

## 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Profil PT Tancorp Abadi Nusantara

PT Tancorp Abadi Nusantara atau yang biasa dikenal dengan Tancorp berdiri pada tahun 2015 dan dibawah oleh Hermanto Tanoko. PT Tancorp Abadi Nusantara memiliki visi dan misi untuk mensejahterakan rakyat Indonesia dan membangun Indonesia menjadi lebih baik. PT Tancorp Abadi Nusantara adalah perusahaan induk terbesar di Indonesia yang membawahi 8 *Sub Holding* perusahaan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Tanrise merupakan perusahaan di bidang *property* dengan produk seperti: perkantoran, pergudangan, apartement, dan perumahan. Kedua adalah Tanly yang merupakan perusahaan dibidang perhotelan. Beberapa hotel yang dimiliki oleh Tanly diantaranya adalah Vasa hotel, Solaris hotel, dan Cleo hotel. Ketiga merupakan Tanbiz perusahaan yang bergerak dibidang industri bahan bangunan dan plastik. Produk yang paling terkenal di masyarakat Indonesia adalah Cat tembok Avian dari PT Avia Avian. Keempat yaitu Tanobel yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *food and beverage* (fnb). Produk yang dihasilkan oleh Tanobel adalah air dalam kemasan dengan merek Cleo yang dibuat melalui standar internasional dan bersertifikat ISO 9001. Kelima adalah Tanlife, perusahaan di bidang kesehatan dan kecantikan yang memiliki 8 merek perusahaan salah satunya adalah produk kecantikan Avione. Keenam adalah Tanworld merupakan perusahaan bisnis jaringan yang didalamnya memiliki banyak produk: Depo Bangun, Moorlife, Minimal, dan lain sebagainya. Ketujuh adalah Tanlink, perusahaan yang bergerak dibidang distribusi sistem logistik. Kedelapan adalah Tanbright yang merupakan sekolah menengah kejuruan dan bernama SMK Tanoko. SMK ini didirikan untuk membantu anak yatim piatu berwirausaha dan meningkatkan kualitas hidupnya.

Berdasarkan uraian deskripsi penelitian diatas, peneliti memilih calon karyawan yang akan belum pernah maupun sudah pernah melakukan pelamaran di PT Tancorp Abadi Nusantara sebagai penelitian.

### 4.2 Profil Responden

Profil responden menunjukkan karakteristik atas usia, pendidikan terakhir, jenis kelamin, dan pengalaman pelamaran kerja. Pengambilan data telah dilakukan dengan cara menyebarkan link kuesioner melalui media sosial Instagram dan Whatsapp kepada teman, keluarga, dan rekan kerja di tempat magang. Penyebaran link kuesioner dilakukan dalam rentang waktu 1 minggu. Total responden yang telah didapatkan setelah menyebar kuesioner

adalah 116 orang. Setelah responden terpenuhi peneliti melakukan pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS. Peneliti melakukan proses pengolahan data selama 2 hari. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan penelitian dari penulis.

#### 4.2.1 Frekuensi Pengalaman Pelamaran Kerja di PT Tancorp Abadi Nusantara

Tabel 4.1

Pengalaman Pelamaran Kerja di PT Tancorp Abadi Nusantara

| Pengalaman Pelamaran Kerja | Frekuensi | Persentase |
|----------------------------|-----------|------------|
| Belum                      | 97        | 83,6%      |
| Pernah                     | 19        | 16,4%      |
| Total                      | 116       | 100%       |

Sumber: Lampiran Profil Responden

Pada tabel 4.2.1 diatas mendeskripsikan bahwa frekuensi orang yang pernah melamar kerja di PT Tancorp Abadi Nusantara sebanyak 19 orang (16,4%) dan 97 orang lainnya (83,6%) belum pernah melamar di PT Tancorp Abadi Nusantara dengan total frekuensi responden 116 orang (100%).

#### 4.2.2 Usia

Tabel 4.2

Usia

| Usia        | Frekuensi | Presentase |
|-------------|-----------|------------|
| 18-22 tahun | 77        | 66,4%      |
| 23-27 tahun | 39        | 33,6%      |
| Total       | 116       | 100%       |

Sumber: Lampiran Profil Responden

Pada tabel 4.2.2 diatas mendeskripsikan bahwa identitas usia responden mayoritas di umur 18-22 tahun sebanyak 77 orang (66,4%), dan usia 23-27 tahun sebanyak 39 orang (33,6%) dengan total frekuensi responden 116 orang (100%).

#### 4.2.3 Pendidikan terakhir

Tabel 4.3

Pendidikan Terakhir

| Pendidikan Terakhir | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
|---------------------|-----------|------------|

|         |     |       |
|---------|-----|-------|
| SMA/SMK | 54  | 46,6% |
| S1      | 57  | 49,1% |
| D3      | 5   | 4,3%  |
| Total   | 116 | 100%  |

Sumber: Lampiran Profil Responden

Pada tabel 4.2.3 diatas mendeskripsikan bahwa pendidikan terakhir responden mayoritas adalah lulusan pendidikan S1 sebanyak 57 orang (49,1%), SMA/SMK sebanyak 54 orang (46,6%), dan D3 sebanyak 5 orang (4,3%) dengan total frekuensi responden 116 orang (100%).

#### 4.2.4 Jenis Kelamin

Tabel 4.4

Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|---------------|-----------|------------|
| Pria          | 40        | 34,5%      |
| Wanita        | 76        | 65,5%      |
| Total         | 116       | 100%       |

Sumber: Lampiran Profil Responden

Pada tabel 4.2.4 di atas mendeskripsikan bahwa jenis kelamin responden didominasi oleh wanita sebanyak 76 orang (65,5%) dan pria sebanyak 40 orang (34,5%) dengan total frekuensi responden 116 orang (100%).

#### 4.2.5 Tabulasi Silang Pengalaman Pelamaran Kerja dan Jenis Kelamin

Tabel 4.5

Tabulasi Silang Pengalaman Pelamaran Kerja dan Jenis Kelamin

| Pengalaman Pelamaran kerja Jenis Kelamin | Pria | Persentase | Wanita | Persentase |
|------------------------------------------|------|------------|--------|------------|
| Belum                                    | 38   | 32,76%     | 59     | 50,86%     |
| Pernah                                   | 2    | 1,72%      | 17     | 14,66%     |
| Total                                    | 40   | 34,48%     | 76     | 65,52%     |

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa tabulasi silang antara jenis kelamin dan pengalaman pelamaran kerja pada pria yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebesar

38 responden (32,76%), pria yang pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 2 responden (1,72%) dengan total responden pria sebanyak 40 responden (34,48%). Sedangkan untuk wanita yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 59 orang (50,86%), wanita yang pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 17 responden (14,66%) dengan total responden wanita 76 orang (65,52%).

