

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah proses penting dalam pengelolaan tenaga kerja suatu organisasi, berorientasi pada pencapaian efektivitas dan efisiensi melalui terwujudnya hubungan kerja yang harmonis dan produktif. Fungsi MSDM tidak hanya sebatas merekrut dan mempertahankan karyawan, melainkan juga menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas dan kepuasan, dengan berlandaskan pada teori-teori motivasi seperti Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow yang menekankan pemenuhan kebutuhan dasar.

Menurut Hasibuan (2020), MSDM adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar dapat berkontribusi secara optimal bagi perusahaan. Sesuai dengan Hamali (2018), MSDM merupakan pendekatan strategis yang meliputi pengelolaan keterampilan, motivasi, pengembangan, dan pengaturan sumber daya manusia untuk membangun budaya perusahaan yang kuat serta menerapkan program yang mendukung nilai inti organisasi demi kesuksesan. Pengelolaan yang baik dalam MSDM memastikan interaksi harmonis dan produktif, serta penempatan individu sesuai

kompetensinya, sehingga berkontribusi signifikan pada tujuan perusahaan, kesejahteraan karyawan, dan dampak positif bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, definisi dari para ahli tersebut menunjukkan kesamaan pandangan: MSDM merupakan proses strategis yang krusial dalam keberhasilan organisasi. Keduanya sepakat bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang efektif akan menghasilkan kinerja optimal dan pencapaian tujuan organisasi secara menyeluruh.

b. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Malayu (2020), manajemen sumber daya manusia berfungsi sebagai berikut:

1. Fungsi Perencanaan (planning)

Perencanaan dalam proses manajemen sumber daya manusia merupakan rekrutment tenaga kerja baru yang dibutuhkan oleh perusahaan. Proses perencanaan ini berfungsi untuk menganalisa jabatan yang perlu diisi dan jumlah karyawan yang dibutuhkan.

2. Fungsi Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian dimengerti sebagai proses penentuan, pengelompokan, dan pengaturan dari setiap aktivitas yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Karyawan ditempatkan sebagai dengan bidang keahlian dan menyediakan alatalat yang diperlukan oleh karyawan untuk menunjang

pekerjaannya merupakan bagian dari pengorganisasian yang dapat dilakukan.

3. Fungsi Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan bagian dari proses pengaturan terkait beberapa factor dalam perusahaan. Pengawasan juga diartikan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) sebagai proses monitoring kegiatan-kegiatan karyawan masih sesuai dengan tujuan awal. Tujuan utama dari pengawasan adalah untuk mengusahakan agar apa yang direncanakan menjadi kenyataan.

4. Fungsi Motivasi (*Motivating*)

Motivasi merupakan pemberian daya penggerak yang menciptakan semangat kerja seseorang agar mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upaya untuk mencapai kepuasan. Motivasi penting untuk dilaksanakan dengan harapan bahwa karyawan mau bekerja keras serta antusias dengan pekerjaannya untuk mencapai kinerja yang optimal.

5. Fungsi Evaluasi (*Evaluating*)

Evaluasi disebut sebagai kegiatan sistem pelaporan yang serasi dengan struktur pelaporan secara keseluruhan, mengembangkan standar perilaku, mengukur hasil berdasarkan kualitas yang diinginkan. Dengan adanya evaluasi diharapkan tingkat keberhasilan perusahaan dapat diukur.

c. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Haryono & Wahyuni (2021) ada empat tujuan utama MSDM, yaitu:

1. Tujuan Strategis

MSDM bertujuan untuk menyelaraskan kebijakan SDM dengan strategi bisnis organisasi, termasuk adaptasi terhadap perubahan lingkungan eksternal (seperti digitalisasi dan persaingan pasar).

2. Tujuan Operasional

Memastikan efisiensi proses rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan agar sesuai dengan kebutuhan organisasi.

3. Tujuan Sosial

Membangun tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap karyawan dan masyarakat, seperti menjamin hak kerja yang adil dan mendukung kesejahteraan.

4. Tujuan Individual

Meningkatkan kepuasan dan pengembangan diri karyawan melalui program karir, motivasi, dan work-life balance.

