

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, peneliti membuat suatu kesimpulan berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya peneliti juga menjelaskan implikasi manajerial terkait dengan hasil dari penelitian ini. Pada bab ini juga peneliti menyampaikan keterbatasan penelitian ini. Selain itu, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Daya tarik perusahaan berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pada mahasiswa jurusan teknik informatika.
2. Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pada mahasiswa jurusan teknik informatika.
3. Reputasi perusahaan merupakan variabel pemediasi sebagian pada pengaruh daya tarik perusahaan terhadap keinginan melamar pada mahasiswa jurusan teknik informatika.

B. Implikasi Manajerial

Pada penelitian ini dihasilkan bahwa daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan berpengaruh pada keinginan melamar seseorang. Dengan demikian perusahaan dapat menggunakan daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan sebagai isi informasi yang akan disampaikan pada para pencari

kerja. Perusahaan dapat mengkomunikasikan bahwa perusahaan memiliki dimensi dalam daya tarik perusahaan yang baik dan memiliki reputasi yang baik.

1. Daya Tarik Perusahaan

Pada variabel daya tarik perusahaan, terdapat lima dimensi yang menentukan apakah suatu perusahaan menarik atau tidak. Dimensi tersebut adalah dimensi nilai minat, nilai sosial, nilai ekonomi, nilai pengembangan dan nilai aplikasi. Agar perusahaan menjadi perusahaan pilihan sebagai tempat bekerja maka perusahaan perlu melakukan perbaikan pada kelima dimensi tersebut.

Pada dimensi nilai minat, perusahaan hendaknya menciptakan lingkungan kerja yang penuh semangat dan penuh kreativitas. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyusun suatu kebijakan yang mendukung kreativitas karyawannya. Contoh kebijakan tersebut seperti mengizinkan karyawan untuk mengerjakan proyek sesuai minatnya tanpa mengabaikan tugas yang diberikan perusahaan. Proyek yang telah jadi tersebut dapat dipresentasikan didepan pihak perusahaan. Pihak perusahaan kemudian menilai apakah proyek tersebut bermanfaat bagi perusahaan atau tidak. Apabila perusahaan menilai proyek tersebut bermanfaat, perusahaan bisa membeli proyek tersebut. Akan tetapi apabila perusahaan tidak tertarik dengan proyek tersebut, karyawan bisa menawarkan proyek tersebut pada orang lain selama tidak merugikan perusahaan tempatnya bekerja. Perusahaan juga dapat menerapkan desain

ruang kerja yang nyaman. Selama ini ruang kerja terkesan kaku, setiap karyawan bekerja di meja yang telah ditentukan. Sebagai gantinya, perusahaan mendisain ruang kerja yang dapat menghilangkan kesan formal ketika bekerja. Ruang kerja dapat diberi dekorasi yang menghadirkan suasana segar. Pencahayaan diatur sedemikian rupa sehingga semakin mendukung terciptanya suasana yang nyaman dalam ruangan. Selain itu, pemilihan property yang nyaman dan unik juga dapat mendukung terciptanya ruang kerja yang diharapkan. Dengan demikian diharapkan karyawan perusahaan semakin kreatif sehingga mampu menciptakan suatu produk yang inovatif dan berkualitas.

Pada dimensi nilai sosial, ada beberapa cara yang dapat perusahaan lakukan agar menjadi perusahaan yang menarik. Perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan dan membuat karyawan merasa bahagia ketika bekerja. Perusahaan juga perlu menciptakan hubungan yang baik antara atasan dan bawahan serta teman kerja. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan yang melibatkan setiap karyawan, baik atasan maupun bawahan. Perusahaan dapat mengadakan *outbound* atau mengadakan *family gathering*. Kegiatan tersebut sebaiknya dijadikan kegiatan rutin tahunan perusahaan. Harapannya adalah karyawan semakin akrab satu dengan yang lain. Pada akhirnya rasa persaudaraan atau kekeluargaan dengan rekan kerja maupun atasan dapat terbentuk.

Pada dimensi nilai ekonomi, perusahaan perlu mengkampanyekan bahwa menjabat lintas departemen akan mendukung peningkatan karir seseorang. Dengan demikian, seseorang akan tertarik untuk menjabat lintas departemen. Agar karyawan bersedia melakukannya, maka perusahaan perlu memberikan penghargaan berupa kenaikan upah atau menjadikan pengalaman menjabat di beberapa departemen sebagai syarat untuk kenaikan jabatan atau golongan. Perusahaan juga perlu memberikan jaminan kerja pada karyawan. Pemberian jaminan kerja dapat dilakukan dengan memberikan status karyawan tetap pada orang yang bersangkutan. Selain itu, memberikan standar gaji diatas rata-rata dan paket kompensasi yang menarik perlu dipertimbangkan perusahaan agar dapat terlihat semakin menarik. Paket kompensasi yang menarik dapat berupa bonus yang akan diterima selama satu tahun, pemberian tunjangan hari raya, tunjangan pendidikan untuk anak bagi karyawan yang telah memiliki anak, gratis makan siang dikantor, pembiayaan untuk perjalanan keagamaan misalnya naik haji, dan sebagainya.

Pada dimensi nilai pengembangan, perusahaan dapat mempromosikan bahwa perusahaannya adalah tempat yang tepat untuk pengembangan karir seseorang. Perusahaan sebaiknya rutin melakukan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan pekerjaan. Pelatihan dapat dilakukan dengan memanggil pembicara yang ahli dibidangnya, atau dengan proses pendampingan yang dilakukan oleh seniornya.

Perusahaan juga hendaknya rutin dalam mengapresiasi kinerja karyawan. Apresiasi dapat berupa umpan balik dari atasan ataupun dalam bentuk uang atau piagam penghargaan. Dengan demikian karyawan akan mengetahui penilaian perusahaan pada kinerjanya sehingga tahu apa yang sebaiknya dilakukannya.