#### 4.2.6 Tabulasi Silang Pengalaman Pelamaran Kerja dan Usia

Tabel 4.6

Tabulasi Silang Pengalaman Pelamaran Kerja dan Usia

| Pengalaman Pelamaran Kerja Usia | 18-22 tahun | Persentase | 23-27 tahun | Persentase |
|---------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|
| Belum                           | 66          | 56,90%     | 31          | 26,72%     |
| Pernah                          | 11          | 9,48%      | 8           | 6,90%      |
| Total                           | 77          | 66,38%     | 39          | 33,62%     |

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa tabulasi silang antara usia dan pengalaman pelamaran kerja pada responden berumur 18-22 tahun yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebesar 66 responden (56,90%), responden berumur 18-22 tahun yang pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 11 responden (9,48%) dengan total responden berumur 18-22 tahun sebanyak 77 responden (66,38%). Sedangkan untuk responden berumur 23-27 tahun yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 31 orang (26,72%), responden yang berumur 23-27 tahun yang pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 8 responden (6,90%) dengan total responden berumur 23-27 tahun sebanyak 39 orang (33,62%).

#### 4.2.7 Tabulasi Silang Pengalaman Pelamaran Kerja dan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.7

Tabulasi Silang Pengalaman Pelamaran Kerja dan Pendidikan Terakhir

| Pengalaman Pelamaran Kerja Pendidikan Terakhir | SMA/ SMK | Persentase | S1 | Persentase | D3 | Persentase |
|------------------------------------------------|----------|------------|----|------------|----|------------|
| Belum                                          | 50       | 43,10%     | 42 | 36,21%     | 5  | 4,31%      |
| Pernah                                         | 4        | 3,45%      | 15 | 12,93 %    | 0  | 0          |
| Total                                          | 54       | 46,55%     | 57 | 49,14%     | 5  | 4,31%      |

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa tabulasi silang antara pendidikan terakhir dan pengalaman pelamaran kerja pada responden lulusan SMA/SMK yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebesar 50 responden (43,10%), responden lulusan SMA/SMK yang pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 4 responden (3,45%) dengan total responden lulusan SMA/SMK sebanyak 54 responden (46,55%). Sedangkan untuk responden lulusan S1 yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 42 orang (36,21%), responden lulusan S1 yang pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 15 responden (12,93%) dengan total responden lulusan S1 sebanyak 57 orang (49,14%). Selain itu untuk responden lulusan D3 yang belum pernah melakukan pelamaran kerja sebanyak 5 orang (4,31%) dan tidak ada responden lulusan D3 yang pernah melakukan pelamaran kerja sehingga totalnya 5 responden (4,31%).

#### 4.3 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai jawaban responden secara deskriptif yang menyangkut tentang *employer branding*, *corporate reputation*, *job attractiveness*, *organizational attractiveness*, dan *job pursuit intention* pada 116 responden.

##### 4.3.1 Analisis Deskriptif *Employer Branding*

Menurut Silva & Dias (2023) *employer branding* merupakan upaya perusahaan untuk mendapat manfaat fungsional, ekonomi dan psikologi serta usaha perusahaan untuk menunjukan bakat dari karyawan dan meningkatkan nilai rekrutmen, mempertahankan karyawan terbaik, dan partisipasi perusahaan. Dalam penelitian ini, *employer branding* diukur melalui 13 poin pernyataan, yaitu EB01, EB02, EB03, EB04, EB05, EB06, EB07, EB08, EB09, EB10, EB11, EB12, dan EB13. Hasil analisis deskriptif dari *employer branding* dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8

Analisis Deskriptif Variabel *Employer Branding*

| Item | Pernyataan                                                   | Mean  | Standar Deviasi | Interval Kelas |
|------|--------------------------------------------------------------|-------|-----------------|----------------|
| EB01 | Saya tertarik pada kreativitas di perusahaan                 | 4.120 | 0.828           | Tinggi         |
| EB02 | Saya tertarik pada penerapan kerja inovatif di perusahaan    | 4.290 | 0.697           | Sangat Tinggi  |
| EB03 | Saya tertarik pada peningkatan kualitas produk di perusahaan | 4.310 | 0.771           | Sangat Tinggi  |

|                               |                                                                                           |       |       |               |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|---------------|
| EB04                          | Saya tertarik pada lingkungan kerja yang positif di perusahaan                            | 4.430 | 0.738 | Sangat Tinggi |
| EB05                          | Saya tertarik pada hubungan interpersonal antar rekan kerja di perusahaan                 | 4.260 | 0.867 | Sangat Tinggi |
| EB06                          | Saya tertarik pada hubungan interpersonal dengan atasan di perusahaan                     | 4.070 | 0.897 | Tinggi        |
| EB07                          | Saya merasa daya tarik perusahaan berdasarkan kompensasi                                  | 4.190 | 0.891 | Tinggi        |
| EB08                          | Saya merasa daya tarik perusahaan berdasarkan stabilitas pekerjaan                        | 4.310 | 0.845 | Sangat Tinggi |
| EB09                          | Saya merasa daya tarik perusahaan berdasarkan peluang promosi                             | 4.180 | 0.853 | Tinggi        |
| EB10                          | Saya merasa daya tarik perusahaan karena apresiasi pengembangan karir profesional         | 4.290 | 0.887 | Sangat Tinggi |
| EB11                          | Saya merasa daya tarik perusahaan karena terdapat peluang kerja masa depan                | 4.330 | 0.872 | Sangat Tinggi |
| EB12                          | Saya merasa daya tarik perusahaan untuk pengembangan wawasan pengetahuan yang diperoleh   | 4.330 | 0.775 | Sangat Tinggi |
| EB13                          | Saya merasa daya tarik perusahaan untuk mengaplikasikan wawasan pengetahuan yang dimiliki | 4.270 | 0.823 | Sangat Tinggi |
| <i>Employer Branding (X1)</i> |                                                                                           | 4.260 | 0.826 | Sangat Tinggi |

Sumber: Lampiran Statistik Deskriptif

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas menunjukkan secara keseluruhan nilai rata-rata pada variabel *employer branding* adalah sebesar 4,260 yang mana dapat dikategorikan sangat tinggi. Berikut indikator jawaban paling tinggi pada *employer branding* adalah pada pernyataan mengenai “Saya tertarik pada lingkungan kerja yang positif di perusahaan” dengan *mean* sebesar 4,430 yang merupakan *mean* paling besar dibandingkan indikator lain.