2. Minat Melamar

a. Pengertian Minat Melamar

Minat melamar kerja adalah proses lamaran kerja yang diawali dengan melakukan usaha menggali informasi lowongan kerja yang

terbuka, berdasarkan informasi itu calon kandidat karyawan menentukan di tempat perusahaan mana yang diinginkannya (Ekhsan & Fitri, 2021). Konsep ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior*, di mana niat seseorang untuk bertindak (dalam hal ini melamar pekerjaan) dibentuk oleh keyakinan terhadap hasil dari tindakan tersebut, tekanan sosial, serta persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukannya. Minat melamar pekerjaan diawali dari segala upaya pencarian informasi mengenai lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi tersebut calon akan menentukan pilihan perusahaan mana yang diinginkan (Putri, 2024). Mereka menekankan bahwa minat melamar tidak hanya didasarkan pada faktor eksternal seperti gaji atau reputasi perusahaan, tetapi juga pada kesesuaian antara nilai pribadi dengan budaya organisasi.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan adalah keinginan kuat seseorang untuk mengambil langkah konkret dalam proses rekrutmen, yang dibentuk oleh pertimbangan rasional (seperti kesesuaian skill dan gaji) serta emosional (seperti kecocokan nilai pribadi dengan budaya perusahaan). Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa faktor seperti *employer branding* dan reputasi perusahaan semakin berperan penting dalam memengaruhi keputusan pelamar, terutama di era digital di mana informasi tentang perusahaan mudah diakses.

b. Faktor-Faktor Minat Melamar

Menurut Nurhana & Rizky, (2024) faktor yang dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan adalah sebagai berikut:

1. Kompensasi finansial

Penelitian ini menemukan bahwa kompensasi (gaji dan benefit) berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di sektor perbankan.

2. Job security

Meskipun dalam penelitian ini job security tidak secara langsung memengaruhi minat melamar, Nurhana & Rizky, (2024) menyoroti bahwa stabilitas pekerjaan tetap menjadi pertimbangan penting bagi calon pelamar, terutama di industri yang fluktuatif seperti perbankan.

3. Lingkungan kerja

Lingkungan kerja yang kolaboratif dan inklusif juga diuji dalam penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun tidak signifikan secara statistik, lingkungan kerja tetap memengaruhi persepsi mahasiswa tentang daya tarik perusahaan.

c. Dampak minat melamar pekerjaan

Dampak Utama Minat Melamar Pekerjaan Menurut Febrianti & Hendratmoko, (2022):

1. Meningkatkan Jumlah dan Kualitas Pool Pelamar

Ketika minat melamar pekerjaan tinggi, perusahaan akan menerima volume lamaran yang lebih besar. Dampak krusialnya

adalah perusahaan memiliki "pool" kandidat yang lebih luas dan beragam, sehingga meningkatkan peluang untuk menemukan individu dengan kualifikasi, keterampilan, dan potensi terbaik. Kuantitas ini memungkinkan proses seleksi yang lebih ketat, di mana perusahaan dapat lebih leluasa memilih kandidat yang paling sesuai dengan kebutuhan posisi dan budaya organisasi.

2. Memperkuat Daya Saing Perusahaan dalam Akuisisi Talenta

Minat melamar pekerjaan yang kuat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki daya tarik yang tinggi di mata pencari kerja. Dampak ini secara langsung memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan untuk mendapatkan talenta terbaik di pasar. Perusahaan yang mampu menarik minat lebih banyak pelamar berkualitas cenderung lebih unggul dalam membentuk tim yang kompeten dan inovatif, yang pada gilirannya mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan.

3. Efisiensi dalam Proses Rekrutmen

Meskipun mungkin ada peningkatan volume lamaran yang harus diproses, minat melamar yang tinggi juga dapat mengurangi biaya dan waktu yang dihabiskan untuk upaya rekrutmen awal. Perusahaan tidak perlu mengeluarkan terlalu banyak sumber daya untuk menarik pelamar karena sudah ada ketertarikan yang besar dari pasar tenaga kerja. Ini memungkinkan perusahaan untuk fokus pada tahapan seleksi yang lebih mendalam.

4. Indikator Keberhasilan *Employer Branding*

Minat melamar pekerjaan yang tinggi dapat menjadi indikator keberhasilan upaya *employer branding* perusahaan. Febrianti & Hendratmoko, (2022) mengimplikasikan bahwa ketika perusahaan berhasil membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik dan diinginkan, hal itu akan tercermin pada tingginya minat pelamar. Ini menunjukkan bahwa investasi perusahaan dalam membangun reputasi sebagai pemberi kerja yang baik telah membuahkan hasil.

d. Indikator minat melamar

Barber (1998) memaparkan beberapa indikator dari minat melamar pekerjaan, yaitu:

1. Kebutuhan akan pekerjaan

Calon pegawai tertarik melamar pekerjaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan.

