

ABSTRAK

Henry Dwi Krisnowo. 2026. Pengaruh Budaya Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Pertanahan Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Apriyanti, S.E., M.M, Pembimbing (II) Metikasmike, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kompensasi dan Employer Branding terhadap Minat Melamar Kerja (Intention to Apply) pada Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah pencari kerja Generasi Z dan berdomisili di Kabupaten Ngawi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 385 responden, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 25.

Hasil penelitian ini adalah: Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja pada Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Employer Branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja pada Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Kompensasi dan Employer Branding secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja pada Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Dengan kompensasi yang layak dan kompetitif serta Employer Branding yang positif, perusahaan di Kabupaten Ngawi dapat lebih menarik minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan, sehingga mendukung pemenuhan kebutuhan tenaga kerja berkualitas di sektor industri manufaktur.

Kata Kunci: Kompensasi, Employer Branding, Minat Melamar Kerja, Generasi Z

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Compensation and Employer Branding on Intention to Apply among Generation Z in Ngawi Regency. This research uses a quantitative approach with a correlational research design. The population in this study consists of Generation Z job seekers residing in Ngawi Regency. The sample used consisted of 385 respondents, with the sample size determined using the Lemeshow formula. Data were collected using a questionnaire based on a Likert scale. The data analysis technique employed multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS Statistics 25.

The results of this study are as follows: Compensation has a positive and significant influence on Intention to Apply among Generation Z in Ngawi Regency. Employer Branding has a positive and significant influence on Intention to Apply among Generation Z in Ngawi Regency. Compensation and Employer Branding simultaneously have a positive and significant influence on Intention to Apply among Generation Z in Ngawi Regency. With fair and competitive compensation as well as positive Employer Branding, companies in Ngawi Regency can better attract Generation Z's interest in applying for jobs, thereby supporting the fulfillment of qualified workforce needs in the manufacturing industry sector.

Keywords: *Compensation, Employer Branding, Intention to Apply, Generation Z*