

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa daya tarik perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 di Universitas Nasional. Daya tarik perusahaan pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 dinilai dapat diterima dan berdampak pada niat melamar pekerjaan. Dengan kata lain, semakin baik dan tinggi daya tarik perusahaan maka niat melamar pekerjaan semakin tinggi, sebaliknya semakin menurun daya tarik perusahaan maka niat melamar pekerjaan semakin menurun pada perusahaan.
2. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa niat rujukan karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 di Universitas Nasional. Niat rujukan karyawan pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 dinilai dapat diterima dan berdampak pada niat melamar pekerjaan. Dengan kata lain, semakin baik dan jujur niat rujukan karyawan maka niat melamar pekerjaan semakin baik, sebaliknya semakin menurun niat rujukan karyawan maka niat melamar pekerjaan semakin menurun pada perusahaan.
3. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 di Universitas Nasional. Reputasi perusahaan pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 dinilai dapat diterima dan berdampak pada niat melamar pekerjaan. Dengan kata lain, semakin baik reputasi perusahaan maka niat melamar pekerjaan semakin baik dan tinggi, sebaliknya semakin menurun atau buruk daya tarik perusahaan maka niat melamar pekerjaan semakin menurun pada perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas mengenai pengaruh daya tarik perusahaan, niat rujukan karyawan, dan reputasi perusahaan terhadap niat melamar pekerjaan pada Generasi Z, khususnya pada mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2021 di Universitas Nasional, maka penulis memberikan beberapa saran strategis yang diharapkan dapat menjadi bekal bagi mahasiswa dalam memasuki dunia kerja secara lebih siap dan terarah.

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan literasi mereka terhadap konsep employer branding dan *employer attractiveness*. Dalam era digital saat ini, informasi mengenai karakteristik dan reputasi perusahaan tersedia luas di berbagai platform, seperti situs web resmi, media sosial, forum karier, maupun testimoni karyawan di situs seperti Glassdoor atau Jobstreet. Mahasiswa perlu membiasakan diri untuk aktif menelusuri informasi tersebut guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai nilai-nilai, budaya kerja, serta prospek karier di perusahaan yang diminati. Kesadaran ini akan membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan melamar pekerjaan yang tidak hanya berdasarkan insentif finansial semata, tetapi juga pada keselarasan nilai dan ekspektasi jangka panjang terhadap karier.
- b. Generasi Z di lingkungan Universitas Nasional sebaiknya mulai memanfaatkan potensi jaringan dan referensi internal yang tersedia di sekitar mereka, baik dari alumni, dosen, teman, hingga keluarga yang telah lebih dahulu terjun ke dunia kerja. Dalam konteks niat rujukan karyawan, relasi personal dengan individu yang sudah berada di dalam suatu organisasi dapat memberikan pandangan yang lebih realistis dan mendalam tentang suasana kerja dan peluang di dalam perusahaan tersebut. Mahasiswa disarankan untuk tidak ragu membangun hubungan profesional sejak dini, misalnya melalui kegiatan organisasi, magang, seminar, ataupun platform profesional seperti LinkedIn.
- c. Penulis menganjurkan agar mahasiswa memperhatikan dengan serius aspek reputasi perusahaan sebelum memutuskan untuk melamar kerja. Reputasi tidak hanya mencerminkan kinerja finansial, tetapi juga integritas, keberlanjutan, etika kepemimpinan, dan cara perusahaan memperlakukan karyawannya.

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang peduli terhadap nilai-nilai sosial dan lingkungan, sehingga memilih perusahaan dengan reputasi baik dapat menciptakan rasa bangga dan keterikatan emosional terhadap pekerjaan yang dijalani. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menilai kesesuaian antara identitas perusahaan dan nilai-nilai pribadi yang mereka miliki.

- d. Mahasiswa disarankan untuk menyiapkan diri secara menyeluruh sejak masih kuliah. Persiapan tersebut dapat mencakup peningkatan soft skills, pengembangan portofolio, pengalaman magang, serta keterlibatan dalam kegiatan organisasi atau proyek kolaboratif. Hal-hal tersebut akan menjadi nilai tambah yang signifikan saat memasuki proses rekrutmen. Selain itu, mahasiswa perlu membangun personal branding yang kuat, terutama melalui platform digital, untuk memperluas jangkauan profesional dan meningkatkan visibilitas mereka di mata rekruter.
 - e. Penulis mendorong mahasiswa untuk menentukan arah karier secara lebih reflektif dan terencana. Sebelum mengirimkan lamaran, penting untuk mengevaluasi secara objektif apakah visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan sejalan dengan aspirasi karier pribadi. Hal ini dapat membantu mahasiswa menghindari turnover dini akibat ketidaksesuaian antara harapan dan realita kerja. Dengan pendekatan yang lebih strategis dan sadar nilai, Generasi Z diharapkan dapat membangun karier yang tidak hanya stabil dan berkelanjutan, tetapi juga memuaskan secara pribadi dan profesional.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan daya tarik perusahaan, niat rujukan karyawan, dan reputasi perusahaan terhadap niat melamar pekerjaan pada generasi z. Peneliti disarankan dapat menambahkan alat pengukuran, memperluas cakupan penelitian, dan meningkatkan pemahaman dalam penelitian dengan menambah variabel baru yang belum diteliti pada penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap masalah yang terkait dengan topik penelitian.