2. Pencarian informasi pekerjaan

Calon pegawai mencari informasi-informasi tentang lowongan pekerjaan yang disediakan oleh suatu perusahaan.

3. Penentuan pilihan pekerjaan

Calon pegawai mulai mempertimbangkan dan menentukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang ada sesuai dengan keinginannya.

4. Pembuatan keputusan

Calon pegawai membuat keputusan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan minat dan bakat.

3. Kompensasi

a. Pengertian kompensasi

Menurut (Febrianti & Hendratmoko, 2022) Kompensasi adalah sesuatu bentuk imbalan sebagai hak karyawan atas usahanya, imbalan ini dapat diberikan secara langsung berupa uang atau tidak langsung seperti manfaat lainnya. Sedangkan Perwira (2020) Kompensasi merupakan imbalan yang diberikan oleh karyawan sebagai balas jasa atas pekerjaan yang telah dilakukan.

Sulastri, (2022) memaparkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan akan berimbas pada semangat kerja, kinerja, *turnover* pegawai, serta motivasi kerja calon karyawan. Para calon karyawan yang berkualitas cenderung memperhatikan kompensasi yang ditawarkan perusahaan sebelum mereka memutuskan untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

Dari pernyataan tersebut dapat di simpulkan bahwa kompensasi adalah Imbalan yang diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai balas jasa atas pekerjaan mereka, yang disebut kompensasi, tidak hanya berupa gaji pokok, tetapi juga bisa meliputi upah, insentif, tunjangan, asuransi, dan manfaat non-finansial. Penawaran kompensasi ini merupakan faktor krusial bagi calon karyawan, karena sangat berpengaruh terhadap semangat kerja,

produktivitas, kecenderungan untuk berpindah kerja, dan tingkat motivasi mereka. Oleh karena itu, kandidat berkualitas tinggi umumnya akan menyoroti dan mengevaluasi kompensasi yang ditawarkan perusahaan sebelum memutuskan untuk melamar.

b. Faktor-Faktor Kompensasi

Menurut menurut Febrianti & Hendratmoko (2022), terdapat 3 faktor utama kompensasi yang signifikan memengaruhi minat melamar kerja:

1. Gaji dan Tunjangan Finansial

Besaran gaji dasar, tunjangan kesehatan, dan bonus tahunan menjadi pertimbangan utama calon pelamar.

2. Kesempatan Pengembangan Karir

Program pelatihan, pendanaan pendidikan lanjut, dan promosi berbasis kinerja meningkatkan daya tarik employer.

3. Kesejahteraan Non-Finansial

Fleksibilitas kerja (*remote work*), asuransi keluarga, dan fasilitas rekreasi memengaruhi keputusan melamar.

c. Dampak kompensasi

Menurut Dede Permadi & Ketut Netra, (2020) dalam penelitiannya kompensasi memiliki beberapa dampak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, meliputi:

1. Peningkatan Kuantitas Pelamar

Kompensasi yang kompetitif (termasuk gaji pokok dan tunjangan) secara langsung meningkatkan jumlah pelamar kerja. Berdasarkan norma pertukaran sosial (*social exchange theory*), calon karyawan cenderung merespons tawaran kompensasi yang lebih tinggi dengan mengajukan lamaran sebagai bentuk reciprocitas terhadap nilai ekonomi yang ditawarkan perusahaan.

2. Seleksi Kualitas Pelamar

Paket kompensasi yang menarik tidak hanya meningkatkan kuantitas pelamar, tetapi juga menyaring kandidat berkualitas. Studi menunjukkan bahwa 37% mahasiswa dengan IPK >3.5 lebih tertarik melamar ke perusahaan yang menawarkan kompensasi 20% di atas standar industri, karena dianggap mencerminkan stabilitas dan profesionalisme organisasi.

3. Reduksi Turnover Awal

Kompensasi yang memadai mengurangi risiko *early turnover* (pengunduran diri dalam 6 bulan pertama). Penelitian pada PT. Katolec Indonesia membuktikan bahwa karyawan yang menerima kompensasi sesuai ekspektasi memiliki komitmen afektif lebih tinggi, sehingga minat untuk bertahan meningkat sebesar 25,6%.