#### 4.3.2 Analisis Deskriptif *Corporate Reputation*

Reputasi perusahaan merupakan gambaran daya tarik suatu perusahaan dari tindakan di masa lampau untuk bersaing maju di masa yang akan datang bagi seluruh karyawan perusahaan (Cifuentes & Leon, 2014). Dalam penelitian ini, *corporate reputation* diukur melalui 17 poin pernyataan, yaitu CR01, CR02, CR03, CR04, CR05, CR06, CR07, CR08, CR09, CR10, CR11, CR12, CR13, CR14, CR15, CR16, dan CR17. Hasil analisis deskriptif dari *corporation reputation* dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9

Analisis Deskriptif Variabel *Corporate Reputation*

| Item | Pernyataan                                                                      | Mean  | Standar Deviasi | Interval Kelas |
|------|---------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|----------------|
| CR01 | Saya merasa perusahaan memiliki kondisi keuangan baik                           | 4.120 | 0.852           | Tinggi         |
| CR02 | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi nilai kreativitas yang baik            | 4.170 | 0.749           | Tinggi         |
| CR03 | Saya merasa perusahaan memiliki hubungan antar karyawan yang baik               | 4.030 | 0.842           | Tinggi         |
| CR04 | Saya merasa perusahaan memiliki hubungan antar karyawan dengan atasan yang baik | 4.120 | 0.875           | Tinggi         |
| CR05 | Saya merasa perusahaan memiliki kualitas manajerial yang baik                   | 4.190 | 0.796           | Tinggi         |
| CR06 | Saya merasa perusahaan memiliki kapasitas kemampuan manajerial yang baik        | 4.210 | 0.840           | Sangat Tinggi  |

|                                  |                                                                                    |       |       |               |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|---------------|
| CR07                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi kepemimpinan yang baik                    | 4.100 | 0.819 | Tinggi        |
| CR08                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi bisnis yang baik                          | 4.260 | 0.730 | Sangat Tinggi |
| CR09                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi etika yang baik                           | 4.190 | 0.845 | Tinggi        |
| CR10                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi budaya yang baik                          | 4.270 | 0.773 | Sangat Tinggi |
| CR11                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi corporate social responsibility yang baik | 4.190 | 0.902 | Tinggi        |
| CR12                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi produk yang baik                          | 4.330 | 0.708 | Sangat Tinggi |
| CR13                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi jasa yang baik                            | 4.260 | 0.808 | Sangat Tinggi |
| CR14                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi nilai integrasi yang baik                 | 4.320 | 0.760 | Sangat Tinggi |
| CR15                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi yang baik                                 | 4.300 | 0.768 | Sangat Tinggi |
| CR16                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi inovasi yang baik                         | 4.220 | 0.807 | Sangat Tinggi |
| CR17                             | Saya merasa perusahaan memiliki reputasi daya saing yang baik                      | 4.260 | 0.743 | Sangat Tinggi |
| <i>Corporate Reputation (X3)</i> |                                                                                    | 4.208 | 0.801 | Sangat Tinggi |

Sumber: Lampiran Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai rata-rata pada variabel *corporate reputation* adalah sebesar 4,208 yang mana dapat dikategorikan sangat



tinggi. Hal ini berarti reputasi perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seorang generasi Z melamar kerja di PT Tancorp Abadi Nusantara. Berikut adalah indikator jawaban memiliki mean paling tinggi pada *corporate reputation* adalah pada pernyataan mengenai “Saya merasa perusahaan memiliki reputasi produk yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 4,330 yang merupakan nilai rata-rata paling tinggi dibandingkan indikator lainnya.

#### 4.3.3 Analisis Deskriptif *Job Attractiveness*

*Job attractiveness* merupakan pandangan seseorang mengenai suatu pekerjaan seberapa menarik dan menantang serta memberikan kepuasan atas pencapaian yang akan diraih seorang calon pelamar (Bogan et al., 2020). *Job attractiveness* diukur melalui beberapa poin pernyataan (3) yaitu JA 01, JA02, dan JA03. Hasil analisis deskriptif dari *job attractiveness* dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10

Analisis Deskriptif Variabel *Job Attractiveness*

| Item                    | Pernyataan                                                           | Mean  | Standar Deviasi | Interval Kelas |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|----------------|
| JA01                    | Saya merasa pekerjaan di perusahaan ini sangat menarik               | 4.240 | 0.789           | Sangat Tinggi  |
| JA02                    | Saya ingin bekerja jangka panjang di perusahaan ini                  | 4.010 | 0.889           | Tinggi         |
| JA03                    | Saya memiliki pandangan positif terhadap pekerjaan di perusahaan ini | 4.210 | 0.864           | Sangat Tinggi  |
| Job Attractiveness (X2) |                                                                      | 4.153 | 0.847           | Tinggi         |

Sumber: Lampiran Statistik Deskriptif

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai rata-rata pada variabel *job attractiveness* adalah sebesar 4,153 yang mana dapat dikategorikan sangat tinggi. Berikut merupakan indikator jawaban yang paling tinggi pada *job attractiveness* adalah “Saya merasa pekerjaan di perusahaan ini sangat menarik” dengan *mean* 4,240 memiliki arti responden merasa jika pekerjaan yang ditawarkan oleh perusahaan sangat menarik.

#### 4.3.4 Analisis Deskriptif *Organizational Attractiveness*

Smith, Bauer, & Cable (2021) mendefinisikan *organizational attractiveness* adalah *organizational attractiveness* adalah pandangan seseorang terhadap suatu organisasi atau perusahaan mengenai keinginan sebagai tempat bekerja. *Organizational attractiveness* diukur

melalui beberapa poin pernyataan (5) yaitu OA01, OA02, OA03, OA04, dan OA05. Hasil analisis deskriptif dari *organizational attractiveness* dapat dilihat di tabel 4.11.

