

BAB V

PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan pada penelitian ini secara umum, implikasi manajerial, keterbatasan yang ada pada penelitian ini dan saran dari peneliti.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Value of interest* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melamar pekerjaan.
2. *Social Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melamar pekerjaan.
3. *Economic Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melamar pekerjaan.
4. *Development Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melamar pekerjaan.
5. *Value of cooperation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melamar pekerjaan.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini dilakukan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan berfokus pada dimensi-dimensi merek perusahaan yaitu *value of interest*, *social value*, *economic value*, *development value*, dan *value of cooperation* terhadap niat untuk melamar pekerjaan. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yaitu, *value of interest*, *social value*, *economic value*, *development value*, dan *value of cooperation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melamar pekerjaan.

Berdasarkan hasil uji deskriptif ini maka dapat kita katakan bahwa nilai mean dari variabel *value of interest* memiliki nilai total 4.91 dengan nilai terendah yaitu 4.86 pada item 1, nilai mean dari *social value* memiliki nilai total 3.04 dengan nilai terendah yaitu 2.37 pada item 9, nilai mean dari variabel *economic value* memiliki nilai total 3.29 dengan nilai terendah yaitu 3.02 pada item 12, nilai mean dari item *development value* memiliki nilai total 3.06 dengan nilai terendah yaitu 3.02 pada item 15 dan 16, nilai mean dari variabel *value of cooperation* memiliki nilai total 3.16 dengan nilai terendah yaitu 3.08 pada item 22. Maka, perusahaan harus meningkatkan faktor-faktor dari daya tarik merek perusahaan untuk menarik niat dari calon pelamar untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

Pihak perusahaan bisa lebih baik lagi untuk meningkatkan dimensi-dimensi dari merek perusahaan mereka, agar calon karyawan tertarik dan memiliki niat untuk melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut. Dengan meningkatkan setiap dimensi-dimensi yang berupa *value of interest*, *social value*, *economic value*, dan

value of cooperation dari merek perusahaan pastinya akan menambah jumlah calon karyawan yang akan melamar pada perusahaan tersebut. Hal pertama yang harus diperhatikan dari ketertarikan calon karyawan untuk mempunyai niat melamar pekerjaan di perusahaan tersebut adalah *value of interest*, hal ini seperti lingkungan kerja yang menantang, praktik kerja yang inovatif, perusahaan yang menghargai karyawannya, produk dan layanan yang dihasilkan berkualitas dan sangat inovatif, Perusahaan diharapkan mampu menciptakan lingkungan kerja yang semangat dan juga kreatif. Contohnya perusahaan dapat membuat lingkungan kerja yang tidak kaku, lingkungan atau tempat bekerja didesain dan memberikan fasilitas untuk meningkatkan semangat untuk bekerja. dengan begitu calon karyawan akan tertarik dan mempunyai niat untuk melamar di perusahaan tersebut. Selain menerapkan *value of interest* perusahaan harus menerapkan dimensi-dimensi yang lainnya, seperti dari sisi dimensi *social value* dengan memberikan lingkungan kerja yang menyenangkan, memberikan rasa aman dan nyaman saat bekerja, serta saling berhubungan baik dengan atasan dan sesama rekan kerja, contohnya mengadakan liburan tahunan dengan mengadakan lomba antar departemen yang dapat menciptakan lingkungan kerja yang nyaman karena adanya hubungan hangat antara sesama karyawan atau atasannya. Hal ini dapat menjadi ketertarikan bagi calon pelamar untuk melamar di perusahaan tersebut, dengan memberikan lingkungan kerja yang menyenangkan dan saling mendukung antara sesama karyawan dan atasan maka, akan membuat karyawan memberikan kinerja yang terbaik bagi perusahaan. Dari sisi dimensi *economic value* yang memberikan karyawan peluang untuk promosi, keamanan dalam bekerja, gaji pokok di atas rata-rata, contohnya

