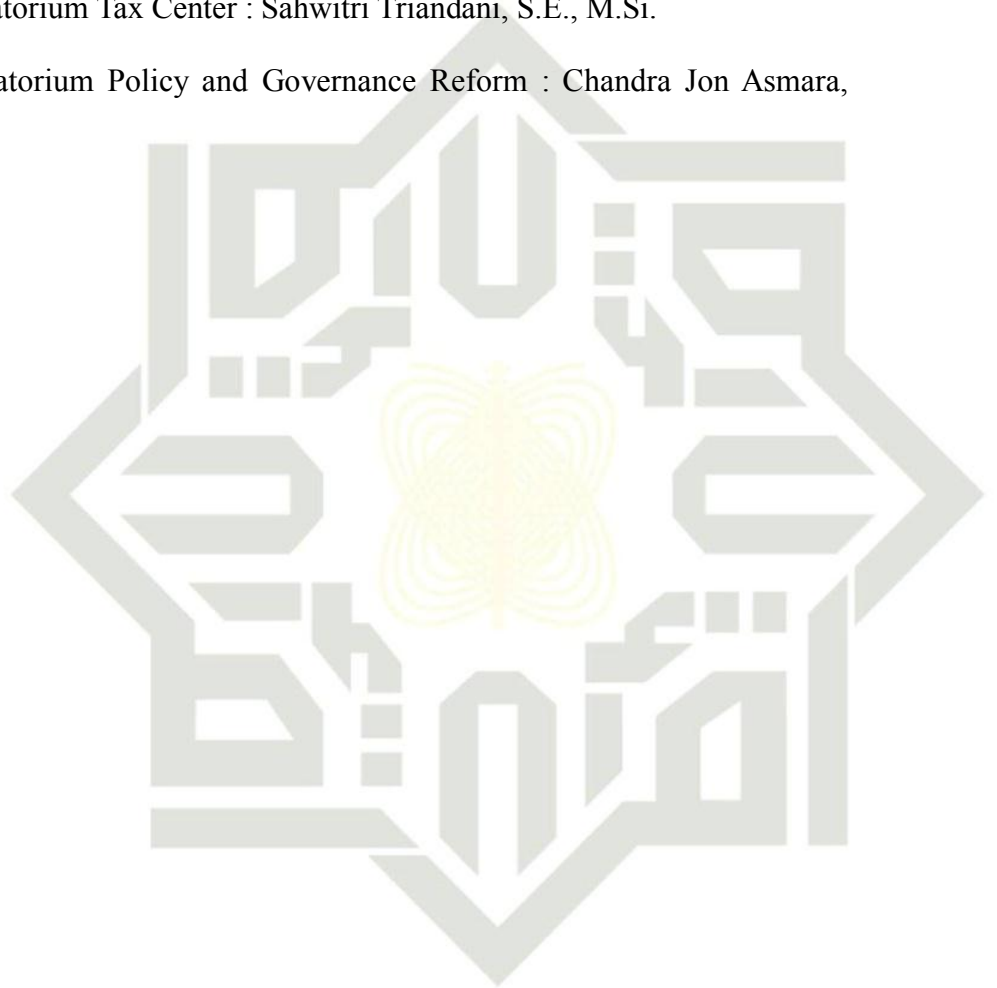
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