Tabel 4.11

Analisis Deskriptif Variabel *Organizational Attractiveness*

| Item                                      | Pernyataan                                                     | Mean  | Standar Deviasi | Interval Kelas |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------|-----------------|----------------|
| OA01                                      | Saya merasa perusahaan ini akan menjadi tempat kerja yang baik | 4.230 | 0.786           | Sangat Tinggi  |
| OA02                                      | Saya merasa ingin ada perusahaan seperti ini di komunitas saya | 4.070 | 0.803           | Tinggi         |
| OA03                                      | Saya merasa ingin bekerja di perusahaan ini                    | 4.130 | 0.808           | Tinggi         |
| OA04                                      | Saya merasa perusahaan ini peduli dengan karyawannya           | 4.060 | 0.947           | Tinggi         |
| OA05                                      | Saya merasa perusahaan ini sangat menarik                      | 4.170 | 0.849           | Tinggi         |
| <i>Organizational Attractiveness (X4)</i> |                                                                | 4.132 | 0.839           | Tinggi         |

Sumber: Lampiran Statistik Deskriptif

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan *mean* variabel *organizational attractiveness* adalah sebesar 4,132 yang mana dapat dikategorikan tinggi. Indikator jawaban paling tinggi pada *organizational attractiveness* adalah pernyataan mengenai “Saya merasa perusahaan ini sangat menarik” dengan nilai rata-rata sebesar 4,170. Hal ini berarti responden merasa bahwa PT Tancorp Abadi Nusantara merupakan perusahaan yang menarik.

#### 4.3.5 Analisis Deskriptif *Job Pursuit Intention*

*Job pursuit intention* menggambarkan niat pelamar kerja dalam proses perekrutan agar pencari kerja tertarik pada pekerjaan dalam bentuk atribut instrumental dan simbolis calon pembeli kerja (Ngoc, Dung, Rowley, & Bach, 2022) Dalam penelitian ini *job pursuit intention* diukur melalui 6 poin pernyataan yaitu JPI01, JPI02, JPI03, JPI04, JPI05, dan JPI06. Hasil dari analisis deskripsi dari *job pursuit intention* dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12

Analisis Deskriptif Variabel *Job Pursuit Intention*

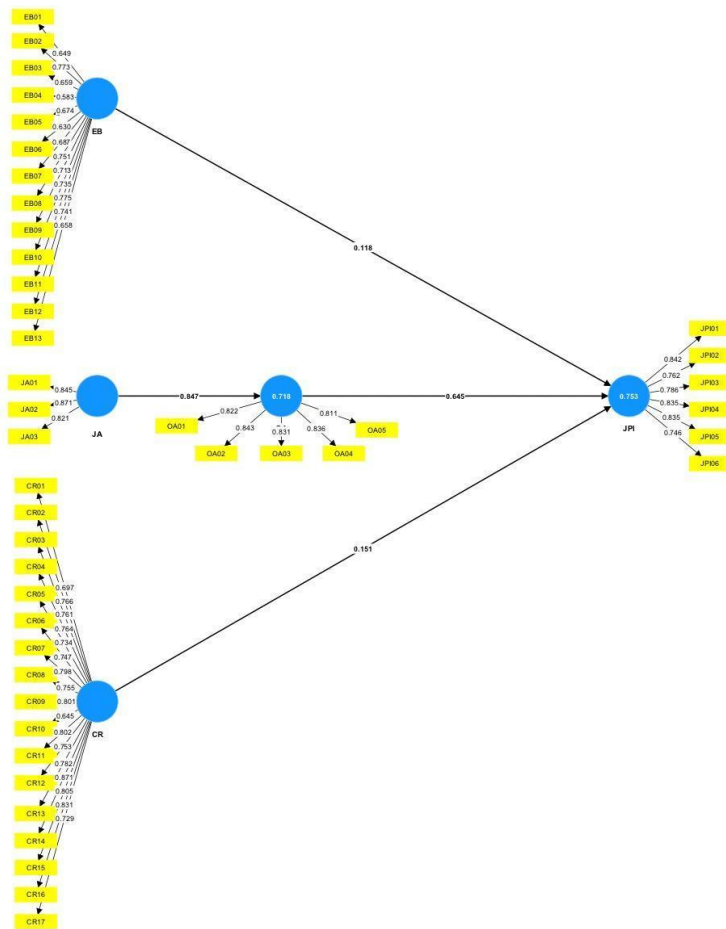
| Item                             | Pernyataan                                                                                                      | Mean  | Standar Deviasi | Interval Kelas |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|----------------|
| JPI01                            | Saya merasa akan menyetujui tawaran pekerjaan dari perusahaan ini                                               | 4.170 | 0.801           | Tinggi         |
| JPI02                            | Saya merasa akan mengajukan pertanyaan mengenai informasi perusahaan                                            | 4.170 | 0.801           | Tinggi         |
| JPI03                            | Saya merasa ingin berbicara dengan perwakilan perusahaan, jika perusahaan melakukan kunjungan kampus (Job Fair) | 4.190 | 0.845           | Tinggi         |
| JPI04                            | Saya merasa akan berusaha dalam memperoleh interview dengan perusahaan                                          | 4.200 | 0.800           | Sangat Tinggi  |
| JPI05                            | Saya merasa akan giat dalam memperoleh posisi pekerjaan di perusahaan                                           | 4.270 | 0.786           | Sangat Tinggi  |
| JPI06                            | Saya merasa akan mencari booth perusahaan, jika perusahaan berpartisipasi dalam acara Job Fair                  | 4.150 | 0.899           | Tinggi         |
| <i>Job Pursuit Intention (Y)</i> |                                                                                                                 | 4.196 | 0.826           | Tinggi         |

Sumber: Lampiran Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai rata-rata pada variabel *job pursuit intention* adalah sebesar 4,196 yang mana dapat dikategorikan tinggi. Berikut merupakan indikator jawaban yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi pada *job pursuit intention* adalah “Saya merasa akan giat dalam memperoleh posisi pekerjaan di perusahaan” dengan nilai rata-rata sebesar 4,270 yang merupakan mean tertinggi dibanding indikator lainnya. Hal ini berarti responden akan bersungguh-sungguh dan giat dalam memperoleh pekerjaan atau posisi di perusahaan PT Tancorp Abadi Nusantara.