4. Pembentukan Citra Perusahaan

Kompensasi berperan sebagai sinyal reputasi perusahaan. Calon pelamar mengasosiasikan besaran kompensasi dengan nilai sosial

(*social value*) dan pengembangan karir (*development value*), yang kemudian memengaruhi persepsi positif terhadap budaya organisasi.

d. Indikator kompensasi

Indikator-indikator yang dapat diturunkan dari definisi dan konsep kompensasi menurut Prasetyo & Wijaya (2023) :

1. Upah dan gaji :

Balas jasa yang dibayar secara periodik kepada pegawai yang tetap serta mempunyai jaminan yang pasti.

2. Insentif :

Balas jasa yang diberikan kepada pegawai tertentu, yang prestasinya di atas prestasi standar, pemberian insentif dimaksudkan untuk memotivasi pegawai agar bekerja lebih bersemangat sehingga produktivitas pegawai meningkat.

3. Tunjangan :

Pemberian kompensasi guna menciptakan rasa nyaman dan aman dalam bekerja, seperti tunjangan kesehatan, tunjangan hari tua, bayaran di luar jam kerja (sakit, cuti, libur besar), dll.

4. Fasilitas :

Program pelayanan pegawai yang berupa fasilitas guna mempermudah pegawai dalam bekerja.

4. Harga Diri

a. Pengertian Harga Diri

Harga diri Menurut Ariani (2022), pengakuan harga diri adalah evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang bersifat positif atau negatif, yang tercermin dalam sikapnya terhadap kemampuan, keberhargaan, dan kompetensi diri. Konsep ini diukur melalui *Rosenberg Self-Esteem Scale* yang banyak digunakan dalam penelitian psikologi. Pengakuan harga diri merujuk pada sejauh mana individu merasa dihargai dan diakui dalam lingkungan kerja. Johnson dan Lee (2021) mengemukakan bahwa pengakuan harga diri yang tinggi dapat meningkatkan motivasi dan minat pelamar untuk melamar pekerjaan. Penelitian Lu & Tu (2024) mengenai Harga Diri Berbasis Organisasi (OBSE) menunjukkan bahwa persepsi seseorang tentang nilai dan kemampuannya di tempat kerja sangat memengaruhi keterlibatan dan keinginan mereka untuk bergabung dengan sebuah perusahaan.

Dapat di simpulkan bahwa harga diri adalah penilaian seseorang terhadap dirinya, positif atau negatif, yang terlihat dari cara mereka memandang kemampuan, nilai diri, dan keahlian mereka. Dalam dunia kerja, ini juga berarti seberapa besar individu merasa dihargai dan diakui di tempat kerja. Apabila harga diri seseorang tinggi, motivasi dan minat untuk melamar pekerjaan akan meningkat. Khususnya, persepsi individu tentang nilai dan kapasitas mereka di

lingkungan profesional sangat memengaruhi keterlibatan dan kuatnya keinginan untuk bergabung dengan sebuah perusahaan.

b. Faktor-Faktor Harga Diri

Menurut Sari & Wijaya (2021) terdapat beberapa faktor pengakuan harga diri yaitu:

1. Persepsi Kompetensi Diri

Individu yang memiliki pengakuan harga diri tinggi cenderung merasa lebih kompeten dalam memenuhi persyaratan pekerjaan. Studi ini menemukan bahwa responden dengan skor harga diri tinggi (berdasarkan Rosenberg Self-Esteem Scale) 35% lebih aktif melamar pekerjaan dibandingkan yang memiliki harga diri rendah.

2. Keyakinan dalam Menghadapi Penolakan

Pengakuan harga diri memengaruhi ketahanan psikologis individu terhadap penolakan lamaran kerja. Responden dengan harga diri tinggi menunjukkan tingkat persistensi 2x lebih besar dalam terus melamar meskipun pernah ditolak sebelumnya.

3. Ekspektasi terhadap Pengakuan Eksternal

Individu dengan harga diri yang kuat cenderung memilih perusahaan yang dapat memberikan pengakuan terhadap kemampuan mereka. Sebanyak 68% responden menyatakan lebih termotivasi melamar ke perusahaan yang memiliki sistem reward and recognition yang jelas.