Pada dimensi nilai aplikasi, perusahaan harus menjadi perusahaan yang berorientasi pada konsumennya. Menjaga agar konsumen puas dengan produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan garansi produk dan layanan purna jual pada para konsumennya. Perusahaan juga dapat menyediakan pusat layanan pelanggan yang bertujuan untuk menampung dan menanggapi keluhan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu mengkampanyekan bahwa karyawan perlu bertindak seolah-olah perusahaan tersebut adalah miliknya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan karyawan bagian saham perusahaan. Dengan menganggap perusahaan sebagai milik sendiri, maka usaha yang dilakukan karyawan bertujuan untuk kemajuan perusahaan. Perusahaan juga perlu mempromosikan bahwa perusahaannya selalu memperlakukan karyawan dan lingkungan dengan baik. Promosi dilakukan dengan menceritakan budaya perusahaan, hasil- hasil audit yang berkaitan dengan pengolahan limbah, standar ISO yang digunakan dan program peduli lingkungan. Perusahaan dapat

menggunakan website perusahaan ataupun media sosial sebagai media promosi.

2. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan terdiri dari enam dimensi. Dimensi tersebut adalah ketertarikan secara emosional, produk dan jasa, visi dan kepemimpinan, lingkungan kerja, tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan kinerja keuangan. Berdasarkan dimensi tersebut ada beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan dipersepsikan sebagai perusahaan yang patut untuk dipercaya.

Perusahaan dapat menginformasikan bahwa perusahaan telah lama berdiri, telah melakukan sesuatu sesuai hukum yang berlaku dan mampu menciptakan karyawan yang kompeten dibidangnya. Perusahaan juga perlu mempromosikan dirinya sebagai produsen produk yang berkualitas tinggi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan contoh- contoh produk yang telah diterima luas oleh masyarakat. Selain itu, perusahaan dapat mengkomunikasikan pada kandidat bahwa perusahaan mampu memanfaatkan peluang pasar. Dengan memanfaatkan peluang pasar, perusahaan mampu bertahan dan mewujudkan visi perusahaannya. Contoh keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar dapat diberitakan dengan membuat sejarah perjalanan perusahaan dalam menghasilkan produknya misalnya pada tahun sekian produk merek A dipasarkan, pada tahun sekian produk merek B

dipasarkan dan seterusnya. Dari sisi lingkungan kerja, perusahaan dapat mengkomunikasikan bahwa karyawan yang ada di perusahaan adalah karyawan yang kompeten dibidangnya. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya selalu memberikan sertifikat pada karyawan sebagai bukti bahwa karyawan telah berhasil mengikuti pelatihan tertentu.

Perusahaan juga dapat menunjukkan bahwa perusahaan telah dikelola secara baik dengan memberikan laporan kinerja perusahaan pada pihak luar melalui website perusahaan. Perusahaan dapat menjelaskan bahwa selama ini perusahaan menerapkan metode tertentu, mengikuti standar ISO ataupun bekerjasama dengan lembaga lainnya sehingga operasi perusahaan dijalankan dengan baik. Pada website tersebut juga dapat dilampirkan informasi mengenai program- program CSR yang selama ini telah dilakukan oleh perusahaan dan cara perusahaan memperlakukan karyawan. Perusahaan juga perlu meyakinkan pada kandidat, bahwa investasi yang dilakukannya selama ini adalah investasi yang telah diperhitungkan dengan baik. Perusahaan telah bekerjasama dengan lembaga tertentu atau menggunakan konsultan tertentu selama proses investasi berlangsung. Dengan demikian resiko- resiko yang mungkin akan timbul kemudian hari tidak akan berdampak buruk bagi perusahaan.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat sejumlah keterbatasan. Keterbatasan tersebut berupa sampel penelitian. Pada penelitian ini peneliti hanya dapat menjangkau sampel dari tiga perguruan tinggi di Yogyakarta. Penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan pada seluruh mahasiswa teknik informatika. Hal tersebut dikarenakan banyaknya universitas di Yogyakarta yang menawarkan program studi teknik informatika. Selain itu, dalam penelitian ini mahasiswa diminta menilai perusahaan yang dinilainya menarik. Oleh karena itu, ada kecenderungan para responden untuk menilai baik pada perusahaan tersebut.

D. Saran

Pada penelitian selanjutnya, dapat menggunakan responden dari latar belakang program studi yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mengetahui hal-hal apa saja yang membuat mahasiswa dari jurusan lain tertarik untuk melamar kesuatu perusahaan. Namun demikian apabila tetap ingin menggunakan mahasiswa teknik informatika sebagai subjek penelitian, peneliti selanjutnya dapat menambah sampel penelitian dari beberapa perguruan tinggi lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Daftar Pustaka:

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*. 50: 179-211.
- Alniacik, E., Alniacik, U., & Erdogmus, N. (2012). How Do the Dimensions of Corporate Reputation Affect Employment Intentions ? Reputasi perusahaan *Review*. 15 (1): 3–19.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing And Researching Employer Branding. *Career Development International*. 9 (5),501–517.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51 (6): 1173-1182.
- Barrow,S., & Mosley, R. (2005). *The Employer Brand®: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. John Wiley & Sons Ltd: England
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L.L. (2005). Captivating Company: Dimensions Of Attractiveness In Employer Branding. *International Journal of Advertising*. 24(2): 151–172.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber,T., Loureiro,Y.K., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y And Their Use Of Social Media: A Review And Research Agenda. *Journal of Service Management*. 24 (3): 245-267.
- Bonaiuto, M., Dominicis, S.D., Illia, L., Cánovas, B. R., & Lizzani, G. (2013). Managing Employer Brand Attributes To Attract Potential Future Leaders. *Journal of Brand Management*. 20 (9) :779–792.
- Bromley, D. B. (2000). Psychological Aspects of Corporate Identity,Image and Reputation. *Corporate Reputation Review* 3 (3):240-252.
- Cascio,W. F.(2013). *Managing Human Resource: Productivity, Quality of Work Life, Profit 9th edition*. New York: McGraw-Hill.
- Chhabra, N. L., & Sharma, S. (2014). Employer Branding: Strategy For Improving Employer Attractiveness. *International Journal of Organizational Analysis*. 22 (1) :48-60.

