

PENGARUH EMPLOYER BRANDING, REPUTASI PERUSAHAAN DAN WEBSITE RECRUITMENT TERHADAP MINAT BEKERJA DI BANK MANDIRI CABANG DEWI SARTIKA

Misdayanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido Palu. Jl.
Dr. Suharso, Besusu Barat, Palu Timur Kota Palu Sulawesi Tengah
Email: myanti030@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh employer branding, reputasi perusahaan, website Recruitment secara simultan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif verifikatif. Populasi penelitian ini adalah pegawai Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika yang berjumlah 31 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan metode sensus. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa employer branding, reputasi perusahaan dan website Recruitment secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu. Employer branding secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu. Reputasi perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu. Website recruitment secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu.

Kata Kunci: Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Website Recruitment, Minat Bekerja

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Employer Branding, Company Reputation, Website Recruitment simultaneously on Interest in working at Bank Mandiri Dewi Sartika Branch Palu. The type of research used is descriptive verification research. The population of this study was 31 employees of Bank Mandiri Dewi Sartika Branch. The sampling technique used the census method. The data collection techniques used were observation, questionnaires and documentation. The scale used in this study was the Likert scale and the analysis tool used was multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Employer Branding, Company Reputation and Website Recruitment simultaneously have a significant effect on interest in working at Bank Mandiri Dewi Sartika Branch Palu. Employer branding partially has a significant effect on interest in working at Bank Mandiri Dewi Sartika Branch Palu. Company reputation partially has a significant effect on interest in working at Bank Mandiri Dewi Sartika Branch Palu. Website recruitment partially has a significant effect on interest in working at Bank Mandiri Dewi Sartika Branch Palu.

Keywords: *Employer Branding, Company Reputation, Website Recruitment, Interest in Working*

A. PENDAHULUAN

Tren bekerja di industri perbankan dan menjadi pegawai bank masih sangat populer dan diminati oleh banyak lulusan baru sampai saat ini. Di industri perbankan, karyawan yang memiliki keinginan untuk terus bertumbuh biasanya akan didukung, yang mana kesempatan ini nantinya bisa membantu meningkatkan karier ke depannya. Selain itu bekerja di sektor perbankan mampu meningkatkan gengsi. Minat bekerja didasarkan pada informasi yang diperoleh pelamar sehingga pelamar kerja tertarik untuk melamar kerja sesuai dengan kebutuhan. Dengan kebutuhan yang semakin beragam, maka faktor yang dapat mempengaruhi minat bekerja seperti employer branding, reputasi perusahaan dan e-Recruitment.¹

¹ Biswas, M. (2013). Employer Branding: A Human Resource Strategy. New Century branding. Career Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Conference on Management and Behavioral Studies, 723–732.

Employer branding pada dasarnya adalah sebuah konsep yang bisa diterapkan di dalam sebuah perusahaan untuk membuat para pekerja atau karyawan nyaman dan merasa perusahaan tersebut adalah tempat yang baik untuk bekerja. Dalam hal ini, perusahaan harus memberikan keuntungan lebih kepada karyawan atau fasilitas yang dapat mendorong karyawan agar merasa seperti tinggal di rumah sendiri. Employer branding sendiri sebenarnya memiliki dua tujuan. Pertama, employer branding dilakukan untuk membuat karyawan yang bekerja merasa senang bekerja di perusahaan tersebut dan yang kedua bertujuan untuk proses seleksi karyawan baru agar lebih mudah menemukan kandidat terbaik serta mempertahankannya.²

Employer branding juga menunjukkan citra dan reputasi perusahaan yang terbentuk dari sudut pandang rekan kerja dan calon karyawan. Employer branding adalah suatu proses untuk pengelolaan perusahaan hingga mempunyai sebuah reputasi dan citra yang baik. Dalam aktivitasnya, employer branding mempromosikan baik ke dalam dan ke luar perusahaan untuk memberikan pandangan yang jelas tentang perusahaan untuk penggambaran tentang pembeda perusahaan dengan perusahaan lain. Reputasi perusahaan adalah bentuk persepsi, evaluasi atau penilaian konsumen terhadap atribut atau kemampuan perusahaan berdasarkan reaksinya terhadap pemakaian produk dan jasa, pelayanan serta interaksi dan komunikasi dengan perusahaan sehingga membentuk image/citra keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang. Reputasi perusahaan merupakan aset yang tidak nyata (intangible asset).³

² David, H., & Lego, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Development Employee Loyalty Of Bank Indonesia Malang. *Economic and Business*, University of Brawijaya, 2(1).

