BAB V
PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan pada penelitian ini secara umum, implikasi manajerial, keterbatasan, dan saran dari peneliti.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Employer attractiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa FBE UAJY.
2. *Employer Prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa FBE UAJY.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil kesimpulan menyimpulkan bahwa variabel *employer attractiveness* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, sedangkan *employer prestige* memiliki dampak atau yang positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil uji deskriptif, dapat dilihat bahwa nilai mean dari variabel *employer attractiveness* memiliki nilai mean total sebesar 4,40 dengan nilai mean terendah pada item EA2 “Saya tidak akan tertarik dengan perusahaan tersebut kecuali sebagai upaya terakhir” sebesar 3,96, meskipun begitu nilai mean ini termasuk dalam kategori kelas interval tinggi. Nilai mean dari variabel *employer prestige* memiliki nilai mean total sebesar 4,58 dengan nilai terendah pada item EP1 “Menurut saya, karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut akan bangga terhadap tempat kerjanya” sebesar 4,53 yang masih termasuk dalam kategori kelas interval sangat tinggi, dan nilai mean dari variabel minat melamar pekerjaan memiliki nilai mean total sebesar 4,54 dengan nilai mean terendah pada item MMP2 “Saya akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai salah satu pilihan pertama saya sebagai tempat bekerja” dan MMP5 “Saya akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada teman yang sedang mencari pekerjaan” sebesar 4,41 dan masih dalam kategori kelas interval sangat tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, *employer attractiveness* bukan menjadi alasan mahasiswa FBE UAJY memiliki minat melamar pekerjaan di perusahaan BCA dan Mandiri. Dapat dikatakan bahwa kedua perusahaan tersebut belum dipersepsikan sebagai perusahaan yang menarik perhatian mahasiswa FBE UAJY sehingga kurang berminat untuk melamar pekerjaan di perusahaannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *employer attractiveness* tidak berpengaruh tidak signifikan yang berarti tidak searah, yaitu semakin naik *employer attractiveness* yang dimiliki, semakin menurun minat melamar pekerjaannya. Hasil yang berbeda dalam penelitian ini menunjukkan adanya kemungkinan bahwa responden mempunyai persepsi dan preferensi yang lain untuk melamar pekerjaan, tidak hanya pada dua pilihan perusahaan dalam industri perbankan tersebut. Perusahaan dapat meninjau ulang bagaimana cara meningkatkan nilai daya tarik perusahaan yang dimiliki dan dapat ditawarkan kepada calon pelamar yang tepat, agar mampu

memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di perusahaannya. Meskipun dalam penelitian ini disimpulkan bahwa *employer attractiveness* tidak berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan, namun dalam penelitian lain menyimpulkan bahwa *employer attractiveness* berperan penting dan berpengaruh dalam minat calon pelamar untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki daya tarik dan dapat mempengaruhi keinginan untuk melamar adalah nilai inovasi, psikologis, dan aplikasi (Sivertzen *et al.*, 2013). Karyawan akan merasa bangga karena mereka memandang perusahaan tersebut sangat layak dan sesuai dengan keinginan mereka. Rasa kebanggaan dari karyawan tersebut bisa dikomunikasikan sebagai sebuah keunggulan untuk menarik perhatian calon karyawan. Reis *et al*. (2017). Semakin tinggi daya tarik Perusahaan, maka akan timbul keinginan untuk melamar di perusahaan terkait (Sivertzen, 2013). Tingginya minat melamar pekerjaan dapat mempermudah perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitifnya dengan cara menyeleksi dan memilih kandidat berkompeten sesuai dengan harapan perusahaan.

Hasil penelitian ini menyatakan *employer prestige* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, menunjukkan bahwa *employer prestige* menjadi alasan mahasiswa FBE UAJY memiliki minat melamar pekerjaan ke perusahaan bank BCA dan Mandiri. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa artikel berita yang memberitakan penghargaan dan performa yang dimiliki perusahaan bank BCA dan Mandiri tersebut. Kedua perusahaan tersebut dikenal memiliki *financial performance*, pertumbuhan perusahaan, kualitas manajemen dan tanggung jawab sosial yang baik, karena itu banyak calon pelamar yang menganggap perusahaan tersebut sebagai tempat kerja ideal dan berkualitas yang menarik minat.