#### 4.4 Outer Model

Uji outer model digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas variabel konstruk yang terdiri dari variabel dependen dan independen dengan indikator-indikatornya. Dari hasil penelitian yang diolah menggunakan SmartPLS 4.0 dengan bagan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil Diagram *Path PLS Algorithm*

#### 4.4.1 Validitas Konvergen

*Convergent validity* yang bertujuan untuk mengukur *convergent validity* dengan menggunakan nilai *outer loading*. Suatu indikator dikatakan memenuhi *convergent validity* jika memiliki nilai *outer loading* > 0,5. Berikut adalah pengolahan data pertama berdasarkan 5 variabel dengan jumlah 44 pernyataan:

Tabel 4.13

#### *Outer Loading*

|      | CR    | EB | JA | JPI | OA |
|------|-------|----|----|-----|----|
| CR01 | 0.697 |    |    |     |    |
| CR02 | 0.766 |    |    |     |    |
| CR03 | 0.761 |    |    |     |    |
| CR04 | 0.764 |    |    |     |    |
| CR05 | 0.734 |    |    |     |    |

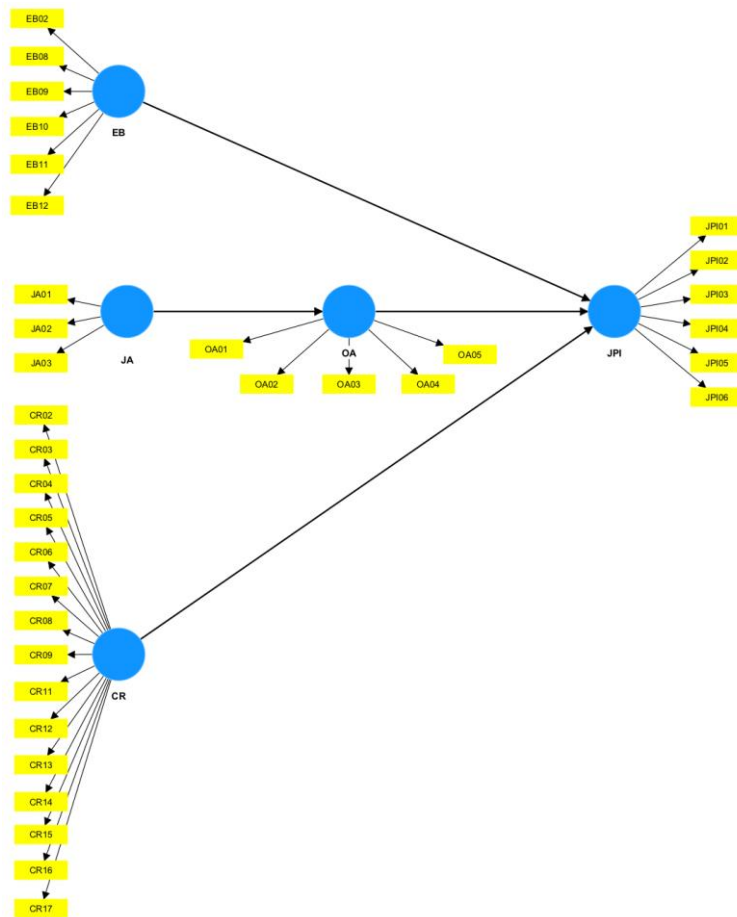
|      |       |       |       |  |  |
|------|-------|-------|-------|--|--|
| CR06 | 0.747 |       |       |  |  |
| CR07 | 0.798 |       |       |  |  |
| CR08 | 0.755 |       |       |  |  |
| CR09 | 0.801 |       |       |  |  |
| CR10 | 0.645 |       |       |  |  |
| CR11 | 0.802 |       |       |  |  |
| CR12 | 0.753 |       |       |  |  |
| CR13 | 0.782 |       |       |  |  |
| CR14 | 0.871 |       |       |  |  |
| CR15 | 0.805 |       |       |  |  |
| CR16 | 0.831 |       |       |  |  |
| CR17 | 0.729 |       |       |  |  |
| EB01 |       | 0.649 |       |  |  |
| EB02 |       | 0.773 |       |  |  |
| EB03 |       | 0.659 |       |  |  |
| EB04 |       | 0.583 |       |  |  |
| EB05 |       | 0.674 |       |  |  |
| EB06 |       | 0.630 |       |  |  |
| EB07 |       | 0.687 |       |  |  |
| EB08 |       | 0.751 |       |  |  |
| EB09 |       | 0.713 |       |  |  |
| EB10 |       | 0.735 |       |  |  |
| EB11 |       | 0.775 |       |  |  |
| EB12 |       | 0.741 |       |  |  |
| EB13 |       | 0.658 |       |  |  |
| JA01 |       |       | 0.845 |  |  |
| JA02 |       |       | 0.871 |  |  |

|       |  |  |       |       |       |
|-------|--|--|-------|-------|-------|
| JA03  |  |  | 0.821 |       |       |
| JPI01 |  |  |       | 0.842 |       |
| JPI02 |  |  |       | 0.762 |       |
| JPI03 |  |  |       | 0.786 |       |
| JPI04 |  |  |       | 0.835 |       |
| JPI05 |  |  |       | 0.835 |       |
| JPI06 |  |  |       | 0.746 |       |
| OA01  |  |  |       |       | 0.822 |
| OA02  |  |  |       |       | 0.843 |
| OA03  |  |  |       |       | 0.831 |
| OA04  |  |  |       |       | 0.836 |
| OA05  |  |  |       |       | 0.811 |

Sumber: Lampiran Hasil PLS

*Convergent validity* dari model pengukuran data dari korelasi antara skor item/instrumen dengan skor konstruksinya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap instrumen > 0,7. Berdasarkan pengolahan data pertama terdapat 9 instrument yang tidak valid (<0,7) yaitu CR01, CR10, EB01, EB03, EB04, EB05, EB06, EB07, EB13 dan selebihnya valid (>0,7). Variabel *Corporate Reputation* terdapat 2 instrumen yang tidak valid (<0,7) yaitu CR01 dan CR10 dan selebihnya valid (>0,7). Variabel *Employer Branding* terdapat 7 instrumen yang tidak valid (<0,7) yaitu EB01, EB03, EB04, EB05, EB06, EB07, EB13 dan selebihnya valid (>0,7). Variabel *Job Attractiveness*, *Job Pursuit Intention*, dan *Organizational Attractiveness* semua instrumen valid (<0,7). Sehingga nilai *loading factor* yang <0.7 harus dieliminasi atau dihapus dari model.

Agar memenuhi *convergent validity* yang dipersyaratkan, yaitu dengan nilai instrumen lebih dari 0,7. Sehingga dilakukan pengolahan data yang kedua dengan mengeliminasi instrumen yang <0.7. Berikut ini adalah gambar 4.2 dan tabel 4.13.