³ Kurniawan, D. T., & Prameka, A. S. (2022). Apakah Career Website Employer, layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki Least Square (PLS). *Program S3 Ilmu Ekonomi, Program Magister Manajemen Management Review*, 8(1), 103–118.

Reputasi adalah perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi sebuah perusahaan dihasilkan dari akumulasi seluruh kontak yang dilakukan oleh berbagai stakeholdernya dengan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Menurut Al Ansari reputasi perusahaan merupakan persepsi seseorang mengenai suatu citra organisasi/persepsi persepsi ini diciptakan melalui seluruh indra: penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, citra, rasa dan perasaan yang dialami melalui penggunaan produk, pelayanan terhadap konsumen, lingkungan komersil dan komunikasi perusahaan.⁴

Pengelolaan karyawan yang baik berawal dari pengelolaan proses Recruitment yang baik pula.⁵ Suatu proses Recruitment ditujukan untuk menghimpun kumpulan data tentang kandidat-kandidat yang dinilai prospektif untuk diseleksi lebih lanjut.⁶ Setiap organisasi memiliki aturan dan cara tersendiri dalam melakukan penerimaan tenaga kerja. Beberapa perusahaan membuka lowongan pekerjaan berdasarkan referensi dari karyawan dan ada juga yang membuka lowongan pekerjaan dengan menggunakan jasa biro iklan untuk mengumumkan persyaratan-persyaratan utama yang dibutuhkan perusahaan untuk pelamar kerja.

⁴ Al Ansari, M. A. A., Hilal, N., & M, I. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan

⁵ (Mello, J. A. (2015). Strategic Human Resource Management. Salemba Empat. Methods) (Revisi). Alfabeta.

⁶ Alonso, R. (2014). Recruitment and Selection in Organizations. Human Resource.

Web-Recruitment ada karena banyak kendala yang dialami oleh perusahaan ketika menerapkan Recruitment konvensional. *E-Recruitment* sangat menguntungkan antara para pencari kerja dan juga perusahaan. Alur sistem *Web Recruitment* lebih efisien karena didukung database yang handal, informasi tentang pencarian kerja yang up-to-date dan biaya yang relatif lebih murah. Jangkauan penerimaan tenaga kerja baru tidak terbatas pada daerah tertentu saja, melainkan seluruh dunia, dan job seekers di manapun yang dapat mengakses internet. Perubahan dalam sistem penerimaan tenaga kerja secara digital sangat berperan penting dalam era globalisasi dunia, setiap individu bisa mendapatkan kesempatan yang sama untuk bekerja pada suatu perusahaan apabila syarat-syarat yang dibutuhkan terpenuhi.⁷

Recruitment memiliki tujuan strategis yang berfokus pada kebutuhan untuk menarik orang-orang berkualitas tinggi supaya perusahaan bisa memperoleh keuntungan kompetitif dan dapat mencapai tujuan organisasi. Perekrutan yang lebih efektif memungkinkan organisasi untuk menarik pelamar dengan kemampuan yang sesuai dengan harapan organisasi. Tren bekerja di industri perbankan dan menjadi pegawai bank masih sangat populer dan diminati oleh banyak lulusan baru sampai saat ini. Banyak fresh graduate yang mencoba karier pertamanya menjadi pegawai bank karena profesi ini umumnya menerima karyawan dari semua jurusan. Selain itu, posisi yang ditawarkan untuk bekerja di bank sangatlah banyak dan bermacam-macam. Mulai dari front office seperti menjadi *customer service* dan *teller*, *marketing*, hingga program ODP (*Officer Development Program*).⁸

⁷ Kurniawan, D. T., & Prameka, A. S. (2022). Apakah Career Website Employer, layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki Least Square (PLS). Program S3 Ilmu Ekonomi, Program Magister Manajemen Management Review, 8(1), 103–118.