- Chun, R. (2005). Corporate Reputation: Meaning And Measurement. *Corporate Reputation Review*. 7 (2): 91-10.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Methods 9th ed.* UK: McGraw-Hill.
- Dobbs, R., Lund, S. & Madgavkar, A. (2012). Talent Tensions Ahead: A CEO Briefing. *McKinsey Quarterly*.
- Elving, W. J. L., Westhoff, J. J. C., Meeusen, K., & Schoonderbee, J.W. (2013). The War For Talent? The Relevance Of Employer Branding In Job Advertisements For Becoming An Employer Of Choice. *Journal of Brand Management*. 20(5): 355–373.
- Fombrun, C . J., & van Riel, C. B. (1997). The Reputational Landscape. *Corporate Reputation Review*. 1(2), 5 –13.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation Quotientsm: A Multi-Stakeholder Measure Of Corporate Reputation. *Journal of Brand Management*.7 (4), 241–255.
- Gomes, D., & Neves, J. (2011). Organizational Attractiveness And Prospective Applicants' Intentions. *Personnel Review*. 40 (6) :684-699.
- Green, S. B. (1991): How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis?. *Multivariate Behavioral Research*. 26(3):499-510.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E.F. (2003). Measuring Attraction To Organizations. *Educational and Psychological Measurement*. 63 (6): 986-1001.
- Jackson, S. E., Schuler, R. S., & Warner, S. (2010). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia ed 10 buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Magaimana Meneliti & Menulis Tesis? Edisi 3*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Luscombe, J., Lewis, I., & Biggs, H.C. (2013). Essential Elements For Recruitment And Retention: Generation Y. *Education + Training*. 55 (3) :272-290.
- Martin, G., & Hetrick, S. (2006). *CorporateReputations, Branding and PeopleManagement:A Strategic Approach to HR*. USA : Elsevier
- Mello, J. A. (2015). *Strategic Human Resource Management 4e*. USA: Cengage Learning.

- Moroko, L., & Uncles, M. D. (2008). Characteristics Of Successful Employer Brands. *Journal of brand management*. 16(3):160- 175.
- Roberson, Q. M., Collins, C. J., & Oreg, S. (2005). The Effects Of Recruitment Message Specificity On Applicant Attraction To Organizations. *Journal of Business and Psychology*. 19 (3): 319-339.
- Roongrerngsuke, S., & Liefoghe, A. (2013). Attracting Gold-Collar Workers: Comparing Organizational Attractiveness And Work-Related Values Across Generations In China, India And Thailand. *Asia Pacific Business Review*. 19 (3), 337–355.
- 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.
- Sambamurthy, V., Bharadwaj, A., & Grover, V. (2003). Shaping Agility through Digital Options: Reconceptualizing the Role of Information Technology in Contemporary Firms. *MIS Quarterly* 27 (2):237-263.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A skill-Building Approach 6th ed.* UK: Wiley.
- 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.
- Smaiziene, I., & Jucevicius, R. (2009). Corporate reputation: Multidisciplinary Richness and Search for a Relevant Definition. *Commerce of Engineering Decisions*. 2 :91-101.
- Tracey, N.P. (2014). Corporate Reputation And Financial Performance: Underlying Dimensions Of Corporate Reputation And Their Relation To Sustained Financial Performance. School of Management, QUT Business School Queensland University of Technology Brisbane, Australia.
- Walker, K. (2010). A Systematic Review Of The Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, And Theory. *Corporate Reputation Review*. 12 (4): 357-387.
- Wartick, S. (2002). Measuring Reputation: Definition And Data. *Business Society*. 41(4): 371-392.
- Zikmund, W.G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods*, Eighth Ed. Australia: SouthWestern Cengage Learning.

LAMPIRAN

- Lampiran I. Kuesioner Penelitian.
- Lampiran II. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner *Empat*.
- Lampiran III. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Reputasi Perusahaan.
- Lampiran IV. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Keinginan Melamar.
- Lampiran V. Demografi Responden.
- Lampiran VI. Data Uji Regresi Hirarki.
- Lampiran VII. Uji Regresi Linear Daya Tarik Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar.
- Lampiran VIII. Uji Regresi Linear Daya Tarik Perusahaan Terhadap Reputasi Perusahaan.
- Lampiran IX. Uji Regresi Linear Reputasi Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar.
- Lampiran X. Uji Regresi Linear Berganda Daya Tarik Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar.

Lampiran I. Kuesioner Penelitian.

Yogyakarta, 6 November 2015

Mahasiswa/ Mahasiswi Teknik Informatika yang terhormat. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk kepentingan penyelesaian tugas akhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa **Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar.**

Saya memohon Anda bersedia untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang saya berikan pada kuesioner ini. Tanggapan atau jawaban yang Anda berikan sangat penting dan terjaga kerahasiaannya.

Atas perhatian dan waktu yang Anda berikan, saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Wawan Setiawan

HP: 085293143369

E-mail:

wawan.atmojo@gmail.com

Identitas Responden

Petunjuk:

Silahkan Anda melengkapi identitas diri Anda dengan cara memberi tanda centang (✓) pada salah satu kotak dari beberapa jawaban yang tersedia. Informasi yang Anda berikan hanya digunakan untuk penelitian dan terjaga kerahasiaannya.

