

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini, peneliti memaparkan kesimpulan penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian lanjutan. Adapun bagian-bagian tersebut diuraikan berikut ini.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada proses penelitian dan analisis data maka beberapa kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi dan daya tarik perusahaan *e-commerce* seperti Tokopedia dan Pertamina terhadap niat mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk melamar. Responden memilih Tokopedia sebanyak 65,75% dan Pertamina sebanyak 34,25%.
2. Hasil uji regresi berganda pengaruh reputasi perusahaan terhadap niat melamar pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta memperoleh nilai t hitung sebesar 3,785 dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai koefisien positif sebesar 0,626. Hal ini berarti ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap niat melamar perusahaan, dan mendukung hasil penelitian Sharma & Prasad (2018).
3. Hasil uji regresi berganda pengaruh daya tarik perusahaan terhadap niat melamar pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya

Yogyakarta memperoleh nilai t hitung senilai 3,634 dengan signifikansi $0,01 < 0,05$ dan nilai koefisien positif sebesar 0,556. Hal ini berarti ada pengaruh daya tarik perusahaan berpengaruh positif terhadap niat melamar perusahaan, dan mendukung hasil penelitian Sharma & Prasad (2018).

4. Reputasi dan daya tarik perusahaan memiliki pengaruh pada niat para mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk melamar perusahaan Tokopedia maupun Pertamina sebesar 45,6%.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian ini, implikasi manajerial yang perlu diperhatikan oleh kampus, peneliti lain dan perusahaan adalah:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *mean* terendah (3,6438) adalah variabel niat melamar perusahaan pada item “saya akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai pilihan pertama dalam bekerja”. Hal ini menjadi masukan bagi perusahaan Tokopedia maupun Pertamina untuk menjadikan perusahaannya sebagai pilihan pertama para pencari kerja lulusan universitas.
2. Perusahaan dapat meningkatkan reputasi dan daya tariknya sehingga menarik calon pelamar untuk melamar. Hal ini dapat membuat perusahaan menemukan karyawan yang berdedikasi pada perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini memiliki responden yang terbatas. Jumlah sampel hanya 12% (73 responden) dari total 611 orang mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta semester 6, 8 dan > 8, dan juga belum mewakili program studi yang lain.
2. Penelitian ini memilih dua perusahaan berdasarkan peringkat survei Deka *Insight* (2020), dan dimungkinkan ada perusahaan lain yang lebih cocok.
3. *Item* kuesioner yang diajukan kepada responden tidak mewakili dua *brand* perusahaan yaitu Tokopedia maupun Pertamina dan tidak dicantumkan dalam kuesioner.

5.4. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah responden yang lebih representatif untuk menggambarkan minat mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam melamar pekerjaan, dan juga mewakili empat pilar manajemen.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah dan bidang perusahaan yang diteliti, sehingga mendapatkan gambaran yang lebih luas dalam menentukan perusahaan yang menjadi pilihan responden dari mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan mengajukan *item* kuesioner kepada responden sesuai dengan perusahaan yang diminati.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Ivan Syahrial, (2022), *14 Persen Pengangguran Indonesia Lulusan Diploma dan Sarjana. Mengapa?*, diakses dari <https://unair.ac.id/14-persen-pengangguran-indonesia-lulusan-diploma-dan-sarjana-mengapa/>, pada tanggal 20 Januari 2023.
- Abiodun-Oyebanji, Olayemi J, (2017), “Research Variables: Types, Uses and Definition of Terms” in *Research in Education*, His Lineage Publishing House, Ibadan.
- Agrawal, R.K & Swaroop, Pragati., (2009), “Effect of Employer Brand Image on Application Intentions of B-School Undergraduates”, *The Journal of Business Perspective*, 13 (13), pp. 41-49.
- Albinger, Heather Schmidt & Freeman, Sarah J, (2000), “Corporate Social Performance and Attractiveness as an Employer to Different Job Seeking Populations”, *Journal of Business Ethics*, 28 (3), pp. 243-253.
- Alika, Rizky, (2020), *Pertamina dan Tokopedia termasuk 10 Tempat Kerja Paling Diminati*, diakses dari <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5f3b89ff1ee2e/pertamina-dan-tokopedia-termasuk-10-tempat-kerja-paling-diminati>, pada 21 Januari 2023.
- Amanaturrosyidah, Ochi, (2020), *Survei: Kantor Kekinian Tak Jadi Pertimbangan Pencari Kerja Saat Pandemi*, diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/survei-kantor-kekinian-tak-jadi->