Berdasarkan hasil analisis mean terendah pada item EA2, dapat dikatakan bahwa responden tertarik untuk melamar ke perusahaan tersebut namun bukan sebagai pilihan pertama. Hal ini diduga karena responden mengetahui informasi bahwa kedua perusahaan tersebut memiliki standar masuk yang tinggi dan seleksi yang cukup berat. Berdasarkan hasil analisis mean terendah pada item MMP2 dan MMP5, perusahaan perlu meningkatkan dan memaksimalkan *employer prestise* agar karyawan yang bekerja dapat merasa bangga dan merekomendasikan perusahaan tempatnya bekerja. Untuk menarik calon pelamar, perusahaan dapat meningkatkan kolaborasi atau kerja sama dengan suatu kegiatan atau program seperti *job fair*, program magang, seminar (pembicara) dari perusahaan, dan melakukan kampanye untuk mengenalkan perusahaan di universitas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya terdapat beberapa keterbatasan, berikut adalah keterbatasan penelitian tersebut:

1. Penelitian ini hanya menjangkau sampel pada lingkup mahasiswa FBE UAJY angkatan 2018, 2019, dan 2020.
2. Keterbatasan pada jumlah sampel yang kecil atau sedikit sehingga hasil yang didapatkan bisa kurang akurat.

3. Penelitian ini memberikan opsi 2 perusahaan perbank-an yaitu perusahaan BCA dan Mandiri, sehingga hasil yang ditunjukkan bisa menjadi bias.
4. Peneliti tidak dapat menemani ketika proses pengisian kuesioner, sehingga tidak dapat menanyakan langsung kendala yang dialami responden.

5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian di masa depan, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel dari program studi dan universitas berbeda yang lebih bervariasi, agar dapat memberikan hasil yang lebih akurat.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan populasi dan sampel yang lebih besar agar hasil yang didapatkan lebih umum dan akurat.
3. Penelitian selanjutnya dapat merujuk pada satu perusahaan spesifik, agar hasil yang dihasilkan lebih detail dan tidak bias.

DAFTAR PUSTAKA

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

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

Fernandez, D. C., Ganesan, J., & Yeow, J. A. (2021). The Mediating Role of Employers Attractiveness and Prestige on Job Aspirants Perception Towards Green Employee Relations in Malaysia. *Studies of Applied Economics*, *40*(1), 1–15. https://doi.org/10.25115/eea.v40i1.5451

Fiskal.kemenkeu.go.id. (2021). *Bagaimana Potensi Pasar Tenaga Kerja Indonesia Saat Ini?* Fiskal.Kemenkeu.Go.Id. https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2021/12/02/4324-bagaimana-potensi-pasar-tenaga-kerja-indonesia-saat-ini

Fridantara, A. S., & Muafi. (2018). Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y : Peran Reputasi Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi*.

Ha, N. M., & Luan, N. V. (2018). The effect of employers' attraction and social media on job application attention of senior students at pharmaceutical universities in Vietnam. *International Journal of Business and Society*, *19*(2), 473–491.

Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, *63*(6), 986–1001. https://doi.org/10.1177/0013164403258403

Lohaus, D., & Rietz, C. (2018). *Employer attractiveness during the early phase of recruitment - Influence of symbolic and instrumental factors* (Issue August).

https://www.researchgate.net/publication/327175551_Employer_attractiveness_during_the_early_phase_of_recruitment_-_Influence_of_symbolic_and_instrumental_factors

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

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

Susilo, S. R. (2022). Effect of Employer Branding and Prestige on Intention To Apply in the Top 5 E-Commerce in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, *16*(2), 241–259. https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.758

Wartaekonomi.co.id. (2020). *Daftar Pemenang Indonesian Most Admired Company Award 2020*. Wartaekonomi.Co.Id. https://wartaekonomi.co.id/read281153/inilah-daftar-pemenang-indonesia-most-admired-company-award-2020?page=2

Zhang, Q., Kang, S., Gabrielli, P., Loewen, M., & Schwikowski, M. (2015). *G © 2015*. 9499–9500.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Perkenalkan saya Angelina Chrysilla Gita Astrellia, mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2018 yang sedang melakukan tugas akhir dengan penelitian berjudul "Pengaruh Employer Attractiveness dan Prestige Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa FBE UAJY" sebagai syarat kelulusan Sarjana Manajemen. Oleh karena itu, saya membuat kuesioner ini untuk mendapatkan data yang saya perlukan.

Kuesioner ini ditujukan untuk mendapatkan data mengenai pengaruh daya tarik dan prestise perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Data ini akan saya gunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel sebagai Tugas Akhir saya. Informasi pribadi akan dirahasiakan dan tidak disebarluaskan.