1. Jenis Kelamin?

Laki- Laki

Perempuan

2. Pada tahun berapa Anda dilahirkan?

Tahun _____

3. Program studi yang diambil?

4. Angkatan (Tahun masuk kuliah)?

Tahun _____

Bagian 1:

Perusahaan manakah yang akan menjadi pilihan saudara untuk bekerja?

Berikut ini adalah daftar nama perusahaan yang telah peneliti sediakan. Anda diminta untuk memilih salah satu perusahaan dengan memberikan tanda silang (X) pada kotak yang tersedia. Apabila perusahaan yang menjadi pilihan Anda tidak ada, silahkan tulis nama perusahaan pada tempat yang tersedia.

- PT. Bank Mandiri Tbk
- PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk
- PT. Bank Central Asia Tbk
- PT. Bank Victoria International Tbk
- PT. Aneka Tambang Tbk
- PT. Semen Indonesia Tbk
- PT. Wijaya Karya Beton Tbk
- PT. Elnusa Tbk
- PT. Pertamina
- PT. Angkasa PuraII
- PT. Pupuk Kalimantan Timur

- Lain- lain:(silahkan tulis)

Bagian 2

Pada bagian ini Anda diminta untuk memberikan tanggapan pada pernyataan yang ada. Berilah tanggapan dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia disebelah kanan setiap pernyataan. Jawaban yang tersedia adalah Angka 1- 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak penting (STP)
- 2 = tidak penting (TP)
- 3 = ragu- ragu (R)
- 4 = penting (P)
- 5 = sangat penting (SP)

Mengapa Anda memilih perusahaan tersebut sebagai tempat untuk bekerja- Seberapa pentingkah bagi Anda hal- hal dibawah ini ketika memilih perusahaan tersebut sebagai tempat bekerja?

	Pernyataan	S T P	T P	R	P	S P
1	Memperoleh apresiasi dari manajemen perusahaan.	1	2	3	4	5
2	Lingkungan kerja yang menyenangkan.	1	2	3	4	5
3	Sebagai batu loncotan untuk pekerjaan dimasa mendatang.	1	2	3	4	5
4	Perasaan yang baik mengenai dirimu sendiri karena bekerja di perusahaan tersebut.	1	2	3	4	5
5	Merasakan lebih percaya diri karena bekerja pada perusahaan tersebut.	1	2	3	4	5
6	Memperoleh peningkatan karir.	1	2	3	4	5
7	Berhubungan baik dengan atasan.	1	2	3	4	5
8	Berhubungan baik dengan teman kerja.	1	2	3	4	5
9	Teman kerja yang memberikan dukungan dan dorongan pada Anda.	1	2	3	4	5
10	Bekerja dalam lingkungan yang menggairahkan (penuh semangat).	1	2	3	4	5
11	Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang inovatif (menerapkan praktik pekerjaan yang baru/ berpikir kedepan).	1	2	3	4	5
12	Perusahaan tersebut menghargai dan menggunakan kreativitas Anda.	1	2	3	4	5
13	Perusahaan tersebut menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas.	1	2	3	4	5
14	Perusahaan tersebut menghasilkan produk dan jasa yang inovatif.	1	2	3	4	5
15	Kesempatan promosi (kenaikan jabatan) yang baik dalam perusahaan.	1	2	3	4	5
16	Perusahaan yang berperikemanausiaan- memberikan kembalian pada masyarakat.	1	2	3	4	5
17	Kesempatan untuk menerapkan apa yang telah Anda pelajari pada lembaga tersier.	1	2	3	4	5

18	Kesempatan untuk mengajarkan pada orang lain mengenai apa yang telah anda pelajari.	1	2	3	4	5
19	Penerimaan dan memiliki.	1	2	3	4	5
20	Perusahaan berorientasi pada konsumen.	1	2	3	4	5
21	Memperoleh jaminan kerja dalam organisasi.	1	2	3	4	5
22	Mengalami menjabat di lintas departemen (departemen yang berbeda).	1	2	3	4	5
23	Lingkungan kerja yang bahagia.	1	2	3	4	5
24	Memberikan standar gaji diatas rata- rata.	1	2	3	4	5
25	Memberikan paket kompensasi yang menarik.	1	2	3	4	5

Bagian 3

Bagaimana penilaian Anda terhadap perusahaan yang telah dipilih tersebut berdasarkan pernyataan di bawah ini?

Berilah jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia disebelah kanan setiap pernyataan. Jawaban yang tersedia adalah Angka 1- 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak setuju (STS)
- 2 = tidak setuju (TS)
- 3 = ragu- ragu (R)
- 4 = setuju (S)
- 5 = sangat setuju (SS)

Pernyataan		S	T	R	S	S
		T	S			S
		S				
1	Saya memiliki perasaan yang baik tentang perusahaan tersebut.	1	2	3	4	5
2	Saya mengagumi dan menghormati perusahaan tersebut.	1	2	3	4	5
3	Saya percaya perusahaan tersebut.	1	2	3	4	5
4	Perusahaan tersebut mendukung produk dan jasanya.	1	2	3	4	5
5	Perusahaan tersebut mengembangkan produk dan jasa yang inovatif.	1	2	3	4	5
6	Perusahaan tersebut menawarkan produk dan jasa yang berkualitas tinggi.	1	2	3	4	5
7	Perusahaan tersebut menawarkan produk dan jasa yang sesuai dengan harganya.	1	2	3	4	5
8	Perusahaan tersebut memiliki kepemimpinan yang baik.	1	2	3	4	5
9	Perusahaan tersebut memiliki visi yang jelas untuk masa depannya.	1	2	3	4	5
10	Perusahaan tersebut mengenali dan memanfaatkan keunggulan peluang pasar.	1	2	3	4	5
11	Perusahaan tersebut dikelola dengan baik.	1	2	3	4	5
12	Perusahaan tersebut sepertinya merupakan perusahaan yang baik	1	2	3	4	5

