

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan terhadap 100 responden Generasi Z (20-28 tahun) di Jakarta Selatan, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Employer Branding* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik *employer branding* yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi niat Generasi Z untuk melamar pekerjaan. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa *employer branding* mampu membentuk sikap positif individu terhadap perusahaan sehingga mendorong munculnya niat melamar pekerjaan. Selain itu, dalam perspektif *Signaling Theory*, *employer branding* berfungsi sebagai sinyal yang menggambarkan nilai, budaya kerja, dan daya tarik perusahaan sebagai tempat bekerja sehingga meningkatkan ketertarikan calon pelamar.
2. Reputasi Perusahaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Y). Temuan ini mendukung *Theory of Planned Behavior*, dimana reputasi perusahaan mampu mempengaruhi sikap individu serta norma subjektif melalui pengaruh lingkungan sosial terhadap persepsi perusahaan. Dalam *Signaling Theory*, reputasi perusahaan menjadi sinyal kualitas organisasi yang mencerminkan kredibilitas, stabilitas, dan tanggung jawab perusahaan, sehingga mampu meningkatkan keyakinan calon pelamar dalam menentukan pilihan karir.
3. *E-Recruitment* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Y). Hasil ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior*, dimana *e-recruitment* dapat meningkatkan persepsi control perilaku individu karena memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan proses rekrutmen. Selain itu, berdasarkan *Signaling Theory*, penerapan *e-recruitment* mencerminkan profesionalisme serta kemampuan perusahaan dalam mengikuti perkembangan teknologi, sehingga memberikan sinyal positif kepada calon pelamar.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat dierikan adalah sebagai berikut:

### 1. Saran Teoritis

- a. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan analisis yang lebih komprehensif seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel laten secara mendalam.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan dengan *Theory of Planned Behavior*, seperti motivasi kerja, persepsi nilai karir, atau faktor sosial yang mempengaruhi niat melamar pekerjaan.
- c. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada generasi atau sektor industri yang berbeda untuk memperkuat generalisasi hasil penelitian.

### 2. Saran Praktis

#### a. Bagi Manajemen SDM Perusahaan

- 1) Mengoptimalkan *employer branding* dengan menonjolkan *employee value proposition* seperti fleksibilitas kerja, peluang pengembangan karir, dan lingkungan kerja yang mendukung.
- 2) Memperkuat reputasi perusahaan melalui transparansi informasi, peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan, serta menjaga citra organisasi di media digital.
- 3) Mengembangkan sistem *e-recruitment* yang lebih *user-friendly*, transparan, dan responsive agar meningkatkan pengalaman kandidat dalam proses rekrutmen.

#### b. Bagi Generasi Z

Generasi Z disarankan memanfaatkan informasi mengenai *employer branding*, reputasi perusahaan, dan *e-recruitment* sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan karir yang sesuai dengan nilai dan tujuan pribadi, namun tetap mempertimbangkan kesiapan kompetensi serta peluang kerja yang tersedia.