[pertimbangan-pencari-kerja-saat-pandemi-1u1dwfHvEct/full](#), pada 21 Januari 2023.

Anthonia, Adeniji A. & Omotayo, Osibanjo A., (2012), *Human Resource Management: Theory & Practice*, Pumark Nigeria Limited, Nigeria.

Armstrong, Michael, (2006), *A Handbook of Human Resource Management Practice*, Kogan Page Limited, London and Philadelphia.

Backhaus, K & Tikoo, S., (2004), “Conceptualizing and Researching Employer Branding”, *Career Development International*, 9 (5), pp. 501-517.

Badan Pusat Statistik, (2022), *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022*, BPS, Jakarta.

Cheh, S., (2021), *Strategi Jangka Panjang Tokopedia untuk Masa Depan Digital Indonesia*, diakses dari <https://id.techinasia.com/strategi-jangka-panjang-tokopedia>, pada 2 April 2024.

Collins, L.M., (2007), *Encyclopedia of Gerontology: Research Design and Methods*, Academic Press, Cambridge.

Daft, Richard L., (2002), *Manajemen*, Edisi Kelima Jilid Satu, Erlangga, Jakarta.

Donald Lange, Peggy M. Lee & Dai, Ye., (2011), “Organizational Reputation: A Review”, *Journal of Management*, 37 (1), pp. 153-184.

Fellycyano, Lorenzo Vicario Esquivelda & Harsiwi, Th. Agung M., (2017), “Identifikasi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pilihan Karier Mahasiswa Ekonomika dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.

- Gay, L.R., Mills, G.E., & Airasian, P., (2012), *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*, Tenth Edition, Pearson, Boston.
- Ghozali, Imam, (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hardani, dkk., (2020), *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Pustaka Ilmu, Yogyakarta.
- Haywood, Roger, (2005), *Corporate Reputation, The Brand & The Bottom Line*, Third Edition, Kogan Page Limited, London and Sterling.
- Highhouse, S., Lievens, F. & Sinar, E.F., (2003), "Measuring attraction to organizations", *Educational and Psychological Measurement*, 63 (6), pp. 986-1001.
- Igamo, Alghifari Mahdi, et al., (2020), "Business Environment and Start-Up in Indonesia: Empirical Evidence from Province-Level Data", *Journal of Economic Development, Environment and People*, 9 (4), pp. 38-49.
- Imenda, Sitwala, (2014), "Is There a Conceptual Difference between Theoretical and Conceptual Frameworks?", *Journal of Social Sciences*, 38 (2), pp. 185-195.
- Joseph, Sanskrity, et al., (2015), "Organizational Attractiveness as a Predictor of Employee Retention", *IOSR Journal of Business and Management*, 16 (9), pp. 41-44.
- Kothari, C.R., (2004), *Research Methodology: Methods and Techniques*, Second Revised Edition, New Age International Publishers, New Delhi.

- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W., (1970), "Determining Sample Size for Research Activities", *Educational and Psychological Measurement*, (30), pp. 607-610.
- Lanka, E., Sanjay Lanka, Ali Rostron, & Singh, Pallavi., (2021), "Why We Need Qualitative Research in Management Studies", *Revista de Administração Contemporânea Journal of Contemporary Administration*, 25 (2), pp. 1-7.
- Latief, P. V., Syarief, R., Hasbullah, R., (2019), "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis E-Commerce Pertamina Retail dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas", *Manajemen IKM*, 14 (2), pp. 24-34.
- Leekha Chhabra, N. & Sharma, S., (2014), "Employer branding: strategy for improving employer attractiveness", *International Journal of Organizational Analysis*, 22 (1), pp. 48-60.
- Mosley, R.W., (2007), "Customer Experience, Organisational Culture and the Employer Brand", *Journal of Brand Management*, 15 (2), pp. 123-134.
- Obeidat, Ahmad M., (2019), "The Relationship Between Perceived Human Resource Management Practices and Turnover-Intention: The Mediating Role of Organizational Attractiveness", *Canadian Center of Science and Education*, 13 (2), pp. 216-227.
- Priyono, (2010), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Zifatama Publisher, Sidoarjo.
- Rizkinaswara, L., (2019), *Empat Langkah Pertamina Lakukan Transformasi Digital*, diakses dari <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/empat-langkah-pertamina-lakukan-transformasi-digital/>, pada 2 April 2024.

- Santiago, Joanna, (2019), "The Relationship Between Brand Attractiveness and the Intent to Apply for a Job", *European Journal of Management and Business Economics*, 28 (2), pp. 142-157.
- Segal, Daniel L. & Coolidge, Frederick L., (2018), *The SAGE Encyclopedia of Lifespan Human Development*, SAGE Publication, New York.
- Sekaran, U. & Bougie, R., (2016), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 7th ed., John Wiley & Sons, West Sussex.
- Sharma, Ruchika & Prasad, Asha., (2018), "Employer Brand and Its Unexplored Impact on Intent to Join", *International Journal of Organizational Analysis*, 26 (3), pp. 536-566.
- Sugono, Dendy, dkk., (2008), *Kamus Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta.
- Susanti, Dyah Ochterina, (2022), "The Electronic Market (*Marketplace*) on Electronic Trade (*E-Commerce*) in Indonesia", *Jurnal Notariil*, 7 (1), pp. 24-31.
- Widarjono, Agus, (2010), *Analisis Statistika Multivariat Terapan*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Wilson, John P, ed., (2004), *Human Resource Management*, Kogan Page Limited, London and Philadelphia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada saudara-saudari yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya berjudul **PENGARUH REPUTASI DAN DAYA TARIK PERUSAHAAN TERHADAP NIAT UNTUK MELAMAR**. Perusahaan yang akan dirujuk pada penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* (pasar elektronik dan transaksi elektronik), yaitu Tokopedia. Perusahaan kedua adalah Pertamina, yang merupakan Perusahaan BUMN yang mempunyai beberapa unit *e-commerce*. Kedua Perusahaan tersebut juga merupakan pilihan teratas para pencari kerja lulusan universitas (Deka Insight, 2020).

Anda yang memasuki semester 6, 8 dan > 8 di Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta dipilih sebagai responden. Penelitian ini menggunakan skala likert lima poin. Anda diminta untuk menjawab setiap pertanyaan dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada pilihan, Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Saya berharap Anda dapat membantu mengisi kuesioner ini, karena jawaban Anda sangat dibutuhkan dalam penelitian ini. Saya akan menjaga kerahasiaan identitas dan jawaban yang telah Anda berikan. Atas kesediaan Anda mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Filipus Tesen

<https://forms.gle/Qf2H6wLBGYAznY8j6>

Bagian A

INFORMASI DEMOGRAFI

Petunjuk pengisian: jawablah pertanyaan berikut dengan baik.