Gambar 4.3 *Output outer model* tahap II  
Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 4.14

*Outer loading*

|      | CR    | EB | JA | JPI | OA |
|------|-------|----|----|-----|----|
| CR02 | 0.763 |    |    |     |    |
| CR03 | 0.756 |    |    |     |    |
| CR04 | 0.765 |    |    |     |    |
| CR05 | 0.736 |    |    |     |    |
| CR06 | 0.750 |    |    |     |    |
| CR07 | 0.800 |    |    |     |    |
| CR08 | 0.754 |    |    |     |    |
| CR09 | 0.791 |    |    |     |    |

|       |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| CR11  | 0.799 |       |       |       |       |
| CR12  | 0.766 |       |       |       |       |
| CR13  | 0.790 |       |       |       |       |
| CR14  | 4.874 |       |       |       |       |
| CR15  | 0.808 |       |       |       |       |
| CR16  | 0.841 |       |       |       |       |
| CR17  | 0.738 |       |       |       |       |
| EB02  |       | 0.771 |       |       |       |
| EB08  |       | 0.759 |       |       |       |
| EB09  |       | 0.768 |       |       |       |
| EB10  |       | 0.804 |       |       |       |
| EB11  |       | 0.837 |       |       |       |
| EB12  |       | 0.748 |       |       |       |
| JA01  |       |       | 0.845 |       |       |
| JA02  |       |       | 0.871 |       |       |
| JA03  |       |       | 0.821 |       |       |
| JPI01 |       |       |       | 0.842 |       |
| JPI02 |       |       |       | 0.761 |       |
| JPI03 |       |       |       | 0.787 |       |
| JPI04 |       |       |       | 0.836 |       |
| JPI05 |       |       |       | 0.835 |       |
| JPI06 |       |       |       | 0.746 |       |
| OA01  |       |       |       |       | 0.822 |
| OA02  |       |       |       |       | 0.843 |
| OA03  |       |       |       |       | 0.831 |
| OA04  |       |       |       |       | 0.836 |
| OA05  |       |       |       |       | 0.811 |



Sumber: Lampiran Hasil PLS

Berdasarkan hasil pengolahan data yang kedua, dengan mengeliminasi beberapa instrumen yang tidak valid ( $<0.7$ ) maka nilai instrumen-instrumen di atas sudah memenuhi kriteria yaitu  $>0.7$ .

Berdasarkan tabel 4.14 pada variabel *Corporate Reputation*, nilai CR14 memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 0,874 yang memiliki pernyataan “Saya merasa perusahaan memiliki reputasi nilai integrasi yang baik.” Pada variabel *Employer Branding*, nilai EB11 memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 0,837 yang memiliki pernyataan “Saya merasa daya tarik perusahaan karena terdapat peluang kerja masa depan”. Pada variabel *Job Attractiveness*, nilai JA02 memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 0,871 yang memiliki pernyataan “Saya ingin bekerja jangka panjang di perusahaan ini”. Variabel *Job Pursuit Intention* dengan nilai JPI01 memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 0,842 yang memiliki pernyataan “Saya merasa akan menyetujui tawaran pekerjaan di perusahaan ini”. Dan pada variabel *Organizational Attractiveness*, nilai OA02 memiliki *loading factor* tertinggi sebesar 0,842 yang memiliki pernyataan “Saya merasa ingin ada perusahaan seperti ini di komunitas saya”.

Selanjutnya uji validitas konvergen juga dapat dilihat dari skor AVE. Skor AVE yang dianggap valid atau signifikan harus  $> 0,5$ . Pada tabel 4.6 dapat dilihat skor AVE tiap variabel yang ada dalam penelitian ini dan semua variabel tersebut dinyatakan valid atau signifikan jika semua nilai AVE pada tabel 4.6 lebih dari 0,5.

Tabel 4.15

Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

| Variabel                             | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> |
|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| <i>Corporate Reputation</i>          | 0.613                                   |
| <i>Employer Branding</i>             | 0.611                                   |
| <i>Job Attractiveness</i>            | 0.716                                   |
| <i>Job Pursuit Intention</i>         | 0.643                                   |
| <i>Organizational Attractiveness</i> | 0.687                                   |

Sumber: Lampiran Hasil PLS

#### **4.4.1.1 Discriminant Validity**

Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa tiap indikator pada suatu variabel laten memiliki skor loading yang lebih tinggi dibanding dengan indikator pada variabel lain. Hal ini berarti bahwa model ini dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4.16

*Nilai Cross Loading*

|      | CR    | EB    | JA    | JPI   | OA    |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| CR02 | 0.763 | 0.626 | 0.667 | 0.597 | 0.651 |
| CR03 | 0.756 | 0.569 | 0.575 | 0.611 | 0.631 |
| CR04 | 0.765 | 0.507 | 0.622 | 0.629 | 0.700 |
| CR05 | 0.736 | 0.447 | 0.642 | 0.589 | 0.624 |
| CR06 | 0.750 | 0.460 | 0.625 | 0.605 | 0.652 |
| CR07 | 0.800 | 0.592 | 0.687 | 0.581 | 0.685 |
| CR08 | 0.754 | 0.556 | 0.532 | 0.519 | 0.608 |
| CR09 | 0.791 | 0.562 | 0.542 | 0.612 | 0.581 |
| CR11 | 0.799 | 0.613 | 0.559 | 0.659 | 0.689 |
| CR12 | 0.766 | 0.549 | 0.558 | 0.562 | 0.647 |
| CR13 | 0.790 | 0.590 | 0.577 | 0.549 | 0.586 |
| CR14 | 0.874 | 0.628 | 0.662 | 0.639 | 0.674 |
| CR15 | 0.808 | 0.559 | 0.656 | 0.645 | 0.625 |
| CR16 | 0.841 | 0.603 | 0.651 | 0.655 | 0.702 |
| CR17 | 0.738 | 0.550 | 0.574 | 0.611 | 0.605 |
| EB02 | 0.631 | 0.771 | 0.502 | 0.531 | 0.578 |
| EB08 | 0.587 | 0.759 | 0.474 | 0.549 | 0.519 |
| EB09 | 0.473 | 0.768 | 0.410 | 0.453 | 0.499 |
| EB10 | 0.557 | 0.804 | 0.548 | 0.564 | 0.575 |
| EB11 | 0.558 | 0.837 | 0.505 | 0.566 | 0.586 |
| EB12 | 0.548 | 0.748 | 0.413 | 0.440 | 0.447 |
| JA01 | 0.728 | 0.534 | 0.845 | 0.689 | 0.698 |
| JA02 | 0.678 | 0.579 | 0.871 | 0.771 | 0.795 |
| JA03 | 0.563 | 0.429 | 0.821 | 0.623 | 0.646 |

|       |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| JPI01 | 0.688 | 0.627 | 0.735 | 0.842 | 0.727 |
| JPI02 | 0.615 | 0.512 | 0.603 | 0.761 | 0.622 |
| JPI03 | 0.624 | 0.603 | 0.625 | 0.787 | 0.718 |
| JPI04 | 0.676 | 0.539 | 0.719 | 0.836 | 0.712 |
| JPI05 | 0.571 | 0.500 | 0.679 | 0.835 | 0.699 |
| JPI06 | 0.544 | 0.406 | 0.601 | 0.746 | 0.630 |
| OA01  | 0.704 | 0.619 | 0.693 | 0.713 | 0.822 |
| OA02  | 0.639 | 0.462 | 0.758 | 0.701 | 0.843 |
| OA03  | 0.721 | 0.599 | 0.687 | 0.769 | 0.831 |
| OA04  | 0.663 | 0.598 | 0.693 | 0.694 | 0.836 |
| OA05  | 0.688 | 0.575 | 0.678 | 0.666 | 0.811 |