4. Persepsi Kesesuaian Diri dengan Pekerjaan

Harga diri yang baik membantu individu menilai secara realistis kesesuaian antara kemampuan diri dengan tuntutan pekerjaan, sehingga meningkatkan kualitas lamaran yang dikirimkan.

c. Dampak harga diri

Dampak Menurut Rahmawati & Suryanto (2020) dalam penelitiannya yang diterbitkan di *Jurnal Psikologi Organisasi Indonesia*, harga diri (*self-esteem*) memiliki beberapa dampak meliputi:

1. Keyakinan dalam Proses Melamar

Individu dengan harga diri tinggi cenderung memiliki keyakinan yang lebih kuat dalam menghadapi proses rekrutmen. Mereka lebih percaya diri untuk mengunggah CV, menghadapi wawancara, dan mengikuti tes seleksi. Rahmawati & Suryanto menjelaskan bahwa keyakinan ini muncul karena mereka memandang diri mereka mampu bersaing di pasar kerja, sehingga meningkatkan intensitas melamar pekerjaan.

2. Resiliensi terhadap Penolakan

Harga diri berperan dalam ketahanan psikologis individu ketika menghadapi penolakan lamaran kerja. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung tidak mudah putus asa dan terus mencoba melamar ke perusahaan lain. Penelitian ini mengutip teori *self-consistency* yang menyatakan bahwa orang dengan harga diri

tinggi akan berusaha mempertahankan citra positif diri mereka, termasuk dalam mencari pekerjaan.

3. Ekspektasi Gaji dan Posisi

Individu dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung memiliki ekspektasi lebih besar terhadap kompensasi dan jenjang karir. Mereka lebih mungkin melamar pekerjaan dengan level gaji tinggi atau posisi strategis karena memandang diri mereka layak untuk itu. Rahmawati & Suryanto (2020) menemukan bahwa korelasi antara harga diri dan keberanian menuntut gaji lebih tinggi signifikan pada lulusan S1 dengan pengalaman kerja minimal.

4. Kecenderungan Memilih Perusahaan Bergengsi

Harga diri memengaruhi preferensi melamar ke perusahaan dengan reputasi kuat. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memilih perusahaan yang dianggap sepadan dengan nilai diri mereka, seperti *multinational company* (MNC) atau *startup unicorn*. Studi ini menunjukkan bahwa 68% responden dengan skor harga diri tinggi lebih memilih melamar ke perusahaan berstatus "*Great Place to Work*".

d. Indikator harga diri

Menurut Sari & Wijaya (2021), harga diri memiliki indikator antara lain:

1. Tingkat Penerimaan Diri :

Tingkat penerimaan diri yaitu perasaan seseorang yang menerima dirinya apa adanya lengkap dengan kelebihan dan kekurangannya tanpa terus-menerus menyalahkan diri sendiri. Kalau penerimaan diri bagus, seseorang lebih nyaman menjadi dirinya, lebih percaya diri, dan lebih tenang, sehingga dapat bekerja lebih maksimal.

2. Perasaan Kompeten :

Perasaan kompeten yaitu keyakinan bahwa dirinya mampu melakukan sesuatu, mencapai tujuan, dan menyelesaikan masalah yang dihadapi. Ini terjadi saat seseorang menyadari kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya, sehingga lebih mandiri dan tidak gampang putus asa.

3. Perasaan Berharga :

Perasaan berharga ialah perasaan bahwa dirinya penting, berguna, dan layak dihormati oleh orang lain. Ini tampak dari sikap yang menjaga harga diri, mampu menerima penghargaan, dan juga memberikan penghargaan yang sama kepada sesama.

4. Keyakinan Diri :

Keyakinan diri yaitu perasaan yakin akan kemampuan dan kualitas yang dimiliki, sehingga lebih mampu tampil, membuat keputusan, dan menghadapi tantangan hidup. Seseorang yang punya keyakinan diri juga lebih mandiri, tidak gampang terpengaruh omongan negatif, dan lebih optimis saat mencapai tujuannya.

5. Lingkungan Kerja

a. Pengertian Lingkungan Kerja

Menurut Pramana et al., (2022) menyatakan bahwa lingkungan kerja adalah faktor fisik yang dapat memengaruhi kinerja karyawan. Markus et al., (2023) mengemukakan lingkungan kerja sebagai semua sarana dan prasarana fisik yang mendukung aktivitas kerja. lingkungan kerja merupakan bentuk dukungan perusahaan terhadap aktivitas pekerjaan dan kesejahteraan karyawan di tempat kerja.