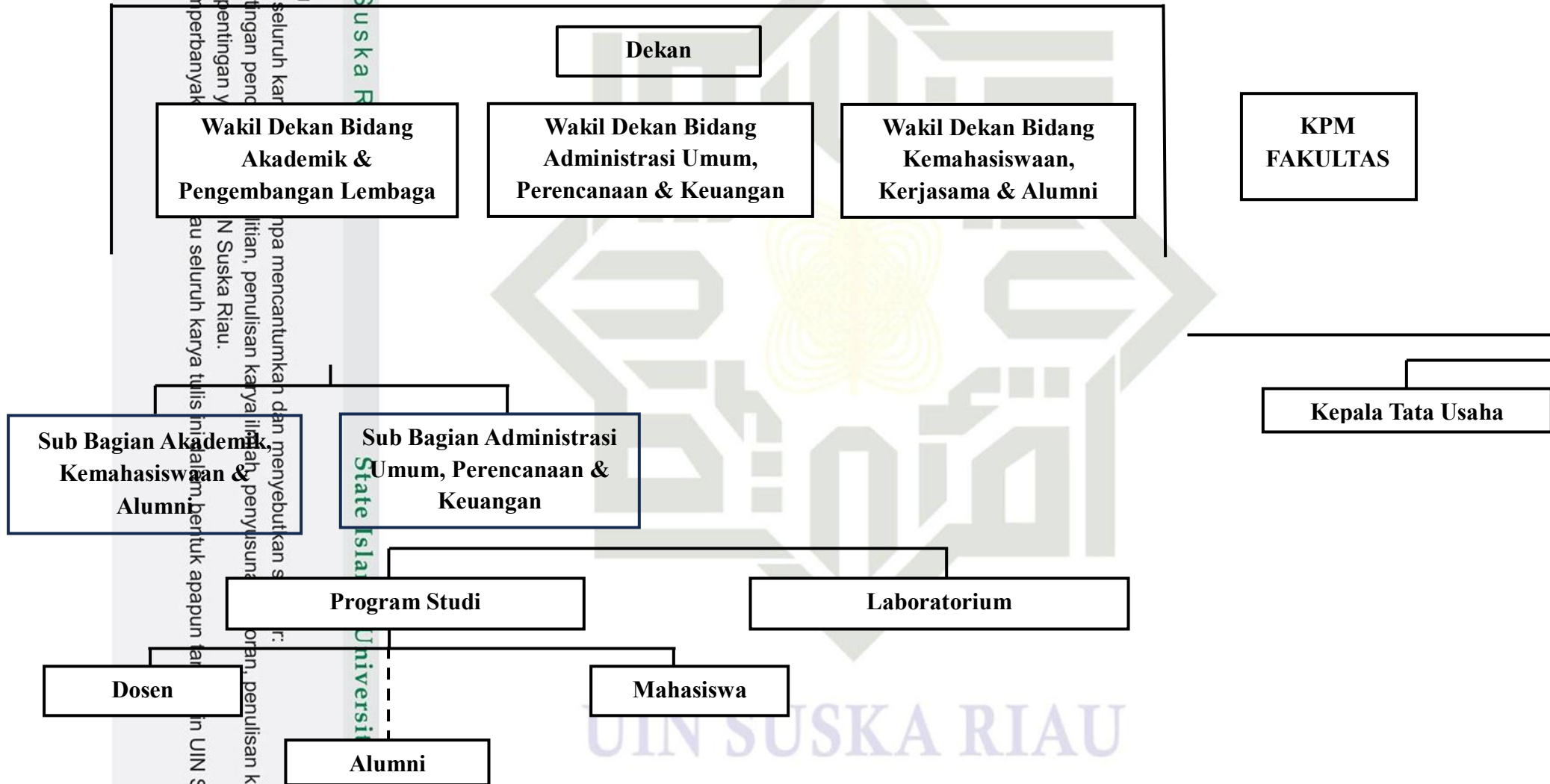
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Kasubbag Umum & Keuangan : Buchri, BSc., S.Ag.
8. Ketua Laboratorium BEI dan Bank Mini Syariah : Fitri Hidayati, S.E., M.M.
9. Ketua Laboratorium Audit Akuntansi dan Komputer : Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., Ak.
10. Ketua Laboratorium Tax Center : Sahwitri Triandani, S.E., M.Si.
11. Ketua Laboratorium Policy and Governance Reform : Chandra Jon Asmara, Sos., M.Si.



UIN SUSKA RIAU

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.4 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

1. Manajemen S1

Ketua : Susnaningsih Mu'at, S.E., M.M., Ph.D

Sekretaris : Fitri Hidayati, S.E., M.M.

2. Akuntansi S1

Ketua : Faiza Muklis, S.Sos., M.Si.

Sekretaris : Harkaneri, S.E., M.S.A., Ak., C.A.

3. Administrasi Negara S1

Ketua : Dr. Khairunsyah Purba, S.Sos., M.Si.

Sekretaris : Mashuri, M.A.

4. Manajemen Perusahaan D3

Ketua : Henni Indrayani, S.E., M.M.

Sekretaris : Zulhaida, S.E., M.M.

5. Akuntansi D3

Ketua : Dr. Hariza Hasyim, S.E., M.Si.

Sekretaris : Febri Rahmi, S.E., M.Sc., Ak., CA.

6. Administrasi Perpajakan D3

Ketua : Dr. Jhon Afrizal, S.Hi., M.A.

Sekretaris : Muslim, S.Sos., M.Si.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau Melalui *Social Media* Sebagai Pemediasi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik suatu perusahaan di mata mahasiswa, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mencari informasi tambahan melalui media sosial pada mahasiswa generasi zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau. Hal ini berarti *employer attractiveness* membentuk sikap positif yang memicu perilaku eksploratif, sebagaimana dijelaskan dalam *attitude toward behavior* dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB). Media sosial berfungsi sebagai sarana utama dalam proses eksplorasi informasi tentang perusahaan, khususnya bagi mahasiswa Gen Z yang terbiasa dengan lingkungan digital.
2. *Social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial untuk mengakses informasi mengenai perusahaan, budaya kerja, dan lowongan pekerjaan dapat meningkatkan intensi mahasiswa Gen Z di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau untuk melamar pekerjaan. Dalam kerangka TPB, penggunaan media sosial memberikan kemudahan akses (*perceived behavioral control*) dan juga membentuk norma subjektif



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

karena mahasiswa terpapar opini dan pengalaman orang lain. Dengan demikian, media sosial bukan hanya saluran komunikasi, tetapi juga alat yang berperan penting dalam membentuk niat berperilaku.