⁸ Nurmansyah. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pengantar. Unilak Organization Of Economy, 3(2), 289 300.

Namun, menurut Chron dalam biasanya karyawan bank memiliki banyak benefit yang menarik. Misalnya, kemudahan bagi karyawan untuk melakukan pinjaman dan mengambil KPR. Selain itu, ada pula tunjangan kesehatan, program pensiun, hingga bonus tahunan dengan jumlah yang menarik. Bekerja di industri perbankan juga memiliki prospek kerja yang menarik dan jenjang karier yang menjanjikan. Apalagi jika mengikuti program seperti ODP, 5 tentunya karier yang cerah akan menunggu. Pasalnya, program ini akan mencetak karyawan-karyawan unggulan yang akan menduduki posisi pimpinan yang ada di bank.⁹ Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan dan Website Recruitment Terhadap Minat bekerja di Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *employer branding*, reputasi perusahaan, website Recruitment secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu?
2. Bagaimana *employer branding*, reputasi perusahaan, *website Recruitment* dan minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu?

C. METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian ini maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. pengertian penelitian deskriptif adalah sebagai berikut¹⁰ : Studi untuk menentukan fakta

⁹ Novadjaja, L. H. (2020). Effect Of Dimenssion Employee Welfare Againts.

¹⁰ Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia.

dengan interpretasi yang tepat, dimana termasuk didalamnya studi untuk melukiskan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena kelompok dan individu, serta studi untuk menentukan frekuensi terjadinya suatu keadaan untuk meminimalkan bias dan memaksimalkan reliabilitas. Sedangkan pengertian penelitian verifikatif “metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis diterima atau ditolak”.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Employer branding Terhadap Minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa employer branding berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja. Menurut Rofi employer branding karyawan merupakan faktor yang paling dominan sehingga employer branding perlu ditingkatkan agar harapan karyawan dapat tercapai dan mendapatkan kepuasan dalam bekerja.¹¹ Hal ini dapat meningkatkan minat bekerja karyawan tersebut. Perusahaan harus memberikan sanksi bagi karyawan yang melanggar aturan dan melakukan pengawasan yang lebih ketat untuk meningkatkan minat bekerja karyawan.

Untuk membantu para karyawan agar dapat bekerja dengan semangat tinggi, memiliki tingkat kedisiplinan yang tinggi dan totalitas dalam mengerjakan setiap pekerjaan yang diberikan guna tercapainya tujuan perusahaan, diperlukan usaha yang keras dari pihak perusahaan dalam pemberdayaan para karyawan mereka misalnya dengan pemberian reputasi perusahaan kerja yang baik kepada karyawan dan penetapan employer branding yang tepat di perusahaan. Dengan dilakukannya hal tersebut diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan minat bekerja para karyawan yang

¹¹Simamora, H. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. STIE YKPN.

ada di instansi tersebut.¹² Keterkaitan antara employer branding terhadap minat bekerja karyawan dikemukakan oleh Singodimendjo menyatakan bahwa: “Semakin baik employer branding seorang karyawan, maka semakin tinggi hasil kerja (minat bekerja) yang akan dicapai”. Berdasarkan hasil deskriptif variabel employer branding diperoleh nilai mean sebesar 4,57. Hal ini berarti rata-rata responden setuju terhadap item pernyataan dalam disiplin.¹³

2. Pengaruh Website Recruitment Terhadap Minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa website Recruitment berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja. Keinginan mewujudkan minat bekerja memerlukan adanya suasana kerja yang mendukung, yaitu adanya nilai-nilai dominan atau budaya organisasi yang disebarluaskan di dalam organisasi perusahaan dan diacu sebagai filosofi kerja pegawai. Nilai-nilai yang dilaksanakan sebagai filosofi dasar akan memberikan arahan bagi kebijakan instansi, pimpinan dan pegawai. Nilai dasar sebagai filosofi menjadi website Recruitment akan melahirkan karakteristik individu dalam berperilaku di dalam perusahaan. Budaya kerja merupakan sekelompok pikiran dasar atau program mental yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi kerja dan kerjasama manusia yang dimiliki oleh suatu golongan masyarakat.¹⁴

Umumnya suatu budaya sangat dipengaruhi lingkungan eksternal dan setiap pegawai mempunyai ciri dan 79 karakteristik budaya masing-masing. Bila website Recruitment sudah baik, maka hal ini dapat mempengaruhi minat bekerja pegawai secara

¹² David, H., & Lego, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Development Employee Loyalty Of Bank Indonesia Malang. *Economic and Business*, University of Brawijaya, 2(1).