Dapat diartikan bahwa lingkungan kerja, baik dalam aspek fisik maupun berbagai elemen yang ada di sekitarnya, memiliki peran krusial dalam menunjang aktivitas kerja karyawan. Suasana kerja yang mendukung dapat memengaruhi kenyamanan, kinerja, dan semangat pegawai secara langsung maupun tidak langsung saat melaksanakan pekerjaannya.

b. Faktor-Faktor Lingkungan Kerja

Menurut Febrianti & Hendratmoko (2022), menjelaskan faktor-faktor lingkungan kerja yang meliputi :

a. Hubungan karyawan

Dalam hubungan karyawan ini terdapat dua hubungan yaitu hubungan sebagai individu dan hubungan sebagai kelompok.

b. Tingkat kebisingan lingkungan kerja

Lingkungan kerja yang tidak tenang atau bising akan dapat menimbulkan pengaruh yang kurang baik yaitu adanya ketidaktenangan dalam bekerja.

c. Peraturan kerja

Peraturan kerja yang baik dan jelas dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan dan kinerja para karyawan untuk pengembangan karier di perusahaan tersebut.

d. Penerangan

Dalam hal ini, penerangan bukanlah terbatas pada penerangan listrik, tetapi termasuk juga penerangan matahari.

e. Sirkulasi udara

Sirkulasi atau pertukaran udara yang cukup maka pertama yang harus dilakukan pengadaan ventilasi.

f. Keamanan

Lingkungan kerja dengan rasa aman akan menimbulkan ketenangan dan kenyamanan, di mana hal ini akan dapat memberikan dorongan semangat untuk bekerja.

c. Dampak Lingkungan Kerja

Dampak utama lingkungan kerja menurut Herwin (2021):

1. Peningkatan Produktivitas dan Efisiensi Kerja

Lingkungan kerja yang tertata dengan baik, bersih, nyaman, dan aman secara fisik akan membuat karyawan merasa betah dan fokus dalam bekerja. Kondisi ini secara langsung berkontribusi pada

peningkatan konsentrasi, mengurangi kesalahan, dan mempercepat penyelesaian tugas, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja. Lingkungan yang bising, kotor, atau tidak ergonomis justru akan menghambat kinerja.

2. Meningkatkan Semangat dan Moral Kerja

Lingkungan kerja yang positif, terutama dari aspek non-fisik seperti hubungan antar rekan kerja yang harmonis, kepemimpinan yang suportif, dan komunikasi yang terbuka, akan menumbuhkan semangat dan moral kerja yang tinggi. Karyawan merasa dihargai, didukung, dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik. Semangat kerja yang baik akan mengurangi tingkat absensi dan ketidakpuasan.

3. Meningkatkan Kepuasan Kerja

Kenyamanan fisik (misalnya pencahayaan, suhu, sirkulasi udara yang baik, fasilitas yang memadai) dan kenyamanan non-fisik (misalnya keadilan, pengakuan, peluang pengembangan) yang diberikan oleh lingkungan kerja sangat menentukan tingkat kepuasan karyawan. Karyawan yang puas cenderung lebih loyal, berdedikasi, dan memiliki niat untuk bertahan di organisasi.

4. Menjamin Kesehatan dan Keselamatan Kerja

Sedarmayanti sangat menekankan pentingnya aspek kesehatan dan keselamatan dalam lingkungan kerja. Lingkungan kerja yang aman, bebas dari bahaya fisik dan psikologis, serta dilengkapi

dengan prosedur keselamatan yang memadai, akan melindungi karyawan dari kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja. Ini tidak hanya berdampak pada kesejahteraan karyawan tetapi juga mengurangi biaya perusahaan akibat insiden kerja.

5. Mendorong Pengembangan Diri dan Kreativitas

Lingkungan kerja yang kondusif juga adalah lingkungan yang merangsang karyawan untuk belajar, berinovasi, dan mengembangkan diri. Adanya kesempatan untuk berinteraksi, berbagi ide, dan mendapatkan *feedback* konstruktif dapat memicu kreativitas dan inisiatif, sehingga karyawan dapat berkembang secara profesional maupun personal.

d. Indikator lingkungan kerja

Menurut Munardi et al., (2021) terdiri dari beberapa indikator, yaitu :

1. Lingkungan kerja fisik :

lingkungan kerja fisik adalah semua keadaan berbentuk fisik yang terdapat di sekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi karyawan baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Lingkungan kerja fisik dibagi menjadi 2 yaitu:

- Lingkungan yang langsung berhubungan dengan pegawai (seperti: pusat kerja, kursi, meja, dan sebagainya)
- Lingkungan perantara atau lingkungan umum atau dapat juga disebut lingkungan kerja yang mempengaruhi kondisi manusia,

misalnya: temperatur udara, kelembaban udara, bau tidak sedap, warna, dan lain-lain.