3. *Employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Persepsi terhadap daya tarik perusahaan secara langsung memengaruhi intensi mahasiswa untuk melamar. Semakin positif penilaian terhadap aspek-aspek seperti reputasi, prospek karier, nilai-nilai organisasi, dan lingkungan kerja, semakin tinggi niat mereka untuk mengajukan lamaran. Hal ini sejalan dengan komponen *attitude toward behavior* dalam TPB, di mana sikap positif terhadap perusahaan sebagai tempat kerja yang ideal akan mendorong intensi untuk bertindak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *employer attractiveness* maka semakin tinggi niat melamar pekerjaan demikian sebaliknya semakin rendah *employer attractiveness* maka semakin rendah niat melamar pekerjaan.
4. *Employer attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan melalui *social media*. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh *employer attractiveness* terhadap niat melamar tidak hanya bersifat langsung, melainkan juga melalui proses mediasi oleh penggunaan media sosial. Artinya, meskipun mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap daya tarik suatu perusahaan, mereka tetap membutuhkan konfirmasi dan informasi tambahan melalui media sosial sebelum membentuk niat untuk melamar. Dalam kerangka TPB, proses ini melibatkan interaksi antara *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* yang diperkuat oleh media



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media sosial sebagai media validasi dan eksplorasi. Sehingga, *social media* memperkuat hubungan antara *employer attractiveness* dan niat melamar pekerjaan.

6.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas penerapan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam konteks rekrutmen tenaga kerja muda, khususnya pada generasi Zoomer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua komponen utama TPB, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*, relevan dalam menjelaskan proses pembentukan niat melamar pekerjaan yang dipengaruhi oleh *employer attractiveness* dan penggunaan media sosial.

2. Secara Praktis

Dengan membangun *employer attractiveness* atau daya tarik perusahaan yang baik dan mengomunikasikannya secara efektif di media sosial, perusahaan dapat meningkatkan minat generasi muda untuk melamar. Penekanan pada nilai-nilai seperti keberlanjutan, inklusivitas, dan keseimbangan kerja-hidup akan membantu perusahaan lebih mudah menarik talenta dari kalangan Generasi Z yang memiliki preferensi terhadap hal-hal tersebut.



6.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil temuan :

1. Ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada mahasiswa generasi Zoomer yang berada di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau angkatan 2021. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas.
2. Penelitian ini tidak melibatkan generasi lain (seperti Generasi Y atau Generasi Alpha) maupun kelompok usia non-mahasiswa, sehingga hasilnya hanya merepresentasikan sudut pandang generasi Zoomer dalam konteks lingkungan akademik.
3. Pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner, sehingga tidak menggali secara mendalam alasan atau motivasi di balik jawaban responden. Pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*) mungkin dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait persepsi dan preferensi generasi muda terhadap *employer attractiveness* dan niat melamar pekerjaan.
4. Penggunaan *social media* sebagai saluran komunikasi perusahaan hanya dibahas dalam konteks umum, tanpa mengkaji secara spesifik platform mana yang paling efektif untuk menarik minat generasi Zoomer. Penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan faktor ini untuk mendapatkan hasil yang lebih terfokus dan aplikatif dalam memperkenalkan daya tarik perusahaan.



6.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Studi selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi peran variabel lain seperti kepercayaan terhadap konten media sosial, persepsi autentisitas perusahaan, atau pengalaman digital sebelumnya dalam memediasi atau memoderasi niat melamar. Selain itu, pendekatan kualitatif atau campuran (mixed methods) dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.
2. Mahasiswa generasi Z disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara lebih strategis dan profesional dalam proses pencarian kerja. Media sosial hendaknya tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai kanal pengembangan diri dan sumber informasi yang kredibel tentang perusahaan. Mahasiswa perlu bersikap kritis terhadap konten *employer attractiveness* yang ditampilkan, membangun citra profesional melalui portofolio digital, serta meningkatkan literasi digital agar mampu menilai keaslian dan nilai budaya perusahaan dengan lebih objektif. Dengan demikian, generasi Z dapat menjadi pencari kerja yang adaptif, selektif, dan siap bersaing di dunia kerja digital.
3. Mahasiswa generasi Z perlu mengimplementasikan hasil penelitian ini melalui langkah nyata dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja digital. Mereka diharapkan tidak hanya memahami konsep *employer attractiveness*, tetapi juga membangun citra profesional melalui *personal branding* di media sosial, khususnya platform seperti LinkedIn. Pengelolaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



