

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Yasmine Arrassy
1202018043

Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja Dengan Reputasi Perusahaan sebagai Faktor Moderator Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Melamar Kerja dengan Reputasi Perusahaan sebagai faktor moderator. Penelitian ini didesain sebagai *explanatory research*. Populasi penelitian ini adalah angkatan kerja di wilayah Jakarta Utara dengan jumlah sample 126 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Analisis data menggunakan *Metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Perusahaan dan Penggunaan Media Sosial memiliki kesesuaian (fit) yang besar ($GoF = 0,421$) untuk dijadikan model yang dapat memprediksi pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Melamar Kerja dengan reputasi Perusahaan sebagai faktor mediator ($Q^2 = 0,503$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) daya tarik perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja (2) penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja (3) reputasi perusahaan sebagai variabel moderator berperan untuk memperkuat pengaruh daya tarik perusahaan terhadap minat melamar kerja. daya tarik perusahaan dan penggunaan media sosial masing masing berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja ($p\text{-value} < 0,05$). Reputasi perusahaan menjadi faktor moderator yang mempengaruhi daya tarik perusahaan ($p\text{-value} < 0,05$). Dalam sudut pandang islam, daya tarik perusahaan dianjurkan untuk memberikan manfaat kebaikan kepada calon karyawan dan penggunaan media sosial sebagai media menyebarkan kebaikan dan mendapatkan pahala dari Allah SWT dengan reputasi perusahaan mengedepankan kepercayaan dan nilai nilai sosial sehingga mempunyai tanggung jawab secara islami.

Kata Kunci: Daya Tarik Perusahaan, Penggunaan Media Sosial, Minat Melamar Kerja, Reputasi Perusahaan

ABSTRACT

**Faculty of Economics and Business
Program Studi S-1 Manajemen
2022**

**Yasmine Arrassy
1202018043**

the influence of company attractiveness and use of social media on interest in applying for jobs, with company reputation as a moderating factor and Viewed from an Islamic Perspective

Abstract

This study aims to analyze the effect of company attractiveness and use of social media on interest in applying for work with company reputation as a moderating factor. This research is designed as explanatory research. The population of this study is the workforce in North Jakarta with a sample size of 126 respondents. Data were collected using a questionnaire instrument. Data analysis using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results showed that the attractiveness of the company and the use of social media had a great fit ($GoF = 0.421$) to be used as a model that could predict the effect of corporate attractiveness and the use of social media on interest in applying for work with the company's reputation as a mediator factor ($Q^2 = 0.503$). The results of this study indicate that: (1) the attractiveness of the company has a positive effect on the interest in applying for work (2) the use of social media has a positive effect on the interest in applying for a job (3) the reputation of the company as a moderating variable plays a role in strengthening the influence of the attractiveness of the company on the interest in applying for a job. The attractiveness of the company and the use of social media each have a positive effect on interest in applying for work (p -value < 0.05). The reputation of the company is a moderating factor that affects the attractiveness of the company (p -value < 0.05). From an Islamic point of view, the attractiveness of the company is to provide benefits to prospective employees and the use of social media as a medium for spreading goodness and getting rewards from Allah SWT with the company's reputation promoting trust and social values so that it has Islamic responsibility.

Keywords: company attractiveness, use of social media, interest in applying for work, company reputation