2. Lingkungan kerja non fisik :

lingkungan kerja non fisik merupakan suatu keadaan keadaan yang terjadi dan berkaitan dengan hubungan kerja, yakni bisa hubungan kerja sesama karyawan ataupun hubungan kerja atasan dengan bawahannya, dan lingkungan kerja non fisik juga suatu aspek yang perlu diperhatikan oleh atasan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya daripada peneliti untuk menemukan perbandingan dan keselarasan serta menggali inspirasi baru bagi penelitian yang akan datang. Di samping itu, kajian terdahulu membantu peneliti dalam menentukan posisi penelitian yang dilakukan serta memperhatikan keaslian dari peneliti tersebut. berikut ini adalah ringkasan dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah berhasil dirangkum dan dijadikan referensi:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
1.	Gisheila, Utomo, Hadikusuma, (2024) Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan	E.; D.; N.A. X1= kompensasi minat melamar pekerjaan Y=	Menggunakan metode kuantitatif korelasional.	1. kompensasi yang lebih tinggi secara langsung meningkatkan minat melamar. 2. Lokasi kantor juga berpengaruh positif:

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	dengan Kantor sebagai Variabel Moderating (Studi pada Pengguna Jobstreet di Depok). <i>urnal Administrasi Profesional</i> , 5(1), 47-58.	Lokasi sebagai		kantor yang strategis saja sudah bisa meningkatkan minat. 3. Layanan kompensasi yang menarik tidak akan maksimal tanpa mempertimbangkan lokasi kantor. Lokasi yang strategis memperbesar pengaruh kompensasi terhadap keinginan pelamar untuk melamar pekerjaan.
2.	Syafika Maularahmah & Desi Tri Kurniawati (2023) Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Deskripsi Pekerjaan terhadap Minat Generasi Z dalam Melamar Kerja. <i>Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi</i> , 3(3), 652-662.	X1 = Kompensasi X2 = lingkungan kerja X3 = deskripsi pekerjaan Y = Minat Generasi Z dalam Melamar Kerja	= Jenis penelitian ini Kuantitatif dengan pendekatan survei.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kompensasi, lingkungan kerja, dan deskripsi pekerjaan merupakan faktor-faktor penting yang dipertimbangkan oleh Generasi Z dalam memutuskan untuk melamar pekerjaan. Perusahaan perlu memperhatikan ketiga aspek ini untuk menarik minat talenta dari generasi tersebut.
3.	Syafika Maularahmah &	X1= Kompensasi	Penelitian ini menggunakan	Semua variabel independen

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	Desi Tri Kurniawati 2024 Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Deskripsi Pekerjaan terhadap Minat Melamar Kerja. <i>Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi</i> , 3(3), 652-662.	X2= Lingkungan Kerja X3= Deskripsi Pekerjaan Y= Minat Melamar Kerja	metode pendekatan kuantitatif	(kompensasi, lingkungan kerja, deskripsi pekerjaan) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Artinya, semakin tinggi tingkat kompensasi, semakin kondusif lingkungan kerja, dan semakin jelas deskripsi pekerjaan, maka semakin kuat minat generasi Z untuk melamar pekerjaan.
4	R.Marsya Luthfi Reza Pramudya,Noni Setyorini,S.E.,M.S c (2024). Pengaruh E-recruitment, Kompensasi, Lingkungan Kerja dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja. (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Semarang)	X1= Recruitment X2 Kompensasi X3 Lingkungan Kerja X4= Reputasi Perusahaan Y= Minat Melamar Pekerjaan	E- Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif korelasional	-E-Recruitment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar. -Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar. -Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar. -Reputasi Perusahaan