perusahaan dapat memberikan tunjangan hari raya atau tunjangan bagi karyawan yang sudah memiliki anak, dan asuransi kesehatan bagi karyawan dan keluarganya. Hal ini dapat menjadikan ketertarikan terhadap calon karyawan untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Dilihat dari sisi *development value* perusahaan dapat memberikan pelatihan bagi karyawannya untuk menambah pengetahuan dan skill yang dimiliki oleh karyawan tersebut, sehingga calon karyawan dapat tertarik untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Dilihat dari sisi *value of cooperation* perusahaan dapat memberikan sebuah layanan khusus untuk pengaduan produk atau jasa, yang diberikan kepada pelanggan tidak seperti yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini akan meminimalisir adanya kesalahan-kesalahan yang sama yang dilakukan perusahaan terhadap layanan jasa atau produknya yang digunakan pelanggan secara terus menerus, dengan adanya layanan ini dapat menjaga hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan, oleh karena itu berikut adalah batasan penelitian tersebut:

1. Responden yang mengisi penelitian ini hanya mahasiswa angkatan 2017 dan 2018 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Penelitian ini tidak merujuk pada satu perusahaan.

3. Cakupan objek untuk penelitian selanjutnya di khususkan untuk berfokus pada satu fakultas saja seperti Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang ada, maka peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah sampel dan populasi yang bukan hanya dari mahasiswa saja, sehingga hasil yang didapatkan dapat menjelaskan keadaan secara umum dan luas agar lebih bervariasi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menentukan satu objek perusahaan yang ingin diteliti, agar penelitian ini tidak diartikan secara luas. Cakupan area dari objek peneliti selanjutnya disarankan untuk berfokus pada satu fakultas saja, seperti Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sehingga latar belakang dari dimensi perusahaan bisa terlihat dengan jelas karena sesuai dengan bidang jurusan fakultas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A., & Daud, S. (2016). Engaging People with Employer Branding. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 690–698. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00086-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00086-1)
- Altun, M. (2015). Using role-play activities to develop speaking skills: A case study in the language classroom. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 1(4), 27–33.
- Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The employer brand. *Journal of Brand Management*, 4(3), 185–206. <https://doi.org/10.1057/bm.1996.42>
- Anwar, G., & Abdullah, N. N. (2021). The impact of Human resource management practice on Organizational performance. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(1), 35–47. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.1.4>
- Anwar, K. (2016). Comparison between cost leadership and differentiation strategy in agricultural businesses. *Custos e Agronegocio*, 12(2), 212–231.
- Anwar, K., & Qadir, G. H. (2017). A Study of the Relationship between Work Engagement and Job Satisfaction in Private Companies in Kurdistan. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 3(12), 1102–1110. <https://doi.org/10.24001/ijaems.3.12.3>
- Arbab, A. M. H., & Mahdi Abaker, M. O. S. (2018). Human resources management practices and organizational excellence in public organizations. *Polish Journal of Management Studies*, 18(2), 9–21. <https://doi.org/10.17512/pjms.2018.18.2.01>
- Bakanauskiene, I., Bendaraviciene, R., Krikstolaitis, R., & Lydeka, Z. (2011). *Discovering an Employer Branding : Identifying Dimensions of Employer ' s Attrac ...*

- Barreto, M. (2018). Por uma sociologia do artista popular. *Política & Sociedade*, 17(39), 169–194. <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2017v17n39p169>
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>
- Biswas, M. K., & Suar, D. (2016). Antecedents and consequences of employer branding. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 57-72.
- Botha, A., Bussin, M., & De Swardt, L. (2011). An employer brand predictive model for talent attraction and retention. *SA Journal of Human Resource Management*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v9i1.388>
- Cable, D. M., & Turban, D. B. (2001). Establishing the dimensions, sources and value of job seekers' employer knowledge during recruitment. In *Research in personnel and human resources management*. Emerald Group Publishing Limited.
- Cascini, F., Pantovic, A., Al-Ajlouni, Y., Failla, G., & Ricciardi, W. (2021). Attitudes, acceptance and hesitancy among the general population worldwide to receive the COVID-19 vaccines and their contributing factors: A systematic review. *EClinicalMedicine*, 40, 101113. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2021.101113>
- Chen, C., Xulu, Siphon, G., & Nzimande, P. (2012). *Management Practice I Handbook of Management* (Vol. 1, Issue 1).
- Den Hartog, D. N., Boon, C., Verburg, R. M., & Croon, M. A. (2013). HRM, Communication, Satisfaction, and Perceived Performance: A Cross-Level Test. *Journal of Management*, 39(6), 1637–1665. <https://doi.org/10.1177/0149206312440118>
- Eger, L., Mičík, M., Gangur, M., & Řehoř, P. (2019). Employer branding: Exploring attractiveness dimensions in a multicultural context. *Technological and Economic Development of Economy*, 25(3), 519–541.