1. Jenis kelamin:
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki
2. Usia Anda saat ini
 - a. < 20 tahun
 - b. 20-23 tahun
 - c. 23-25 tahun
 - d. > 25 tahun
3. Semester Anda saat ini
 - a. Semester 6
 - b. Semester 8
 - c. Semester > 8
 - d. < Semester 6 (Jika Anda di bawah semester 6 harap memilih jawaban ini dan Anda telah selesai mengisi kuesioner)
4. Konsentrasi Anda di Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta
 - a. Manajemen Operasi
 - b. Manajemen Keuangan
 - c. Manajemen Pemasaran
 - d. Manajemen Sumber Daya Manusia
5. Pilihan Perusahaan
 - a. Tokopedia
 - b. Pertamina

Bagian B

REPUTASI PERUSAHAAN

Petunjuk Pengisian:

Anda diminta untuk memberikan pendapat dengan cara memberikan tanda centang (√) di kolom yang sudah disediakan.

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mungkin akan bangga mengatakan bahwa saya bekerja di perusahaan tersebut					
2.	Perusahaan tersebut mungkin memiliki reputasi sebagai tempat bekerja yang sangat baik					
4.	Banyak pelamar yang ingin bekerja di perusahaan tersebut					
5.	Saya menganggap perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang prestisius untuk bekerja					

Bagian C

DAYA TARIK PERUSAHAAN

Petunjuk Pengisian:

Anda diminta untuk memberikan pendapat dengan cara memberikan tanda centang (√) di kolom yang sudah disediakan.

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bekerja di perusahaan tersebut sangat menarik bagi saya					
2.	Perusahaan tersebut tersebut menarik bagi saya sebagai tempat kerja					
3.	Saya tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang perusahaan tersebut					
4.	Bagi saya, perusahaan tersebut akan menjadi					

	tempat yang baik untuk bekerja					
--	--------------------------------	--	--	--	--	--

Bagian D

NIAT MELAMAR PERUSAHAAN

Petunjuk Pengisian:

Anda diminta untuk memberikan pendapat dengan cara memberikan tanda centang (√) di kolom yang sudah disediakan.

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai pilihan pertama dalam bekerja					
2.	Bila perusahaan tersebut mengundang saya untuk wawancara, maka saya akan datang					
3.	Saya secara khusus merencanakan untuk mendapatkan posisi tertentu dalam perusahaan tersebut					
4.	Saya akan berusaha lebih keras untuk menjadi bagian dari perusahaan tersebut					
5.	Saya benar-benar memimpikan pekerjaan di perusahaan tersebut					
6.	Saya akan menerima tawaran pekerjaan di perusahaan tersebut					

Lampiran 2. Data Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Semester	Konsentrasi	Pilihan Perusahaan
1.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	Manajemen (M) SDM	Tokopedia
2.	Laki-laki	< 20	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
3.	Laki-laki	23 – 25	Semester 6	M. Pemasaran	Tokopedia
4.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
5.	Laki-laki	< 20	Semester > 8	M. Keuangan	Tokopedia
6.	Laki-laki	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Pertamina
7.	Laki-laki	20 – 23	Semester 6	M. Pemasaran	Tokopedia
8.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
9.	Laki-laki	< 20	Semester > 8	M. Pemasaran	Tokopedia
10.	Perempuan	20 – 23	Semester 6	Manajemen SDM	Pertamina
11.	Laki-laki	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Pertamina
12.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Pemasaran	Tokopedia
13.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
14.	Perempuan	20 – 23	Semester 6	M. Operasi	Pertamina
15.	Laki-laki	< 20	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
16.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
17.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
18.	Laki-laki	< 20	Semester 6	M. Pemasaran	Pertamina
19.	Perempuan	< 20	Semester > 8	Manajemen SDM	Tokopedia
20.	Perempuan	23 – 25	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
21.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	M. Pemasaran	Pertamina
22.	Perempuan	20 – 23	Semester 6	Manajemen SDM	Tokopedia
23.	Laki-laki	< 20	Semester > 8	Manajemen SDM	Pertamina
24.	Laki-laki	23 – 25	Semester 8	M. Keuangan	Tokopedia
25.	Laki-laki	< 20	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
26.	Perempuan	20 – 23	Semester 6	Manajemen SDM	Tokopedia
27.	Perempuan	< 20	Semester 8	M. Pemasaran	Pertamina
28.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Tokopedia
29.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
30.	Laki-laki	20 – 23	Semester 6	M. Keuangan	Tokopedia
31.	Perempuan	< 20	Semester 8	M. Pemasaran	Tokopedia
32.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
33.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
34.	Laki-laki	20 – 23	Semester 6	Manajemen SDM	Pertamina
35.	Perempuan	< 20	Semester 8	M. Pemasaran	Pertamina
36.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Tokopedia
37.	Perempuan	23 – 25	Semester 8	M. Keuangan	Tokopedia
38.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
39.	Perempuan	20 – 23	Semester 6	Manajemen SDM	Tokopedia
40.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	M. Pemasaran	Pertamina
41.	Laki-laki	< 20	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia

42.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	M. Pemasaran	Tokopedia
43.	Perempuan	23 – 25	Semester 6	M. Keuangan	Pertamina
44.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Tokopedia
45.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	M. Operasi	Tokopedia
46.	Perempuan	23 – 25	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
47.	Laki-laki	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Tokopedia
48.	Laki-laki	< 20	Semester 6	M. Pemasaran	Tokopedia
49.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Keuangan	Pertamina
50.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
51.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	M. Pemasaran	Tokopedia
52.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
53.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	M. Pemasaran	Pertamina
54.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Keuangan	Tokopedia
55.	Laki-laki	23 – 25	Semester 8	M. Keuangan	Tokopedia
56.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
57.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	Manajemen SDM	Pertamina
58.	Laki-laki	23 – 25	Semester 8	M. Pemasaran	Tokopedia
59.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Keuangan	Pertamina
60.	Laki-laki	< 20	Semester 6	Manajemen SDM	Tokopedia
61.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Operasi	Tokopedia
62.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
63.	Perempuan	23 – 25	Semester > 8	M. Pemasaran	Tokopedia
64.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Pertamina
65.	Laki-laki	20 – 23	Semester > 8	M. Keuangan	Tokopedia
66.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Keuangan	Tokopedia
67.	Perempuan	23 – 25	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
68.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	M. Pemasaran	Pertamina
69.	Perempuan	23 – 25	Semester > 8	Manajemen SDM	Tokopedia
70.	Laki-laki	20 – 23	Semester 8	M. Keuangan	Tokopedia
71.	Laki-laki	23 – 25	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia
72.	Perempuan	20 – 23	Semester > 8	M. Pemasaran	Pertamina
73.	Perempuan	20 – 23	Semester 8	Manajemen SDM	Tokopedia

Lampiran 3. Jawaban Responden

Responden	Pilihan Perusahaan	Pertanyaan/Pernyataan														Total
		Reputasi Perusahaan				Daya Tarik Perusahaan				Niat Melamar Perusahaan						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	
R1	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	58
R2	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	52
R3	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	54
R4	Pertamina	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	61

R5	Pertamina	3	3	3	3	4	3	4	2	1	4	2	2	2	4	40
R6	Tokopedia	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	51
R7	Tokopedia	4	4	5	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	4	51
R8	Pertamina	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	49
R9	Pertamina	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	54
R10	Tokopedia	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	5	52
R11	Tokopedia	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	53
R12	Pertamina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
R13	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
R14	Pertamina	5	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3	3	3	5	58
R15	Tokopedia	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
R16	Tokopedia	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	3	3	52
R17	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	53
R18	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
R19	Pertamina	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	64
R20	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	59
R21	Pertamina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
R22	Tokopedia	4	3	5	4	5	5	5	3	2	5	4	3	3	5	56
R23	Tokopedia	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	65
R24	Tokopedia	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	61
R25	Tokopedia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
R26	Pertamina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
R27	Pertamina	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	59
R28	Pertamina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
R29	Tokopedia	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	61
R30	Tokopedia	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	63
R31	Tokopedia	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	66
R32	Pertamina	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	51
R33	Tokopedia	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	63
R34	Tokopedia	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	52
R35	Tokopedia	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	5	62
R36	Pertamina	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	61
R37	Pertamina	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	64
R38	Pertamina	3	2	4	3	4	1	2	1	4	4	4	1	5	4	42
R39	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	59
R40	Pertamina	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	63
R41	Tokopedia	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	4	4	5	58
R42	Tokopedia	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	53
R43	Tokopedia	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60