profil profesional, partisipasi dalam pelatihan atau kegiatan kampus, serta keterlibatan aktif dalam program magang dan *career fair* menjadi strategi penting untuk mengenali nilai dan budaya perusahaan secara langsung. Selain itu, mahasiswa dapat meneladani figur inspiratif di platform *social media*, yang menunjukkan bagaimana *personal branding* dan etika profesional dapat dikembangkan melalui media sosial secara autentik. Dengan memanfaatkan media sosial secara cerdas dan kritis, generasi Z diharapkan mampu menyeimbangkan ekspresi diri dengan profesionalitas, serta menjadi aktor yang reflektif, adaptif, dan strategis dalam membangun karier di era digital.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314-324.
- Al Malik., (2009). Al Qur'an Terjemah Dan Asbabun Nuzul. Surakarta: Pustaka Al Hanan
- Amn, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15-31.
- 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.
- Annisa, S., Raharja, S. J., & Muhyi, H. A. (2022). Pengaruh employer attractiveness, media sosial, dan reputasi organisasi terhadap intensi melamar pekerjaan generasi z. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18 (4), 816–825.
- Ardiansyah, F., & Sary, F. P. (2024). The Influence of Employer Attractiveness and Company Reputation on the Intention of Applying for Jobs in Startup Companies in Final Level Students of Universitas Telkom. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(2), 2227-2242.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting student research journal*, 2(1), 59-72.
- Bambang, S., Masrunik, E., Rizal, M. (2020). Motivasi Kerja dan Gen Z: Teori dan Penerapan. Zaida digital publishing.
- Barber, A. E. (1998). *Recruiting employees: Individual and organizational perspectives*. Sage Publications.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International journal of advertising*, 24(2), 151-172.
- BPS. (2021). *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia-Badan Pusat Statistik*.
- Builek, E. K., Kaliyeva, S. A., Turginbayeva, A. N., Meldakhanova, M. K., & Shaikh, A. A. (2023). How much does an employer's attractiveness matter to youth employment? Evidence from a developing country. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*.
- Data Reportal. Digital 2024 : Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> diakses pada 20 Januari 2025.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- El-Menawy, S. M. A., & Saleh, P. S. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job?. *Future Business Journal*, 9(1), 65.
- Fellana, F., & Gafar Yoedtadi, M. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan dan Instagram terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa FEB Untar. *Kiwari*, 3(3), 448-456.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.
- Gratit, T. (2013). The 6 types of social media. *Out: think*.
- Gupta, S., & Saini, G. K. (2020). Information source credibility and job seekers' intention to apply: the mediating role of brands. *Global Business Review*, 21(3), 743-762.
- Haft, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hanifah., Wardono, P., (2020). Identifikasi Faktor Pembentuk Perilaku Pencari Kerja Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 6 (3), 628-642.
- Hapsara, G. P. I. ., & Tri Hardjanti Nugrahaningsih. (2024). Reputasi Perusahaan Memediasi Pengaruh Employer Branding Terhadap Niat Mahasiswa Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2548–2562.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasomi, Y. A., & Suharnomo, S. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate di Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1147-1156.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2005). Measuring attraction to organizations. *Educational and psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih media sosial di Indonesia (studi analisis falsafah hukum Islam dalam kode etik netizmu Muhammadiyah). *Asy Syar'iyah*, 5(2), 202-225.
- Jiang, T., & Iles, P. (2011). Employer brand equity, organizational attractiveness and talent management in the Zhejiang private sector, China. *Journal of Technology Management in China*, 6(1), 97-110.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pernadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). *Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Kusdiyanto, Ishbah, F. (2024). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Informasi Sosial Media dan Corporate Social Responsibility terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial dan Generasi Z. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5 (7): 3774-3789.
- Matthayath, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin, H. (2018). Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. *Eprints. Unm*, 1-18.
- Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 105-121.
- Nguyen, T., Vien, M., et al. (2022). Generation Z job seekers' expectations and their job pursuit intention: Evidence from transition and emerging economy. *International Journal of Engineering Business Management*. 14: 1-13.
- Noviriani, A. W., & Wirakartakusumah, A. (2023). The Effect of Employer Attractiveness, Social Media Use and Business Sustainability on The Intention to Apply For A Job To Start-Up Companies. *Keynesia: International Journal of Economy and Business*, 2(2), 69-78.
- Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 51-65).
- Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhilah, N., & Rahmi, N. (2022). The intention of generation z to apply for a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218-247.
- Pham, Q. T., & Vo, D. A. (2022). Impact of employer value proposition and social media use on the intention to apply for a job in the it industry of Vietnam. *The South East Asian Journal of Management*, 16(2), 1-25.
- Pramudita, D. P. D., Kriswianti, I. E. P., & Bhimasta, R. A. (2024). Pengaruh Employer Attractiveness dan Ekspektasi Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(4), 470-478.
- Praetoga, R. A., Lajira, T. (2022). Strategi Pengembangan Kualitas Sdm “Generasi Millenial & Generasi Z” Dalam Menghadapi Persaingan Global Era 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1 (1): 37-40.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Purmono, D. C., (2022). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Semester Akhir di Ponorogo Tentang Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Skripsi*. IAIN Ponorogo.
- Putri, M. A., & Nugroho, G. (2023). Faktor Pembentuk Perilaku Pencari Kerja Generasi Z Di Provinsi Riau. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 12(2), 297-313.
- Rani, I. H., Jalih, J. H., & Widyowati, L. A. (2022). Indonesian Generation Z work expectation and intention to apply for job: Role of social media. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(2), 193-206.
- Rizky, G., Puterisari, D. U., & Yustisi, Y. P. (2023). Daya Tarik Perusahaan dan Kompetensi Karir yang Memengaruhi Niat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 1317-1328.
- Sakti, G. (2021, July). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!. In *Forum Manajemen* (Vol. 35, No. 2, pp. 1-10).
- Schlager, T., Bodderas, M., Maas, P., & Cachelin, J. L. (2011). The influence of the employer brand on employee attitudes relevant for service branding: an empirical investigation. *Journal of Services Marketing*, 25(7), 497–508.
- Sena, P. D. A. J. (2020). Employer Attractiveness Dan Employer Familiarity Serta Dampaknya Terhadap Intention to Apply. *Universitas Padjadjaran*.
- Shaari, H., Hamid, S. N. S. A., & Mabkhot, H. A. (2022). Millennials' response toward luxury fashion brands: The balance theory's perspective. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 101-126.
- Silaban, P. H., Octoyuda, E., & Silalahi, A. D. K. (2023). Perceived credibility information on social media of corporate brand reputation and its impact on jobseeker intention to apply. *International Journal of Business*, 28(1), 1-13.
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product & Brand Management*, 22(7), 473-483.
- Soeijing, P. D., Arsanti, S. D. A., & Indriati, F. (2022). Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia?. *Heliyon*, 8(4).
- Sugiyono & Setyawami. (2022). Metode Penelitian sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Studi kasus). Bandung: CV Alfabeta.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). *Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees*. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658–672.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Widiyanti, D. F. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 24(1), 63-79.
- Wijaya, N., Arisetyawan, K. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Kerja Gen-Z di Indonesia. *INDEPENDENT : Journal Of Economics*, 3 (3): 158-170.
- Widhihikmawan, 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), 457-4