<https://doi.org/10.3846/tede.2019.9387>

- Farndale, E., McDonnell, A., Scholarios, D., & Wilkinson, A. (2020). Human Resource Management Journal: A look to the past, present, and future of the journal and HRM scholarship. *Human Resource Management Journal*, 30(1), 1–12. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12275>
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European business review*, 26(2), 106-121.
- Fusco, R., Sansone, M., Granata, V., Di Bonito, M., Avino, F., Catalano, O., Botti, G., & Petrillo, A. (2018). Use of Quantitative Morphological and Functional Features for Assessment of Axillary Lymph Node in Breast Dynamic Contrast-Enhanced Magnetic Resonance Imaging. *BioMed Research International*, 2018, 1–9. <https://doi.org/10.1155/2018/2610801>
- García-Izquierdo, A. L., Ramos-Villagrasa, P. J., & Castaño, A. M. (2015). E-Recruitment, gender discrimination, and organizational results of listed companies on the Spanish Stock Exchange. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 31(3), 155–164. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2015.06.003>
- Hamza, P. A., Othman, B. J., Gardi, B., Sorguli, S., Aziz, H. M., Ahmed, S. A., Sabir, B. Y., Ismael, N. B., Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Recruitment and Selection: The Relationship between Recruitment and Selection with Organizational Performance. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 1–13. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.1>
- Hunt, S.T. (2014). Common sense talent management: Using strategic human resources to improve company performance. San Francisco, CA: Wiley.
- Indriyani, L. (2019, May). Pemanfaatan media pembelajaran dalam proses belajar untuk meningkatkan kemampuan berpikir kognitif siswa. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 2, No. 1, pp. 17-26).

- Jamal Ali, B., & Anwar, G. (2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and its Influence Job Satisfaction. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 21–30. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2.3>
- Jones, D. A., Willness, C. R., & Madey, S. (2014). Why are job seekers attracted by corporate social performance? Experimental and field tests of three signal-based mechanisms. *Academy of Management Journal*, 57(2), 383-404.
- Keith, M. G., Tay, L., & Harms, P. D. (2017). Systems perspective of amazon mechanical turk for organizational research: Review and recommendations. *Frontiers in Psychology*, 8(AUG). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01359>
- Koch, T., Gerber, C., & De Klerk, J. J. (2018). The impact of social media on recruitment: Are you LinkedIn? *SA Journal of Human Resource Management*, 16, 1–14. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v16i0.861>
- Levin, K. A. (2006). Study design III: Cross-sectional studies. *Evidence-Based Dentistry*, 7(1), 24–25. <https://doi.org/10.1038/sj.ebd.6400375>
- Lievens, F., & Slaughter, J. E. (2016). Employer Image and Employer Branding: What We Know and What We Need to Know. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 407–440. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062501>
- Liu X., Li X., Xian Z., Chen C., 2015, How to Improve Human Resource Management Effectiveness—Through the Cooperation of Line Managers and Human Resource Department, Human Resources Development of China, 21
- Liu, Y. (2017). Review of Human Resource Management Function of Frost Line Manager. *Open Journal of Business and Management*, 05(04), 671–679. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2017.54056>
- Nehles, A. C., Riemsdijk, M. van, Kok, I., & Looise, J. K. (2006). Implementing Human Resource Management Successfully: A First-Line Management Challenge. *Management Revu*, 17(3), 256–273. <https://doi.org/10.5771/0935-9915-2006-3-256>