Sumber: Lampiran Hasil PLS

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa semua indikator memiliki cross loading terbesar pada dimensi dan variabelnya dibandingkan pada dimensi atau variabel lainnya. Dengan demikian bisa dikatakan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dalam menyusun dimensi atau variabel masing-masing.

#### 4.4.1.2 Uji Reliabilitas

Dalam model analisis PLS, metode *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu variabel. Sedangkan untuk mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu variabel dapat menggunakan metode *composite reliability*. Nilai minimum yang diterima oleh *cronbach's alpha* dan *composite reliability* adalah 0,7.

Tabel 4.17

Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

| Variabel                             | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> |
|--------------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| <i>Corporate Reputation</i>          | 0.955                   | 0.956                        |
| <i>Employer Branding</i>             | 0.873                   | 0.877                        |
| <i>Job Attractiveness</i>            | 0.802                   | 0.811                        |
| <i>Job Pursuit Intention</i>         | 0.889                   | 0.892                        |
| <i>Organizational Attractiveness</i> | 0.886                   | 0.887                        |

Sumber: Lampiran Hasil PLS

Pada tabel 4.17 dapat dilihat *cronbach's alpha* dari variabel *Corporate Reputation* adalah sebesar 0,955, variabel *Employer Branding* adalah sebesar 0,873, variabel *Job Attractiveness* adalah sebesar 0,802, variabel *Job Pursuit Intention* adalah sebesar 0,889, dan variabel *Organizational Attractiveness* adalah sebesar 0,886. Sedangkan nilai *composite reliability* dari variabel *Corporate Reputation* adalah sebesar 0,956, variabel *Employer Branding* adalah sebesar 0,877, variabel *Job Attractiveness* adalah sebesar 0,811, variabel *Job Pursuit Intention* adalah sebesar 0,892, dan variabel *Organizational Attractiveness* adalah sebesar 0,887. Semua nilai dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari setiap variabel di atas sudah lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini reliabel atau memiliki tingkat keandalan yang baik.

#### 4.4.2 Inner Model

*Inner model* adalah model struktural yang digunakan untuk melakukan prediksi hubungan antar variabel laten. Uji ini dilakukan untuk mendapatkan nilai T, R, dan Q2. Hasil uji T didapatkan dari proses *bootstrapping* dimana nilai R-square sebesar 0,67 kuat, 0,33 moderat, dan 0,19 lemah dan T dapat diketahui.

##### 4.4.2.1 R-Square

R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.18

Nilai *R-Square*

| Variabel | R-Square |
|----------|----------|
| JPI      | 0.752    |
| OA       | 0.718    |

Sumber: Lampiran Hasil PLS

Pada tabel 4.18 dapat dilihat bahwa pengaruh *Job Attractiveness* terhadap *Organizational Attractiveness* sebesar 0,718. Serta pengaruh *Employer Branding*, *Corporate Reputation*, dan *Job Attractiveness* terhadap *Job Pursuit Intention* adalah sebesar 0,752.

#### 4.4.3 Uji Hipotesis

Tingkat signifikansi dalam melakukan pengujian hipotesis pada *inner model* dilihat dari nilai *P Value* harus  $< 0,05$  dan *T Statistics*  $> 1,96$  agar dapat dinyatakan signifikan.

Tabel 4.19

*Path Coefficients*

| Hipotesis                                                                                      | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T Statistics</i> | <i>P Values</i> | Hasil Uji Hipotesis                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------|-----------------|------------------------------------------|
| Ha1: <i>Employer Branding -&gt; Job Pursuit Intention</i>                                      | 0.100                      | 0.108                  | 0.093                             | 1.075               | 0.283           | H01: Tidak dapat ditolak<br>Ha1: Ditolak |
| Ha2: <i>Corporate Reputation -&gt; Job Pursuit Intention</i>                                   | 0.170                      | 0.179                  | 0.120                             | 1.409               | 0.159           | H01: Tidak dapat ditolak<br>Ha1: Ditolak |
| Ha3: <i>Job Attractiveness -&gt; Organizational Attractiveness</i>                             | 0.847                      | 0.805                  | 0.031                             | 26.978              | 0,000           | H01: Ditolak<br>Ha1: Tidak dapat ditolak |
| Ha4: <i>Organizational Attractiveness -&gt; Job Pursuit Intention</i>                          | 0.647                      | 0.635                  | 0.127                             | 5.115               | 0,000           | H01: Ditolak<br>Ha1: Tidak dapat ditolak |
| Ha5: <i>Job Attractiveness -&gt; Organizational Attractiveness -&gt; Job Pursuit Intention</i> | 0,747                      | 0,725                  | 0,130                             | 16,475              | 0,000           | H01: Ditolak<br>Ha1: Tidak dapat ditolak |

Pada tabel 4.19 dapat dilihat bahwa nilai *P Value* pada *Employer Branding* terhadap *Job Pursuit Intention* memiliki nilai  $> 0,05$  sebesar 0,283 dan *T Statistics*  $> 1,96$  yaitu 1,075 dimana memiliki arti bahwa variabel *Employer Branding* tidak berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention*. Sehingga hipotesis alternatif bahwa *Employer Branding* tidak berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara diterima dan untuk hipotesis yang menyatakan bahwa *Employer Branding* berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara ditolak.

Nilai *P Value* pada *Corporate Reputation* terhadap *Job Pursuit Intention*  $> 0,05$  yaitu 0,159 dan *T Statistics*  $> 1,96$  yaitu 1,409 yang berarti bahwa *Corporate Reputation* tidak berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

hipotesis yang menyatakan *Corporate Reputation* berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara ditolak. Sehingga hipotesis bahwa *Corporate reputation* tidak berpengaruh terhadap *job pursuit intention* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara diterima.