¹³ Geofanny, R., & Faraz. (2023). Employer Branding and E Recruitment Against

¹⁴ Femandirianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi,

keseluruhan. minat bekerja tidak lepas dari website Recruitment yang tercermin dari bagaimana pegawai melakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan suatu pekerjaan.¹⁵ Sobirin menyatakan bahwa “Website Recruitment adalah pola keyakinan dan nilai-nilai yang dipahami serta dijiwai (shared) oleh anggota organisasi sehingga pola tersebut memberikan makna tersendiri bagi organisasi bersangkutan dan menjadi dasar aturan berperilaku didalam organisasi”.¹⁶

Efektivitas organisasi dapat ditingkatkan dengan menciptakan budaya yang kuat, yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Robbins organisasi yang berbudaya kuat akan mempengaruhi ciri khas tertentu sehingga dapat memberikan daya tarik bagi individu untuk bergabung. Setelah itu, individu itu dapat berfikir, bertindak dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai organisasi. Kesesuaian antara website Recruitment dengan nilai-nilai yang dimiliki oleh anggota organisasi akan menimbulkan minat bekerja yang baik, sehingga mendorong individu untuk bertahan pada satu perusahaan dan berkarir dalam jangka Panjang.¹⁷ Sedangkan menurut Sutrisno mengungkapkan bahwa budaya yang benar-benar dikelola sebagai alat manajemen akan berpengaruh dan menjadi pendorong bagi karyawan untuk bersikap positif, dedikatif, dan produktif. Nilai-nilai budaya itu tidak tampak, tetapi merupakan kekuatan yang mendorong perilaku untuk menghasilkan efektivitas minat bekerja pegawai.¹⁸

Pengukuran penerapan website Recruitment di Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika dengan cara memberlakukan segenap tata

¹⁵ Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed) Universitas Diponegoro.

¹⁶ Singaparna). Business Management and Entrepreneurship Journal, 2, 104–115.

¹⁷ Sitepu, N. S. (1994). Analisis Jalur (Path Analysis). Jurusan Statistika Universitas Gaja Mada

¹⁸ Padjadjaran. Pengiriman Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Dewi Sartika Palu. Jurnal Actual Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Minat bekerja, 19(2), 257–267.

tertib yang harus ditaati seluruh anggota organisasi tanpa terkecuali. Pemberian sanksi bagi yang melanggar tiap peraturan yang berlaku di Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika maupun peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pegawai negeri sipil. Pemberlakuan peraturan-peraturan ini digunakan sebagai kontrol dan pedoman anggota organisasi khususnya pegawai negeri sipil di Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika dalam bersikap dan bertindak baik di dalam kantor maupun di luar kantor. Kontrol dan pedoman tersebut akan menjadi kebiasaan yang dilakukan masing-masing individu sehingga terbentuklah suatu sikap, nilai-nilai dan norma yang tertanam menjadi sebuah budaya.¹⁹

Salah satu budaya yang diberlakukan di Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika adalah instruksi pimpinan setiap apel pagi. Pemberian instruksi setiap memulai aktivitas yakni diharapkan untuk memulai kerjasama yang baik dalam menyelesaikan pekerjaan. Disamping itu budaya yang kuat yang dipegang oleh pegawai Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika adalah kerjasama antar pegawai. Pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan dikerjakan secara tim. Sehingga beban pekerjaan akan terasa ringan untuk dikerjakan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh employer branding, reputasi perusahaan dan website Recruitment terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari nilai mean menunjukkan bahwa employer branding, reputasi perusahaan dan website recruitment sudah berjalan

¹⁹ Nurmansyah. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pengantar. Unilak Organization Of Economy, 3(2), 289 300.

dengan sangat baik, demikian juga minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu sudah sangat baik.

2. Employer branding, reputasi perusahaan dan website Recruitment secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika Palu.