UIN SUSKA RIAU



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Tsabitha Dwi Kusuma Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Saat ini sedang dalam tahapan pengumpulan data penelitian untuk menyelesaikan skripsi saya, sebagai persyaratan kelulusan mencapai gelar sarjana manajemen S.M. Kriteria dalam mengisi kuesioner ini adalah :

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau angkatan 2021
2. Pernah mempelajari informasi lowongan pekerjaan
3. Aktif menggunakan platform *social media*

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian melalui link berikut :

<https://forms.gle/YgyZVrnEDgxeZsnW8>

Keikutsertaan saudara/i dalam penelitian ini tentunya memberikan dampak yang positif dan berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Adapun jawaban saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Saya ucapkan terima kasih atas kebaikan dan partisipasi saudara dalam penelitian ini. semoga Allah membalas kebaikan yang saudara berikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Peneliti,

Tsabitha Dwi Kusuma

E-mail : tsabithadwi20@gmail.com

(Hp : 0823-2025-8384)

Pembimbing :

Dr. Putriana, S.E., M.M.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saudara dapat mengisi sesuai dengan kondisi yang sebenarnya pada setiap pernyataan dengan keterangan sebagai berikut :

1. Bacalah pernyataan dengan baik dan teliti.
2. Pilih salah satu jawaban skala yang menurut Saudara anggap paling tepat sesuai dengan pengalaman yang Saudara rasakan.
3. Dalam pengisian kuesioner dimohon diisi dengan jujur. karena peneliti menjamin bahwa jawaban yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Pilihan dan keterangan jawaban :

Keterangan	Kategori	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

BAGIAN A : Identitas Responden

- Email :
- Nama :
- Jenis Kelamin :
- Laki-laki
 - Perempuan
- Program Studi
- Manajemen S1
 - Akuntansi S1
 - Administrasi Negara S1
 - Manajemen Perusahaan D3
 - Akuntansi D3
 - Administrasi Perpajakan D3
- Angkatan
- 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Apakah Saudara/i pernah mempelajari informasi terkait lowongan pekerjaan?

- Pernah
- Belum Pernah

Apakah Saudara/i aktif menggunakan platform *social media*?

- Ya
- Tidak

BAGIAN B : Variabel Penelitian

1. Employer Attractiveness (X)

<i>Employer Attractiveness – Interest Value</i>							
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Pekerjaan yang selalu berinovasi (bukan pekerjaan rutin) menarik bagi saya	EA1					
2	Tugas-tugas terkait dengan teknologi baru yang membantu karyawan menikmati pekerjaan mereka menarik bagi saya	EA2					
3	Pekerjaan yang sesuai dengan orientasi pribadi dan preferensi pribadi saya menarik bagi saya	EA3					
<i>Employer Attractiveness – Social Value</i>							
4	Rekan kerja yang selalu terlibat dalam obrolan positif dan memberikan umpan balik kepada rekan lainnya menarik bagi saya	EA4					
5	Budaya organisasi yang selalu menghormati baik karyawan lama maupun baru menarik bagi saya	EA5					
6	Tempat kerja yang dilengkapi dengan fasilitas modern menarik bagi saya	EA6					
<i>Employer Attractiveness – Economic Value</i>							
7	Perusahaan yang memberikan gaji pokok diatas rata-rata menarik bagi saya	EA7					
8	Perusahaan yang memberikan penghasilan sesuai dengan kontribusi karyawan menarik bagi saya	EA8					
9	Tempat kerja yang terdapat berbagai kebijakan bermanfaat (asuransi,	EA9					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