R44	Pertamina	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	61
R45	Tokopedia	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	48
R46	Pertamina	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	61
R47	Tokopedia	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	60
R48	Tokopedia	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	66
R49	Pertamina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	57
R50	Pertamina	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	58
R51	Tokopedia	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	53
R52	Tokopedia	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	67
R53	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	5	57
R54	Pertamina	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	67
R55	Tokopedia	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	65
R56	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	58
R57	Pertamina	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	59
R58	Tokopedia	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	46
R59	Tokopedia	3	3	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	55
R60	Tokopedia	5	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	46
R61	Tokopedia	4	5	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	3	5	54
R62	Tokopedia	3	3	3	3	4	4	5	3	3	5	5	4	4	3	52
R63	Pertamina	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	65
R64	Tokopedia	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	47
R65	Tokopedia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	54
R66	Tokopedia	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	54
R67	Pertamina	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	55
R68	Tokopedia	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	58
R69	Tokopedia	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	65
R70	Pertamina	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
R71	Tokopedia	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	61
R72	Tokopedia	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	52
R73	Tokopedia	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	63

Lampiran 4. Uji Validitas

Correlations

		RP1	RP2	RP4	RP5	DTP1	DTP2	DTP3	DTP4	FMP1	FMP2	FMP3	FMP4	FMP5	FMP6	Total
RP1	Pearson Correlation	1	.600	.548	.534	.448	.420	.337	.389	.347	.291	.291	.324	.303	.448	.678
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.012	.097	.000	.000	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
RP2	Pearson Correlation	.600	1	.448	.564	.302	.250	.295	.059	.162	.237	.192	.498	.236	.320	.664
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.051	.011	.600	.001	.044	.018	.000	.044	.005	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
RP4	Pearson Correlation	.548	.448	1	.378	.388	.319	.182	.267	.229	.318	.369	.313	.189	.310	.577
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.006	.122	.023	.001	.000	.001	.007	.189	.002	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
RP5	Pearson Correlation	.534	.564	.378	1	.338	.265	.258	.000	.466	.303	.188	.376	.207	.540	.653
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.003	.023	.027	.600	.000	.000	.188	.001	.000	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
DTP1	Pearson Correlation	.448	.302	.388	.338	1	.540	.426	.302	.276	.362	.188	.371	.360	.465	.628
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000	.000	.001	.017	.002	.093	.001	.002	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
DTP2	Pearson Correlation	.420	.250	.319	.265	.540	1	.632	.574	.181	.244	.278	.329	.154	.375	.640
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.006	.023	.000		.000	.000	.126	.038	.018	.000	.183	.001	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
DTP3	Pearson Correlation	.337	.295	.182	.258	.426	.632	1	.585	.307	.295	.360	.392	.172	.392	.592
	Sig. (2-tailed)	.048	.015	.122	.017	.000	.000		.000	.003	.023	.001	.001	.145	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
DTP4	Pearson Correlation	.389	.059	.267	.000	.302	.574	.585	1	.467	.270	.276	.345	.270	.413	.734
	Sig. (2-tailed)	.001	.600	.023	.600	.001	.000	.000		.000	.018	.017	.000	.021	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
FMP1	Pearson Correlation	.347	.162	.320	.406	.279	.181	.307	.467	1	.412	.451	.429	.584	.224	.672
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.017	.126	.008	.000		.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
FMP2	Pearson Correlation	.291	.237	.318	.209	.302	.244	.281	.270	.412	1	.334	.200	.186	.219	.519
	Sig. (2-tailed)	.012	.044	.006	.000	.002	.026	.023	.018	.000		.014	.027	.181	.063	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
FMP3	Pearson Correlation	.301	.282	.389	.188	.188	.275	.386	.279	.451	.334	1	.548	.495	.244	.600
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.001	.155	.093	.000	.001	.017	.000	.004		.000	.000	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
FMP4	Pearson Correlation	.524	.488	.313	.378	.378	.525	.332	.543	.429	.290	.546	1	.404	.298	.748
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.001	.001	.000	.001	.000	.000	.027	.000		.000	.011	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
FMP5	Pearson Correlation	.303	.216	.189	.320	.386	.154	.172	.270	.364	.186	.495	.494	1	.380	.590
	Sig. (2-tailed)	.000	.044	.109	.015	.002	.193	.145	.021	.000	.161	.000	.000		.008	.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
FMP6	Pearson Correlation	.448	.325	.359	.540	.465	.375	.382	.413	.334	.219	.244	.265	.300	1	.597
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.002	.000	.000	.001	.000	.000	.007	.069	.038	.011	.000		.000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Total	Pearson Correlation	.678	.664	.577	.653	.638	.640	.592	.734	.672	.614	.600	.748	.690	.597	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