F. SARAN

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan secara rinci, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan Minat bekerja Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika, adalah sebagai berikut :

1. Nilai mean terendah pada variabel employer branding terdapat pada item pernyataan kedelapan “Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika memberikan kesempatan meningkatkan jenjang karir” dengan nilai mean sebesar 4,45 dengan kategori sangat baik. Meskipun masuk dalam kategori sangat baik namun karyawan bank Mandiri Cabang Dewi Sartika menganggap bahwa employer branding kurang efektif karena kesempatan meningkatkan jenjang karir hanya dirasakan oleh sebagian karyawan.
2. Nilai mean terendah pada variabel reputasi perusahaan terdapat pada item pernyataan kedelapan “Pimpinan Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika mampu memotivasi perusahaan karyawan” dengan nilai mean sebesar 3,90 dengan kategori baik. Meskipun masuk dalam kategori baik namun karyawan bank Mandiri Cabang Dewi Sartika menganggap bahwa reputasi perusahaan kurang baik karena pimpinan bank belum mampu memotivasi perusahaan.
3. Nilai mean terendah pada variabel website recruitment terdapat pada item pernyataan ketiga “Website Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika fokus pada recruitment karyawan”

dengan nilai mean sebesar 4,10 dengan kategori sangat baik. Meskipun masuk dalam kategori sangat baik namun karyawan bank Mandiri Cabang Dewi Sartika menganggap bahwa website recruitment kurang efektif karena website Bank Mandiri tidak fokus pada penerimaan karyawan.

4. Nilai mean terendah pada variabel minat bekerja terdapat pada item pernyataan pertama “Ketika saya bekerja pada Bank Mandiri Cabang Dewi Sartika harga diri saya meningkat” dengan nilai mean sebesar 4,19 dengan kategori baik. Meskipun masuk dalam kategori baik namun karyawan bank 83 Mandiri Cabang Dewi Sartika menganggap bahwa minat bekerja kurang efektif karena bekerja di bank belum mampu meningkatkan harga diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ansari, M. A. A., Hilal, N., & M, I. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan
- Alonso, R. (2014). Recruitment and Selection in Organizations. Human Resource
- Amelia, A. (2018). Employer Branding: When HW Is The New Marketing. Kompas
- Atmoko, F. K. (2017). Atmoko, 2017. “Pemakaian Recruitment Online Di
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer
- Biswas, M. (2013). Employer Branding: A Human Resource Strategy. New Century branding. Career Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Conference on Management and Behavioral Studies, 723–732.
- David, H., & Lego, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Development Employee Loyalty Of Bank

- Indonesia Malang. Economic and Business, University of Brawijaya, 2(1).
- Femandirianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi,
- Forsey, C. (2020). Everything You Need to Know About Employer Branding.
- Geofanny, R., & Faraz. (2023). Employer Branding and E-Recruitment Against
- Ghozali, I. (2016). Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial
- Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan
- Hasibuan, M. S. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.
- Kurniawan, D. T., & Prameka, A. S. (2022). Apakah Career Website Employer, layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki
- Least Square (PLS). Program S3 Ilmu Ekonomi, Program Magister Manajemen Management Review, 8(1), 103–118.
- Maryati, Darna, N., & Muhidin, A. (2020). Pengaruh citra perusahaan dan kualitas Media Nusantara.
- Mello, J. A. (2015). Strategic Human Resource Management. Salemba Empat. Methods) (Revisi). Alfabeta.
- Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia.
- Novadjaja, L. H. (2020). Effect Of Dimenssion Employee Welfare Againts
- Nurmansyah. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pengantar. Unilak Organization Of Economy, 3(2), 289 300.
- Padjadjaran. Pengiriman Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Dewi Sartika Palu. Jurnal Actual Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta.

- perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *Minat bekerja*, 19(2), 257–267.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk*
- Sanusi, A. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Siagian, S. P. (2012). *Kerangka Dasar Ilmu Administrasi* (3rd ed.). Rineka Cipta.
- Simamora, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN.
- Singaparna). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2, 104–115.
- Sitepu, N. S. (1994). *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Jurusan Statistika Universitas
- Social Media and Employer Branding Mempengaruhi Daya Tarik dan*
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed*
- Universitas Diponegoro.