	cuti, work from home, dll) menarik bagi saya						
Employer Attractiveness – Development Value							
10	Perusahaan yang manajer/atasannya memberikan apresiasi bagi karyawannya menarik bagi saya	EA10					
11	Perusahaan yang memiliki pelatihan dan pembinaan profesional untuk latar belakang dasar bagi pengembangan karyawan di masa depan menarik bagi saya	EA11					
12	Perusahaan yang memberikan kesempatan karyawan untuk mempelajari pengetahuan profesional dan keterampilan kerja menarik bagi saya	EA12					
Employer Attractiveness – Application Value							
13	Perusahaan yang selalu fokus terhadap kualitas produk menarik bagi saya	EA13					
14	Perusahaan yang selalu fokus terhadap kualitas kerja menarik bagi saya	EA14					
15	Perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan menarik bagi saya	EA15					

2. Niat Melamar Pekerjaan (Y)

Niat Melamar Pekerjaan – Kebutuhan Akan Pekerjaan							
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bersedia menerima tawaran pekerjaan dari perusahaan	NM1					
2	Saya akan melamar meskipun posisi yang ditawarkan berbeda dari jurusan saya.	NM2					
3	Saya akan melamar pekerjaan ini bahkan jika saya harus bekerja lembur	NM3					
Niat Melamar Pekerjaan – Pencarian Pekerjaan							
4	Saya secara aktif mencari informasi lebih lanjut mengenai suatu perusahaan untuk melamar kerja	NM4					
5	Saya mencari informasi lowongan	NM5					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

	pekerjaan melalui orang terdekat						
6	Saya mencari informasi lowongan pekerjaan melalui social media	NM6					
Niat Melamar Pekerjaan – Penentuan Pilihan Pekerjaan							
7	Saya akan menjadikan perusahaan yang saya pilih menjadi pilihan pertama saya untuk bekerja	NM7					
8	Saya menentukan pilihan pekerjaan berdasarkan penilaian diri sendiri	NM8					
9	Saya akan bertanggung jawab dan bekerja dengan serius untuk perusahaan yang saya pilih	NM9					
Niat Melamar Pekerjaan – Pembuatan Keputusan							
10	Saya berencana untuk segera mengirimkan lamaran kerja ke perusahaan tersebut	NM10					
11	Saya ingin segera bekerja di perusahaan yang saya pilih karyawan di masa depan menarik bagi saya	NM11					
12	Saya akan merekomendasikan perusahaan ini pada teman saya yang sedang mencari pekerjaan	NM12					

3. Social Media (Z)

Social Media – Kemudahan Pencarian Informasi							
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Saya pernah melihat iklan lowongan pekerjaan di media sosial	SM1					
2	Saya merasa lebih mudah mencari informasi seputar lowongan kerja perusahaan melalui platform social media	SM2					
3	Saya merasa social media memberikan akses yang lebih luas untuk mendapatkan informasi mengenai pekerjaan	SM3					
Social Media – Kelengkapan Informasi							
4	Informasi karir perusahaan di social media membantu saya memberikan informasi yang lebih detail tentang peluang kerja	SM4					

5	Profil perusahaan di <i>social media</i> memberikan informasi yang rinci tentang peluang kerja mereka	SM5					
6	Postingan detail terkait perusahaan dan pencapaiannya menarik bagi saya	SM6					
<i>Social Media – Ulasan</i>							
7	Saya menemukan ulasan orang lain tentang perusahaan melalui <i>social media</i>	SM7					
8	Informasi dan testimoni dari pelamar lain di <i>social media</i> mempengaruhi minat saya	SM8					
9	Menurut saya, ulasan positif mengenai perusahaan di <i>social media</i> lebih meyakinkan saya dalam membuat keputusan untuk melamar pekerjaan	SM9					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lampiran 2 : Data Penelitian

Employer Attractiveness (X)

EA 1	EA 2	EA 3	EA 4	EA 5	EA 6	EA 7	EA 8	EA 9	EA 10	EA 11	EA 12	EA 13	EA 14	EA 15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3
5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3
3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Niat Melamar Pekerjaan (Y)

NM 1	NM 2	NM 3	NM 4	NM 5	NM 6	NM 7	NM 8	NM 9	NM 10	NM 11	NM 12
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	2
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2
5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3
4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4
3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5

Social Media (Z)

SM1	SM2	SM3	SM4	SM5	SM6	SM7	SM8	SM9
	4	4	4	3	4	4	4	4
	5	5	5	5	5	5	5	5
	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	5	5	5	5	5	5	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	2
4	5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	3	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	3	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	5
5	5	4	5	4	5	4	4	5
3	4	3	3	3	2	3	3	3
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	3	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	2	3	3	3	3
4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