	untuk bekerja.					
13	Perusahaan tersebut sepertinya merupakan perusahaan yang akan memiliki karyawan yang baik.	1	2	3	4	5
14	Perusahaan tersebut mendukung sebab yang baik.	1	2	3	4	5
15	Perusahaan tersebut bertanggungjawab secara sosial.	1	2	3	4	5
16	Perusahaan tersebut memelihara standar yang tinggi dalam memperlakukan karyawan.	1	2	3	4	5
17	Perusahaan tersebut memiliki rekam jejak perolehan keuntungan (laba) yang kuat.	1	2	3	4	5
18	Perusahaan tersebut sepertinya memiliki investasi yang beresiko rendah.	1	2	3	4	5
19	Perusahaan tersebut cenderung lebih baik dari kompetitor.	1	2	3	4	5
20	Perusahaan tersebut merupakan perusahaan dengan prospek pertumbuhan dimasa depan yang kuat.	1	2	3	4	5

Bagian 4

Pada bagian ini, saudara diminta untuk memberikan jawaban berupa tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia disebelah kanan setiap pernyataan.

Sangat Tidak Setuju (STS)
 Tidak Setuju (TS)
 Ragu- Ragu (R)
 Setuju (S)
 Sangat Setuju (SS)

Berdasarkan penilaian Anda terhadap perusahaan tersebut, apakah yang Anda lakukan?

Pernyataan		STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan menerima tawaran pekerjaan dari perusahaan tersebut					
2	Saya akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai pilihan pertama					
3	Jika perusahaan tersebut mengundang saya untuk wawancara pekerjaan, saya akan datang					
4	Saya akan menggunakan usaha terbaik saya untuk bekerja diperusahaan tersebut					
5	Saya akan merekomendasikan perusahaan ini pada teman yang sedang mencari pekerjaan.					

----- Terimakasih -----

Lampiran II. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner *EmpAt*

a. Data

N O	Nomor Pernyataan																									Tot EA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	1	2	3	1	2	4	2	2	3	1	2	3	4	1	61
2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	92
3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	2	4	2	4	5	3	5	4	5	104
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	1	4	4	4	5	5	5	5	111
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	108
6	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	5	4	4	4	3	93
7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	112
8	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	5	4	89
9	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	112
10	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	1	4	4	4	97
11	4	4	4	4	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	93
12	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	102
13	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	108
14	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	94
15	5	5	1	2	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	107
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	111
17	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	106
18	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5	111
19	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	118
20	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	115
21	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	125
22	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	115
23	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	117
24	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	5	5	5	115
25	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	107
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	107
27	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	104
28	5	3	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	2	4	3	3	3	4	4	5	5	102
29	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	5	101
30	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	113

b. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Empat

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

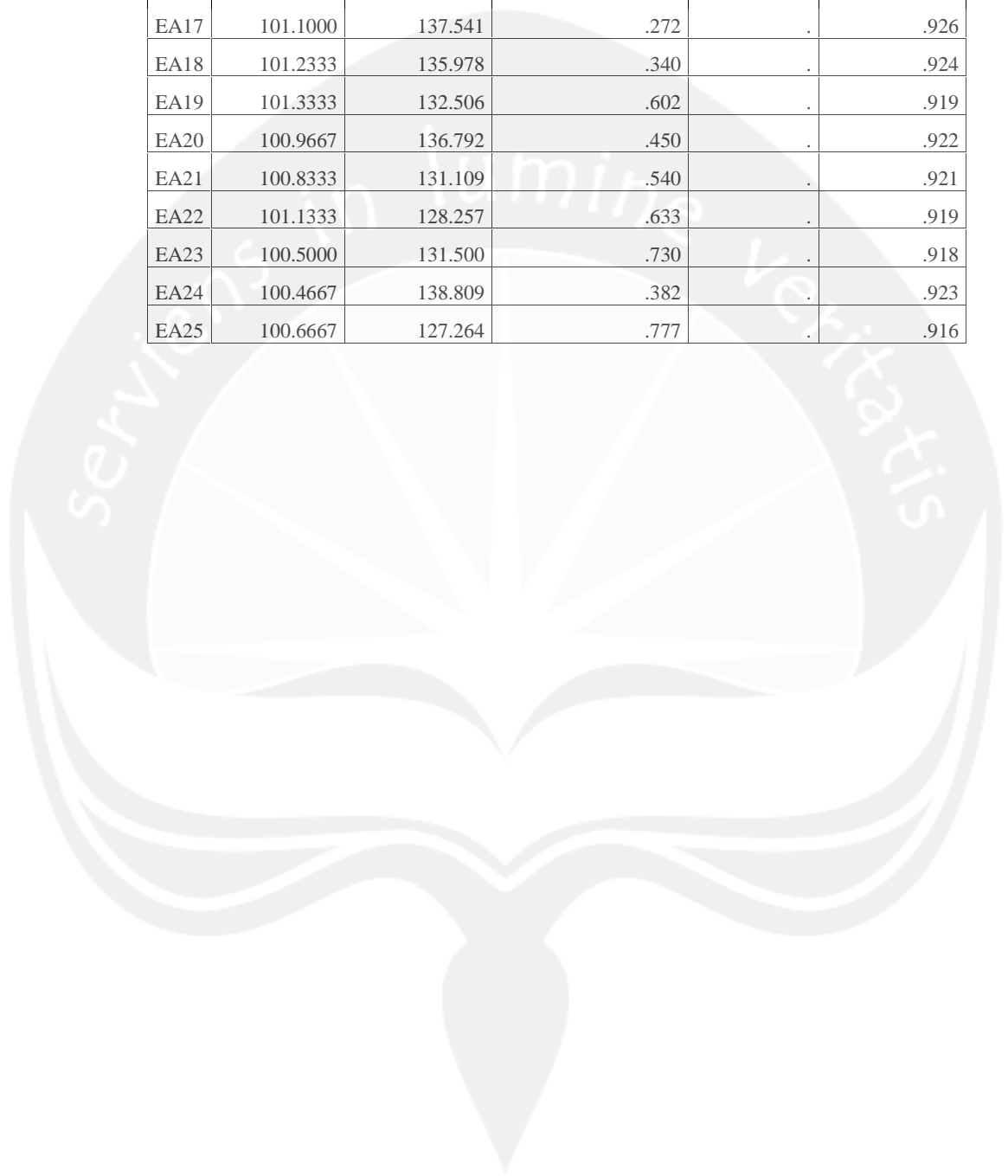
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.923	.927	25