	N	%
Valid	73	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	73	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RP1	53,1370	33,814	,620	,875
RP2	53,1781	33,787	,603	,876
RP4	53,1096	34,210	,500	,880
RP5	53,1781	33,871	,590	,876
DTP1	53,1233	34,054	,574	,877
DTP2	53,1233	33,471	,567	,877
DTP3	53,1096	34,349	,522	,879
DTP4	53,2192	32,201	,670	,872
NMP1	53,6164	31,490	,574	,879
NMP2	53,0137	34,903	,440	,883
NMP3	53,2466	33,161	,518	,880
NMP4	53,1644	31,695	,682	,871
NMP5	53,2329	33,598	,504	,880
NMP6	52,9315	34,259	,527	,879

Lampiran 6. Statistik Deskriptif

a. Reputasi Perusahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RP1	73	3,00	5,00	4,1233	,59966
RP2	73	2,00	5,00	4,0822	,61809
RP4	73	3,00	5,00	4,1507	,65978
RP5	73	3,00	5,00	4,0822	,61809
Valid N (listwise)	73				

b. Daya Tarik Perusahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DTP1	73	3,00	5,00	4,1370	,60816
DTP2	73	1,00	5,00	4,1370	,69352
DTP3	73	2,00	5,00	4,1507	,61624
DTP4	73	1,00	5,00	4,0411	,75348
Valid N (listwise)	73				

c. Niat Melamar Perusahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NMP1	73	1,00	5,00	3,6438	,94824
NMP2	73	3,00	5,00	4,2466	,61871
NMP3	73	2,00	5,00	4,0137	,79045
NMP4	73	1,00	5,00	4,0959	,80216
NMP5	73	2,00	5,00	4,0274	,74485
NMP6	73	3,00	5,00	4,3288	,62483
Valid N (listwise)	73				

Lampiran 7. Regresi Berganda

Uji F, uji t, dan R² Pengaruh Reputasi dan Daya Tarik Perusahaan terhadap

Niat Melamar Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,456	,441	2,36319

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327,814	2	163,907	29,350	,000 ^b
	Residual	390,926	70	5,585		
	Total	718,740	72			

a. Dependent Variable: Niat Melamar Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,901	2,559		1,916	,059
	Reputasi Perusahaan	,626	,166	,394	3,785	,000
	Daya Tarik Perusahaan	,556	,153	,378	3,634	,001

a. Dependent Variable: Niat Melamar Perusahaan