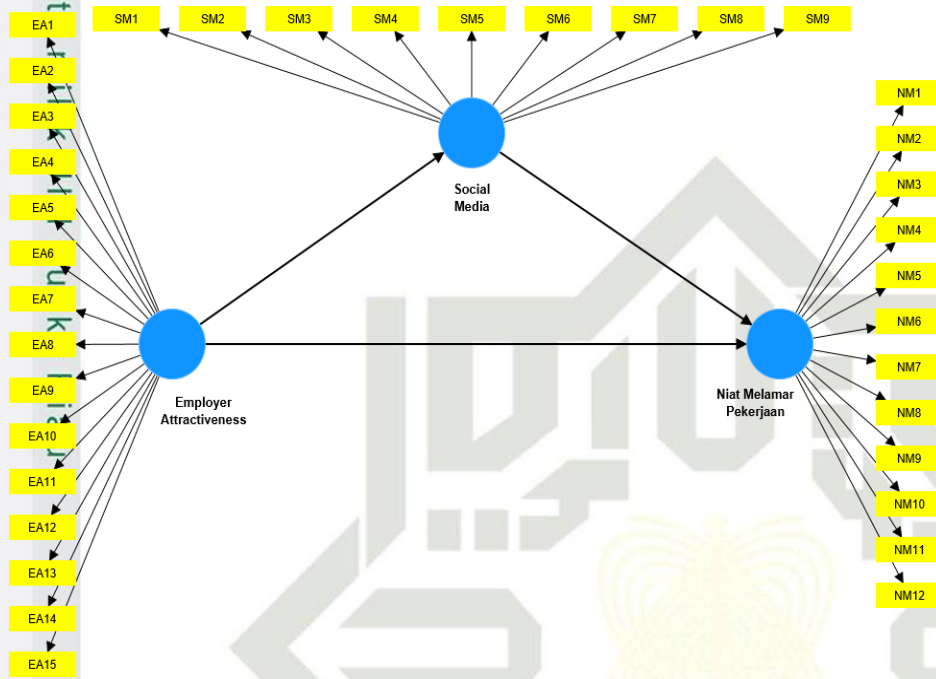
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 3 : Hasil Analisis SEM PLS

Gambar model PLS



Outer Loading

	Employer Attractiveness	Niat Melamar Pekerjaan	Social Media
EA1	0,729		
EA10	0,801		
EA11	0,795		
EA12	0,803		
EA13	0,793		
EA14	0,800		
EA15	0,774		
EA2	0,795		
EA3	0,793		
EA4	0,756		
EA5	0,800		
EA6	0,779		
EA7	0,803		
EA8	0,801		
EA9	0,799		
NM1		0,809	
NM10		0,801	
NM11		0,761	
NM12		0,715	
NM2		0,721	
NM3		0,716	
NM4		0,802	
NM5		0,757	
NM6		0,787	
NM7		0,728	
NM8		0,787	
NM9		0,794	
SM1			0,780
SM2			0,727
SM3			0,711
SM4			0,761
SM5			0,726
SM6			0,771
SM7			0,743
SM8			0,756
SM9			0,816



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

R-Square

	R-square	R-square adjusted
Niat Melamar Pekerjaan	0,580	0,576
Social Media	0,409	0,407

F-Square

	Employer Attractiveness	Niat Melamar Pekerjaan	Social Media
Employer Attractiveness		0,192	0,692
Niat Melamar Pekerjaan			
Social Media		0,310	

Fornell Larcker Criterion

	Employer Attractiveness	Niat Melamar Pekerjaan	Social Media
Employer Attractiveness	0,788		
Niat Melamar Pekerjaan	0,670	0,765	
Social Media	0,640	0,706	0,755

Cross loadings

	Employer Attractiveness	Niat Melamar Pekerjaan	Social Media
EA1	0,729	0,568	0,473
EA10	0,801	0,511	0,520
EA11	0,795	0,483	0,519
EA12	0,803	0,488	0,525
EA13	0,793	0,514	0,485
EA14	0,800	0,571	0,543
EA15	0,774	0,540	0,468
EA2	0,795	0,619	0,528
EA3	0,793	0,538	0,540
EA4	0,756	0,509	0,430
EA5	0,800	0,529	0,472
EA6	0,779	0,463	0,484
EA7	0,803	0,498	0,502
EA8	0,801	0,543	0,534
EA9	0,799	0,528	0,523
NM1	0,564	0,809	0,573
NM10	0,512	0,801	0,548
NM11	0,529	0,761	0,529
NM12	0,376	0,715	0,437
NM2	0,408	0,721	0,486
NM3	0,406	0,716	0,463
NM4	0,539	0,802	0,543
NM5	0,592	0,757	0,542
NM6	0,571	0,787	0,607
NM7	0,507	0,728	0,553
NM8	0,523	0,787	0,564
NM9	0,560	0,794	0,599
SM1	0,490	0,547	0,780
SM2	0,483	0,478	0,727
SM3	0,440	0,475	0,711
SM4	0,453	0,534	0,761
SM5	0,404	0,544	0,726
SM6	0,505	0,557	0,771
SM7	0,497	0,503	0,743
SM8	0,507	0,547	0,756
SM9	0,553	0,603	0,816