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.200	3.667	4.567	.900	1.245	.065	25

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EA1	101.0333	137.206	.272	.	.926
EA2	100.4333	135.357	.585	.	.920
EA3	100.8667	136.740	.320	.	.925
EA4	100.8667	134.051	.504	.	.921
EA5	100.8667	133.637	.526	.	.921
EA6	100.6667	136.782	.502	.	.921
EA7	100.8333	131.385	.638	.	.919
EA8	100.4667	135.361	.646	.	.920
EA9	100.7000	134.838	.596	.	.920
EA10	100.5000	129.845	.781	.	.917
EA11	100.6667	135.126	.523	.	.921
EA12	100.7333	126.961	.807	.	.916
EA13	100.5000	132.397	.727	.	.918

EA14	100.6667	136.782	.502	.	.921
EA15	100.9333	126.754	.722	.	.917
EA16	101.0333	131.757	.604	.	.919
EA17	101.1000	137.541	.272	.	.926
EA18	101.2333	135.978	.340	.	.924
EA19	101.3333	132.506	.602	.	.919
EA20	100.9667	136.792	.450	.	.922
EA21	100.8333	131.109	.540	.	.921
EA22	101.1333	128.257	.633	.	.919
EA23	100.5000	131.500	.730	.	.918
EA24	100.4667	138.809	.382	.	.923
EA25	100.6667	127.264	.777	.	.916



Lampiran III. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Reputasi Perusahaan

a. Data

NO	Nomor Pernyataan																				Tot rep
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	2	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	4	4	2	1	3	2	3	1	4	47
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	77
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	4	4	4	5	5	3	2	2	2	73
4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	90
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	90
6	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	74
7	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	87
8	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	2	2	4	70
9	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
10	4	3	3	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	82
11	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
12	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	5	78
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	96
14	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	75
15	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	94
16	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	5	5	87
17	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	91
18	3	5	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5	3	5	83
19	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	90
20	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	97
21	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	1	3	5	65
22	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	77
23	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	96
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	96
25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	80
26	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	3	3	4	5	83
27	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	77
28	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	78
29	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	5	80
30	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	84

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Reputasi Perusahaan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.932	20

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.107	3.600	4.500	.900	1.250	.047	20

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
REP1	77.9667	102.033	.737	.	.926
REP2	78.1667	99.247	.736	.	.925
REP3	78.0667	102.616	.659	.	.927
REP4	78.0667	103.168	.716	.	.926
REP5	78.0000	100.069	.713	.	.926
REP6	77.9000	101.817	.680	.	.926
REP7	77.9000	102.921	.649	.	.927
REP8	78.1333	101.913	.750	.	.925
REP9	77.9667	104.930	.503	.	.930
REP10	78.0333	101.482	.676	.	.926
REP11	77.7667	106.323	.463	.	.930
REP12	77.6333	107.964	.519	.	.930
REP13	77.9667	106.654	.421	.	.931

REP14	77.9000	102.852	.755	.	.926
REP15	78.4000	101.766	.580	.	.929
REP16	78.1000	104.576	.546	.	.929
REP17	78.0667	102.409	.600	.	.928
REP18	78.5333	100.809	.568	.	.929
REP19	78.2667	98.685	.728	.	.925
REP20	77.7000	107.597	.343	.	.933



Lampiran IV. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Keinginan Melamar

a. Data

No	Nomor pernyataan					Tot IA
	1	2	3	4	5	
1	5	4	4	3	2	18
2	5	5	5	4	4	23
3	4	4	5	5	2	20
4	5	5	5	5	2	22
5	5	3	4	5	4	21
6	5	3	5	5	5	23
7	5	5	5	5	5	25
8	4	2	4	4	4	18
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	5	5	4	22
11	5	4	5	4	4	22
12	5	3	4	4	4	20
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	4	5	24
17	5	5	5	5	5	25
18	1	1	1	1	1	5
19	5	4	5	5	4	23
20	4	3	4	5	3	19
21	3	2	4	3	3	15
22	4	3	4	4	3	18
23	5	4	5	5	4	23
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	3	3	4	3	4	17
27	4	3	5	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	4	3	4	4	3	18
30	5	5	5	5	3	23

b. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Keinginan Melamar

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.917	5

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.227	3.867	4.533	.667	1.172	.102	5

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IA1	16.6667	11.609	.851	.748	.872
IA2	17.2333	10.737	.764	.647	.891
IA3	16.6000	11.972	.881	.798	.870
IA4	16.7667	11.702	.799	.711	.881
IA5	17.2667	11.720	.620	.399	.923

Lampiran V. Demografi Responden

a. Jenis kelamin responden

	Jumlah	Persentase
Laki-laki	145	70.7 %
Perempuan	60	29.3%
Total	205	100.0

b. Tahun kelahiran responden

Tahun	Jumlah	Persentase
1989	1	.5 %
1991	2	1.0%
1992	4	2.0%
1993	13	6.3%
1994	49	23.9%
1995	60	29.3%
1996	55	26.8%
1997	19	9.3%
1998	1	.5%
1999	1	.5%
Total	205	100.0

c. Tahun masuk kuliah

Tahun	Jumlah	Persentase
2007	1	.5
2010	1	.5
2011	3	1.5
2012	49	23.9
2013	68	33.2
2014	53	25.9
2015	30	14.6
Total	205	100.0

d. Perusahaan pilihan responden

Nama Perusahaan	Jumlah	Persentase
Accenture	2	1.0
Alphabet	1	.5
Angkasa Pura II	13	6.3
ANTAM	4	2.0
Astra	2	1.0