- Othman, B. J., Al-Kake, F., Mohd Diah, M. L., Othman, B., Hussein, S., & Hasan, N. N. (2019). Impact of the foreign direct investment on the economy of the United Kingdom. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 23(2), 743–763. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V23I2/PR190328>
- Phillips, J., & Gully, S.M. (2012). Strategic staffing (3rd ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Rachma Putri, Y. (2019). *Sma Plus Pgri Cibinong*. 6(3), 6438–6446.
- Rahimzadeh, A., Bazargan, M., Darvishi, R., & Mohammadi, A. H. (2016). Condensate blockage study in gas condensate reservoir. *Journal of Natural Gas Science and Engineering*, 33, 634-643.
- Reis, G. G., & Braga, B. M. (2016). Employer attractiveness from a generation perspective: Implications for employer branding. *Revista de Administração*, 51(1), 103–116. <https://doi.org/10.5700/rausp1226>
- Rizky Taohid, M. G., Aji Sujai, R. A. D., & Nugraha, N. M. (2021). Does work discipline affected by the working environment and work motivation? *Economics. Ecology. Socium*, 5(1), 13–23. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2021.5.1-2>
- Sahu, A. K., Padhy, R. K., & Dhir, A. (2020). Envisioning the future of behavioral decision-making: A systematic literature review of behavioral reasoning theory. *Australasian Marketing Journal*, 28(4), 145–159. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.001>
- Saini, G. K., Rai, P., & Chaudhary, M. K. (2014). What do best employer surveys reveal about employer branding and intention to apply?. *Journal of Brand Management*, 21(2), 95-111.

- Santiago, J. (2019). The relationship between brand attractiveness and the intent to apply for a job: A millennials' perspective. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(2), 142–157. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2018-0136>
- Shazia Khalid, & Shahnila Tariq. (2015). Impact of employer brand on selection and recruitment process. *Pakistan Economic and Social Review*, 53(2), 355–356. http://pu.edu.pk/images/journal/pesr/PDF-FILES/10_KHALID_Impact_of_V53_NO2_15.pdf
- Singh, R. P. (2021). Employer Branding Literature Review. *Feedforward: Journal of Human Resource*, 1(2), 105. <https://doi.org/10.19166/ff.v1i2.4472>
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: Employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product and Brand Management*, 22(7), 473–483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>
- Soeling, P. D., Ajeng Arsanti, S. D., & Indriati, F. (2022). Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia? *Heliyon*, 8(4), e09208. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09208>
- Sohail, K., & Nabaz, N. A. (2019). the Effect of Atm Service Quality on Customer'S Satisfaction and Loyalty: an Empirical Analysis. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 89(5), 227–235. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-05.28>
- Sugiyono (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- dalam Sugiyono, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantri, E. (2017). *INVESTIGATION AND DEVELOPMENT OF THE ASA FRAMEWORK DIMENSION WITHIN THE ORGANIZATION*. 7(September), 545–561.
- Syvänen, S., & Valentini, C. (2020). Conversational agents in online organization–stakeholder interactions: a state-of-the-art analysis and implications for further research. *Journal of Communication Management*, 24(4), 339–362. <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2019-0145>
- Theurer, C. P., Tumasjan, A., Welpe, I. M., & Lievens, F. (2018). Employer branding: a brand equity-based literature review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 155-179.
- Wang, Y., Kim, S., Rafferty, A., & Sanders, K. (2020). Employee perceptions of HR practices: A critical review and future directions. *International Journal of Human Resource Management*, 31(1), 128–173. <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1674360>
- Zhao, C., Shi, B., Chen, S., Du, D., Sun, T., Simonds, B. J., ... & Rollett, A. D. (2022). Laser melting modes in metal powder bed fusion additive manufacturing. *Reviews of Modern Physics*, 94(4), 045002.
- Zulfikar, & Wasisto, J. (2018). Efektivitas Metode Ceramah Pada Layanan Pendidikan Pemustaka Di Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(3), 41–50. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22917>