Nilai *P Value* pada *Job Attractiveness* terhadap *Organizational Attractiveness* memiliki nilai  $< 0,05$  yaitu sebesar 0,000 dan *T Statistics*  $> 1,96$  yaitu 26,978 dimana artinya variabel *Job Attractiveness* berpengaruh terhadap *Organizational Attractiveness*. Nilai dari original sample keduanya memiliki nilai yang positif yaitu sebesar 0,847 yang berarti bahwa keduanya saling berpengaruh satu sama lain. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *Job Attractiveness* tidak berpengaruh terhadap *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara ditolak. Sehingga untuk hipotesis bahwa *Job Attractiveness* berpengaruh terhadap *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara dapat diterima.

Nilai *P Value* pada *Organizational Attractiveness* terhadap *Job Pursuit Intention* sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dan *T Statistics*  $> 1,96$  yaitu 5,115 yang berarti bahwa variabel *Organizational Attractiveness* berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *Organizational Attractiveness* berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara dapat diterima. Serta hipotesis yang mengatakan bahwa *Organizational Attractiveness* tidak berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara ditolak.

Nilai *P Value* pada *Job Attractiveness* terhadap *Job Pursuit Intention* melalui mediasi *Organizational Attractiveness* sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dan *T Statistics*  $> 1,96$  yaitu 16,475 yang berarti bahwa variabel *Job Attractiveness* berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* melalui mediasi *Organizational Attractiveness*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *Job Attractiveness* berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* melalui mediasi *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara dapat diterima. Serta hipotesis yang mengatakan bahwa *Job Attractiveness* tidak berpengaruh terhadap *Job Pursuit Intention* melalui mediasi *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara ditolak.

#### **4.5 Pembahasan**

##### **4.5.1 Pengaruh Employer Branding Terhadap Job Pursuit Intention**

Berdasarkan hasil uji penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh *employer branding* terhadap *job pursuit intention* tidak memiliki pengaruh pada generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara. Dengan nilai *outer loading* tertinggi pada *employer branding* terdapat pada indikator EB11 "Saya merasa daya tarik perusahaan karena terdapat peluang kerja masa depan" dengan

nilai 0.837 dan nilai *outer loading* tertinggi pada *job pursuit intention* terdapat pada indikator JPI01 “Saya merasa akan menyetujui tawaran pekerjaan dari perusahaan ini” dengan nilai 0.842. Hal ini dapat terjadi karena lingkungan kerja dan nilai-nilai yang ditanamkan oleh perusahaan kepada karyawannya dan pengenalan nilai-nilai kepada calon karyawannya sangat baik sehingga meningkatkan minat seorang untuk melamar kerja.

#### **4.5.2 Pengaruh Corporate Reputation Terhadap Job Pursuit Intention**

Pada hasil uji penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh *corporate reputation* terhadap *job pursuit intention* tidak memiliki pengaruh pada generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara. Dengan nilai *outer loading* tertinggi pada *corporate reputation* terdapat pada indikator CR14 “Saya merasa perusahaan memiliki reputasi nilai integrasi yang baik” dengan nilai 0.871 dan nilai *outer loading* tertinggi pada *job pursuit intention* terdapat pada indikator JPI01 “Saya merasa akan menyetujui tawaran pekerjaan dari perusahaan ini” dengan nilai 0.842. Hasil ini dikarenakan reputasi perusahaan yang telah dikenal oleh masyarakat mengenai PT Tancorp Abadi Nusantara sudah terbangun baik sehingga membuat masyarakat tidak perlu mempertimbangkannya jika ingin melamar kerja dan akan menyetujui tawaran pekerjaan dari perusahaan.

#### **4.5.3 Pengaruh Job Attractiveness Terhadap Organizational Attractiveness**

Pada hasil uji penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh *job attractiveness* terhadap *organizational attractiveness* memiliki pengaruh pada generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara. Dengan nilai *outer loading* tertinggi pada *job attractiveness* terdapat pada indikator JA02 “Saya ingin bekerja jangka panjang di perusahaan ini” dengan nilai 0.871 dan nilai *outer loading* tertinggi pada *organizational attractiveness* terdapat pada indikator OA02 “Saya merasa ingin ada perusahaan seperti ini di komunitas saya” dengan nilai 0.843. Hal ini dikarenakan perusahaan dapat memberikan banyak keuntungan pada karyawannya sehingga seseorang ingin bekerja jangka panjang di perusahaan dengan melihat perusahaan sebagai tempat kerja yang baik.

#### **4.5.4 Pengaruh Organizational Attractiveness Terhadap Job Pursuit Intention**

Pada hasil uji penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh *organizational attractiveness* terhadap *job pursuit intention* memiliki pengaruh pada generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara. Dengan nilai *outer loading* tertinggi pada *organizational attractiveness* terdapat pada indikator OA02 “Saya merasa ingin ada perusahaan seperti ini di komunitas saya” dengan nilai 0.843 dan nilai *outer loading* tertinggi pada *job pursuit intention* terdapat pada indikator JPI01 “Saya merasa akan menyetujui tawaran pekerjaan dari perusahaan ini” dengan

nilai 0.842. Hal ini dapat terjadi karena pandangan calon karyawan terhadap perusahaan yang baik akan mempengaruhi niat calon karyawan untuk melamar kerja.

#### **4.5.5 Pengaruh Job Attractiveness Terhadap Job Pursuit Intention Melalui Mediasi Organizational Attractiveness**

Pada hasil uji penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh *job attractiveness* terhadap *job pursuit intention* melalui mediasi *organizational attractiveness* menunjukkan bahwa memiliki pengaruh pada generasi Z di PT Tancorp Abadi Nusantara. Dengan nilai *outer loading* tertinggi pada *job attractiveness* terdapat pada indikator JA02 “Saya ingin bekerja jangka panjang di perusahaan ini” dengan nilai 0.871 , nilai *outer loading* tertinggi pada *job pursuit intention* terdapat pada indikator JPI01 “Saya merasa akan menyetujui tawaran pekerjaan dari perusahaan ini” dengan nilai 0.842, *organizational attractiveness* terdapat pada indikator OA02 “Saya merasa ingin ada perusahaan seperti ini di komunitas saya” dengan nilai 0.843 dan. Hal ini dikarenakan banyak keuntungan yang dirasakan karyawan dari perusahaan dan memunculkan rasa ingin bekerja jangka panjang dengan melihat perusahaan sebagai tempat kerja yang baik. Sehingga hal ini juga mempengaruhi niat calon pekerja untuk melamar kerja di perusahaan.