Astra Honda	1	.5
Astra International	3	1.5
Bank Indonesia	1	.5
Bank Mandiri	36	17.6
BCA	22	10.7
Brandesa	1	.5
BRI	18	8.8
BVI	4	2.0
Chevron	2	1.0
Facebook	1	.5
Freeport	1	.5
Gamatecho	1	.5
Gameloft	2	1.0
Gas Tangguh LNG	1	.5
google	11	5.4
Jaya Raya	1	.5
Kompas Gramedia	1	.5
KREON	1	.5
KURIO	1	.5
Microsoft	2	1.0
Net mediatama	2	1.0
PERKASA Jaya	1	.5
Pertamina	51	24.9
PIXAR	1	.5
PT Darta	2	1.0
Pupuk Kaltim	3	1.5
Rekayasa Industri	1	.5
Schlumberger	1	.5
Semen indonesia	3	1.5
Sinar mas	2	1.0
Studio infinite	1	.5
Telkom	3	1.5
UBISOFT	1	.5
Total	205	100.0

e. Nilai rata-rata respon responden setiap indikator.

Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
DAYA TARIK	106.3512	8.5705	82	125
REPUTASI	84.5756	8.35548	55	100
KEINGINAN_MELAMAR	21.9805	2.21837	16	25

Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
EA1-apresiasi manajemen	4.2293	.63487	2.00	5.00
EA2-lingkungan menyenangkan	4.4780	.69010	1.00	5.00
EA3-batu loncatan	4.0341	.74347	2.00	5.00
EA4-perasaan yang baik pada diri	4.1268	.72322	2.00	5.00
EA5-lebih percaya diri	4.2244	.75303	1.00	5.00
EA6- peningkatan karir	4.4195	.62592	2.00	5.00
EA7- hubungan baik dengan atasan	4.3951	.72421	1.00	5.00
EA8-hubungan baik dengan teman kerja	4.5512	.56322	3.00	5.00
EA9-dukungan dari teman	4.3561	.64552	2.00	5.00
EA10-lingkungan yang penuh semangat	4.4537	.59742	3.00	5.00
EA11-perusahaan yang inovatif	4.3220	.67429	3.00	5.00
EA12-menghargai kreativitas	4.2927	.70863	2.00	5.00
EA13-produk dan jasa berkualitas	4.3707	.69248	1.00	5.00
EA14-produk dan jasa inovatif	4.3171	.68022	1.00	5.00
EA15-promosi jabatan	4.2049	.73229	2.00	5.00
EA16- perusahaan berperikemanusiaan	4.2976	.74376	1.00	5.00
EA17-menerapkan keahlian pada lembaga tersier	3.9366	.67944	2.00	5.00
EA18- mengajarkan pada orang lain	4.0390	.74652	1.00	5.00
EA19- penerimaan dan memiliki	3.8585	.69627	1.00	5.00
EA20- berorientasi pada konsumen	4.0341	.73017	2.00	5.00
EA21-jaminan kerja	4.3902	.61349	2.00	5.00
EA22- menjabat lintas departemen	3.7707	.79281	1.00	5.00
EA23- lingkungan yang bahagia	4.4537	.58078	3.00	5.00
EA24- standar gaji diatas rata-rata	4.4488	.65197	2.00	5.00
EA25-paket kompensasi yang menarik	4.3463	.60395	2.00	5.00
DAYA TARIK	106.3512	8.57056	82.00	125.00
REP1- perasaan yang baik pada perusahaan	4.2780	.62289	2.00	5.00
REP2- mengagumi dan menghormati perusahaan	4.1902	.71941	2.00	5.00

REP3-percaya pada perusahaan	4.2000	.62935	2.00	5.00
REP4-perusahaan yang mendukung produk dan jasanya	4.2439	.62546	2.00	5.00
REP5- produk dan jasa yang inovatif	4.2878	.67162	2.00	5.00
REP6- menawarkan produk berkualitas tinggi	4.2976	.70311	2.00	5.00
REP7- produk yang sesuai dengan harga	4.1854	.77635	1.00	5.00
REP8- kepemimpinan yang baik	4.2927	.64336	3.00	5.00
REP9-visi yang jelas	4.4000	.66125	1.00	5.00
REP10- memanfaatkan peluang pasar	4.3171	.66565	2.00	5.00
REP11- dikelola dengan baik	4.3415	.67916	2.00	5.00
REP12-perusahaan yang baik	4.3805	.55272	2.00	5.00
REP13-perusahaan dengan karyawan yang baik	4.1415	.65266	2.00	5.00
REP14- mendukung sebab yang baik	4.0878	.68032	2.00	5.00
REP15-bertanggung jawab secara sosial	4.1463	.70575	1.00	5.00
REP16- standar yang tinggi dalam memperlakukan karyawan	4.3659	.62450	3.00	5.00
REP17-rekam jejak laba yang kuat	4.3073	.68470	2.00	5.00
REP18-memiliki investasi beresiko rendah	3.7122	.84604	1.00	5.00
REP19-lebih baik dari kompetitor	4.0195	.75382	2.00	5.00
REP20-prospek pertumbuhan yang baik.	4.3805	.65050	2.00	5.00
REPUTASI	84.5756	8.35548	55.00	100.00
IA1- menerima tawaran pekerjaan	4.6049	.55570	3.00	5.00
IA2-perusahaan sebagai pilihan pertama	4.0976	.81664	1.00	5.00
IA3-datang jika diundang wawancara	4.5024	.57415	3.00	5.00
IA4-berusaha sebaiknya untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut	4.6146	.51714	3.00	5.00
IA5- merekomendasikan perusahaan pada orang lain	4.1610	.76597	1.00	5.00
KEINGINAN_MELAMAR	21.9805	2.21837	16.00	25.00