DATA RESPONDEN

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

Usia : ≤ 21 Tahun
22 Tahun
≥ 23 Tahun

Angkatan : 2018
2019
2020

Prodi Mahasiswa : Manajemen
Akuntansi
Ekonomi Pembangunan

Nama Perusahaan : PT Bank Central Asia Tbk
PT Bank Mandiri Tbk

Petunjuk Pengisian

Pada bagian ini, Anda diminta untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan dari daya tarik perusahaan di bawah ini. Jawaban yang tersedia memiliki nilai skala 1-5 dengan ketentuan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Pernyataan dengan kode "®" memiliki jawaban yang tersedia dengan skala 1-5 dengan ketentuan sebagai berikut:

1 = Sangat Setuju

2 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat TidakSetuju

A. *Employer Attractiveness*

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
1	Bagi saya, perusahaan tersebut akan menjadi tempat yang baik untuk bekerja	1	2	3	4	5
2	Saya tidak akan melamar ke perusahaan tersebut kecuali sebagai pilihan terakhir ®	1	2	3	4	5
3	Bagi saya, perusahaan tersebut menarik sebagai tempat kerja	1	2	3	4	5
4	Saya tertarik mempelajari lebih lanjut tentang perusahaan tersebut	1	2	3	4	5
5	Ada pekerjaan tertentu di perusahaan tersebut yang sangat menarik bagi saya	1	2	3	4	5

B. *Employer Prestige*

1	Menurut saya, karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut akan bangga terhadap tempat kerjanya.	1	2	3	4	5
2	Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bereputasi baik untuk bekerja	1	2	3	4	5
3	Perusahaan tersebut tampak memiliki reputasi yang sangat baik untuk bekerja	1	2	3	4	5
4	Bagi saya, perusahaan tersebut adalah tempat kerja yang prestisius	1	2	3	4	5
5	Menurut saya, banyak pencari kerja yang ingin bekerja di perusahaan tersebut.	1	2	3	4	5

C. Minat Melamar Pekerjaan

1	Saya akan menerima tawaran pekerjaan dari perusahaan tersebut	1	2	3	4	5
2	Saya akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai salah satu pilihan pertama saya sebagai tempat bekerja	1	2	3	4	5
3	Jika perusahaan tersebut mengundang saya untuk wawancara kerja, saya akan datang	1	2	3	4	5
4	Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk bisa bekerja di perusahaan tersebut	1	2	3	4	5
5	Saya akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada teman yang sedang mencari pekerjaan.	1	2	3	4	5

LAMPIRAN 2

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Uji Validitas *Employer Attractiveness*

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.132	.353**	.346**	.245*	.588**
	Sig. (2-tailed)		.249	.002	.002	.031	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X1.2	Pearson Correlation	.132	1	.247*	.265*	.139	.659**
	Sig. (2-tailed)	.249		.030	.019	.225	.000

	N	78	78	78	78	78	78
X1.3	Pearson Correlation	.353**	.247*	1	.470**	.533**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.002	.030		.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X1.4	Pearson Correlation	.346**	.265*	.470**	1	.326**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.002	.019	.000		.004	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X1.5	Pearson Correlation	.245*	.139	.533**	.326**	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.031	.225	.000	.004		.000
	N	78	78	78	78	78	78
Total_X1	Pearson Correlation	.588**	.659**	.720**	.736**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	78	78	78	78	78	78

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas *Employer Prestige*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.510**	.616**	.449**	.417**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X2.2	Pearson Correlation	.510**	1	.461**	.515**	.241*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.034	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X2.3	Pearson Correlation	.616**	.461**	1	.433**	.182	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.111	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X2.4	Pearson Correlation	.449**	.515**	.433**	1	.247*	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.029	.000
	N	78	78	78	78	78	78
X2.5	Pearson Correlation	.417**	.241*	.182	.247*	1	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.034	.111	.029		.000
	N	78	78	78	78	78	78
Total_X2	Pearson Correlation	.824**	.765**	.721**	.715**	.597**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

	N	78	78	78	78	78	78

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Minat Melamar Pekerjaan

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.449**	.520**	.456**	.317**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.000
	N	78	78	78	78	78	78
Y.2	Pearson Correlation	.449**	1	.405**	.397**	.517**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78
Y.3	Pearson Correlation	.520**	.405**	1	.482**	.382**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	78	78	78	78	78	78
Y.4	Pearson Correlation	.456**	.397**	.482**	1	.339**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000
	N	78	78	78	78	78	78
Y.5	Pearson Correlation	.317**	.517**	.382**	.339**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.001	.002		.000
	N	78	78	78	78	78	78
Total_Y	Pearson Correlation	.710**	.777**	.719**	.704**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	78	78	78	78	78	78

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Reliabilitas *Employer Attractiveness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.636	5

5. Uji Reliabilitas *Employer Prestige*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	5

6. Uji Reliabilitas Minat Melamar Pekerjaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	5

LAMPIRAN 3

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626[a]	.392	.376	1.715

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.121	2	71.060	24.171	.000[b]
	Residual	220.494	75	2.940		
	Total	362.615	77			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.514	2.225		3.377	.001
	Total_X1	.022	.103	.025	.209	.835
	Total_X2	.642	.124	.610	5.198	.000

a. Dependent Variable: Total_Y