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

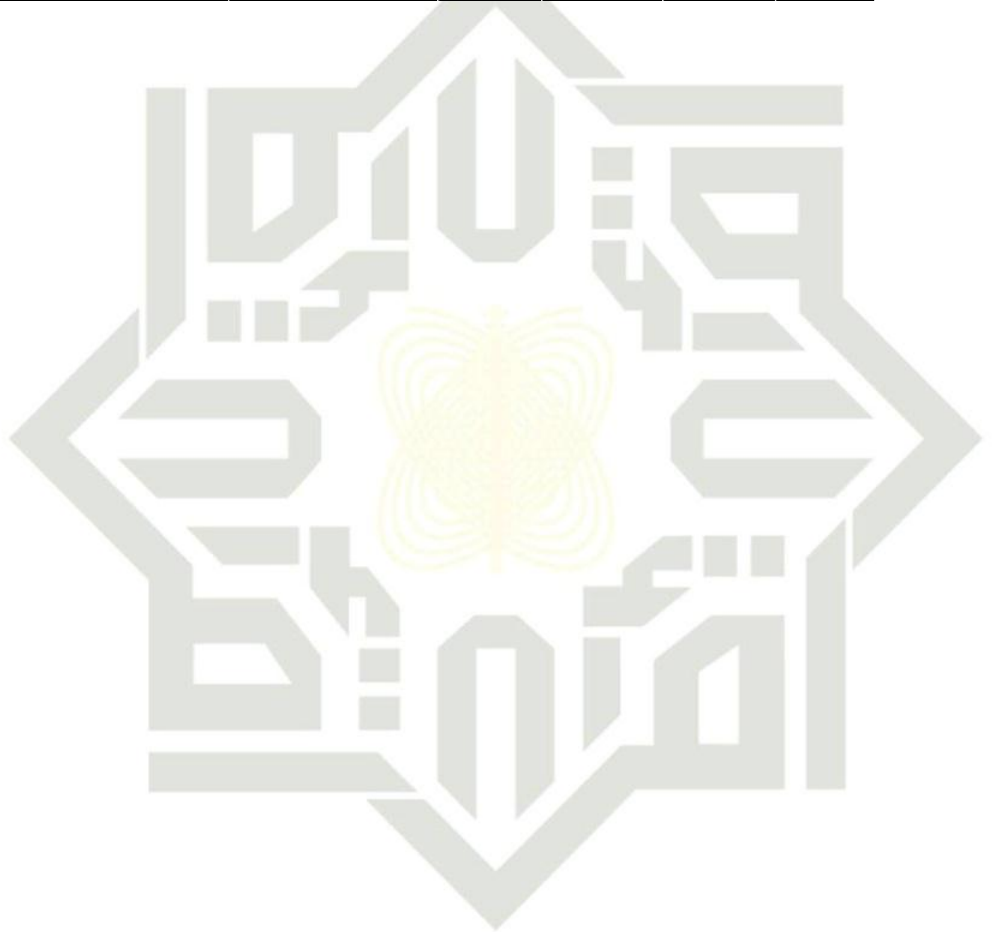
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Employer Attractiveness->Niat Melamar Pekerjaan	0,370	0,370	0,099	3,724	0,000
Employer Attractiveness->Social Media	0,640	0,641	0,072	8,905	0,000
Social Media->Niat Melamar Pekerjaan	0,470	0,471	0,099	4,738	0,000

Specific Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Employer Attractiveness->Social Media->Niat Melamar Pekerjaan	0,300	0,302	0,072	4,184	0,000



UIN SUSKA RIAU

BIOGRAFI PENULIS



Tsabitha Dwi Kusuma lahir di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 20 Maret 2003 dari pasangan Bapak Alm. Heri Triyanto, S.H., dan Ibu Suheni Rahayu, S.E. yang merupakan anak ke-2 dari 5 bersaudara. Penulis mengawali pendidikan di TK Nikita PTP Nusantara V Bukit Selasih dan tamat pada tahun 2009. Pada tahun 2009 penulis masuk sekolah dasar di SD Negeri 002 Kota Lama dan lulus pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan ke sekolah lanjutan tingkat pertama di SMP Negeri 2 Rengat Barat dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 2 Rengat Barat.

Pada tahun 2021, penulis diterima melalui jalur SBMPTN di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan mengambil jurusan Manajemen S1 dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Pada bulan Januari sampai Maret tahun 2024 penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Pengadilan Agama Pekanbaru dan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Kelurahan Pangkalan Kerinci Kota pada Juli hingga Agustus 2024. Akhirnya pada hari Kamis 9 Oktober 2025 di Munaqasah dalam sidang Ujian Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dan dinyatakan LULUS dengan judul skripsi **“Pengaruh *Employer Attractiveness* Terhadap Niat Melamar Pekerjaan Melalui *Social Media* Sebagai Pemediasi (Studi Pada Mahasiswa Generasi Zoomer di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)”** dengan menyandang gelar Sarjana Manajemen (S.M.).