30	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	10	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	8	7	4	4	5	4	4	2	1	
31	4	5	4	4	2	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	10	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	7	9	5	4	4	4	4	2	1
32	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	10	9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	8	0	5	4	4	4	4	2	1		
33	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	8	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	7	5	4	4	5	4	2	1	
34	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	11	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	2	5	4	5	5	4	3	2
35	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	11	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	8	0	5	3	4	4	4	2	0	
36	3	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	2	3	2	5	5	5	5	4	10	6	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	8	5	5	3	5	5	5	2	3		
37	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	10	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	7	2	5	3	5	5	3	2	1		
38	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	11	0	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	7	4	3	3	4	4	4	1	8				
39	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	11	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	9	8	5	5	5	5	4	2	4			
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	10	2	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	9	4	5	5	5	5	2	5
41	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9	9	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	0	4	4	4	4	4	2	0		
42	3	5	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	3	8	6	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	7	1	4	3	3	4	4	1	8				
43	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	10	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	9	0	5	3	4	5	4	2	1		
44	2	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	10	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	8	5	4	4	4	5	5	2	2		
45	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	3	2	2	5	3	3	10	6	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	9	0	5	3	4	5	3	2	0					

96	3	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	10	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	6	7	3	3	4	3	4	1		
97	4	5	3	2	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	9	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	6	7	4	4	4	5	4	2	
98	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	0	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	8	8	5	5	5	5	5	2		
99	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	1	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	5	3	3	4	3	5	3	3	4	7	1	4	4	4	4	3	1
100	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	2	4	4	3	4	5	5	7	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	8	2	3	3	3	4	5	1
101	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	5	5	1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	8	9	5	5	5	5	4	2		
102	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	1	3	2	3	5	5	3	3	3	4	2	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	7	4	5	5	5	5	2
103	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	8	8	5	5	5	5	2		
104	4	3	5	4	1	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	9	3	3	3	4	5	5	1	4	1	3	3	3	3	2	3	5	5	4	5	5	7	0	5	1	5	5	5	2	
105	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	0	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	8	9	4	4	4	4	0		
106	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	8	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	8	3	4	4	4	0			
107	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	0	5	5	5	4	3	2	
108	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7	9	5	4	4	5	3			
109	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	0	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	9	0	4	3	4	4	9			
110	4	5	5	4	2	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	4	9	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	8	8	5	5	5	5	2	
111	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	9	4	5	5	5	5	2	

Lampiran VII. Uji Regresi Linear Daya Tarik Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DAYA_TARIK ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.403 ^a	.162	.158	2.03517
a. Predictors: (Constant), DAYA_TARIK				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.115	1	163.115	39.382	.000 ^b
	Residual	840.807	203	4.142		
	Total	1003.922	204			
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR						
b. Predictors: (Constant), DAYA_TARIK						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.885	1.774		6.136	.000		
	DAYA_TARIK	.104	.017	.403	6.275	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR								

Collinearity Diagnostics ^a					
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	DAYA_TARIK
1	1	1.997	1.000	.00	.00
	2	.003	24.919	1.00	1.00
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR					

Lampiran VIII. Uji Regresi Linear Daya Tarik Perusahaan Terhadap Reputasi Perusahaan

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DAYA_TARIK ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: REPUTASI			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.379	6.58443
a. Predictors: (Constant), DAYA_TARIK				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5441.071	1	5441.071	125.501	.000 ^b
	Residual	8801.007	203	43.355		
	Total	14242.078	204			
a. Dependent Variable: REPUTASI						
b. Predictors: (Constant), DAYA_TARIK						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.490	5.739		3.570	.000		
	DAYA_TARIK	.603	.054	.618	11.203	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: REPUTASI								

Collinearity Diagnostics ^a					
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	DAYA_TARIK
1	1	1.997	1.000	.00	.00
	2	.003	24.919	1.00	1.00

a. Dependent Variable: REPUTASI



Lampiran IX. Uji Regresi Linear Reputasi Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	REPUTASI ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 ^a	.233	.229	1.94757
a. Predictors: (Constant), REPUTASI				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.936	1	233.936	61.675	.000 ^b
	Residual	769.986	203	3.793		
	Total	1003.922	204			
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR						
b. Predictors: (Constant), REPUTASI						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.141	1.387		8.033	.000		
	REPUTASI	.128	.016	.483	7.853	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR								

Collinearity Diagnostics ^a					
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	REPUTASI
1	1	1.995	1.000	.00	.00
	2	.005	20.343	1.00	1.00
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR					

Lampiran X. Uji Regresi Linear Berganda Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan Terhadap Keinginan Melamar.

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	REPUTASI, DAYA_TARIK ^b		Enter
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.501 ^a	.251	.243	1.92967	2.092
a. Predictors: (Constant), REPUTASI, DAYA_TARIK					
b. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.750	2	125.875	33.804	.000 ^b
	Residual	752.172	202	3.724		
	Total	1003.922	204			
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR						
b. Predictors: (Constant), REPUTASI, DAYA_TARIK						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.828	1.734		5.092	.000		
	DAYA_TARIK	.044	.020	.169	2.187	.030	.618	1.618
	REPUTASI	.100	.021	.378	4.879	.000	.618	1.618
a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR								

Residuals Statistics^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.3391	24.3464	21.9805	1.11089	205
Residual	-6.46246	3.87692	.00000	1.92019	205
Std. Predicted Value	-3.278	2.130	.000	1.000	205
Std. Residual	-3.349	2.009	.000	.995	205

a. Dependent Variable: KEINGINAN_MELAMAR