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar. -Secara simultan, keempat variabel independen menjelaskan 33,3 % variasi dalam minat melamar kerja. Sisanya (66,7 %) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
5	Yuliana Hayomi, Suharmono 2024, Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja (Kajian Ekonomi Islam – Studi pada Fresh Graduate di Semarang)	Aise X1 = <i>E-Recruitment</i> X2 = Kompensasi X3 = Reputasi Perusahaan Y = Minat Melamar Kerja	= E- = adalah metode kuantitatif	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif -E-Recruitment → Minat Melamar: memiliki pengaruh positif dan signifikan. -Kompensasi → Minat Melamar: berpengaruh positif dan signifikan. -eputasi Perusahaan → Minat Melamar: juga positif dan signifikan – artinya reputasi perusahaan turut mendorong minat melamar kerja.
6	Alex Jefri Sihotang (2019) Pengaruh Gaji yang Diharapkan, Ketertarikan, Manfaat Masa Depan, dan	X1 = Gaji yang diharapkan X2 = Ketertarikan	= = adalah kuantitatif	metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif 1.Keempat variabel bebas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	Kemudahan Memahami terhadap Pemilihan Karir Mahasiswa. (Doctoral dissertation, UAJY)	terhadap bidang MSDM X3 = Manfaat pekerjaan di masa depan X4 = Kemudahan memahami bidang MSDM Y = Pemilihan karir di bidang MSDM		karir di bidang MSDM. 2. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 71,7%, yang berarti bahwa 71,7% variasi dalam pemilihan karir dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut. 3. Secara parsial, masing-masing variabel bebas juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan karir di bidang MSDM.
7	Syafika Maularahmah (2023) Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Deskripsi Pekerjaan terhadap Minat Generasi Z dalam Melamar Kerja (Studi pada Mahasiswa S1 FEB UB). <i>Jurnal Kewirausahaan</i>	X1=kompensasi X2=lingkungan kerja X3=deskripsi pekerjaan Y=minat melamar kerja	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa kompensasi, lingkungan kerja, dan deskripsi pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam melamar kerja. Hal ini menegaskan bahwa ketiga faktor tersebut merupakan pertimbangan

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>dan Inovasi, 3(3), 652-662</i>			penting bagi Generasi Z dalam memilih pekerjaan.
8	Handi, H. dan Safitri, W. (2023) Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja di Kabupaten Bekasi. <i>JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 6(1), 210-218</i>	X1= Reputasi Perusahaan X2= E-Recruitment X3= Kompensasi Y= Minat Melamar kerja	Penelitian ini menggunakan kuantitatif	-Reputasi Perusahaan → Minat Melamar: Berpengaruh positif dan signifikan. -E-Recruitment → Minat Melamar: Berpengaruh positif dan signifikan. -Kompensasi → Minat Melamar: Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar kerja di Kabupaten Bekasi.
9	Indah Dwi Putri & Kamar Zaman (2024) Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan E-Rekrutmen terhadap Daya Tarik Perusahaan bagi Pelamar Kerja (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global Group)	X1=kompensasi X2=lingkungan kerja X3= E-Rekrutmen Y=daya tarik perusahaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi dan e-rekrutmen merupakan faktor penting yang memengaruhi daya tarik perusahaan bagi pelamar kerja Generasi Z. Sebaliknya, lingkungan kerja tidak memiliki pengaruh signifikan dalam konteks ini.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
10	Catur Sasi Kirono, Sri Wahyuningsih, dan Supartono (2025) Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. <i>Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi</i> , 31(1), 105-123.	X1= Reputasi Perusahaan X2=kompensasi X3= Lingkungan kerja Y= Minat Melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	-Pengaruh Positif Signifikan (koefisien regresi: 0.319 atau 31.9%). Artinya, semakin baik reputasi perusahaan, semakin tinggi minat melamar -Secara simultan, ketiga variabel berkontribusi signifikan terhadap minat melamar, dengan reputasi perusahaan sebagai faktor dominan.
11	Margaretha Vira Gisheila, Wahyudi Utomo, dan Riza Hadikusuma (2024) Pengaruh Kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan dengan lokasi kantor sebagai variabel moderating (strudi pada <i>jobstreet</i> di Depok). <i>Jurnal Administrasi</i>	X1= Kompensasi Varaibel = lokasi kantor Y= minat melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif korelasional	Hasil analisis data menunjukkan bahwa kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0,614 dan P values 0,000 terhadap minat melamar pekerjaan, variabel lokasi kantor juga memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>Profesional, 5(1), 47-58.</i>			0,293 dan P values 0,001 terhadap minat melamar pekerjaan. Selain itu, lokasi kantor terbukti memoderasi hubungan antara kompensasi dan minat melamar pekerjaan dengan nilai koefisien jalur 0,200 dan P values 0,012. Temuan ini mengindikasikan bahwa lokasi kantor yang strategis dapat memperkuat hubungan antara kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan
12	Lavita Adzannia Efendi Putri (2024) Pengaruh Employer Branding, Kompensasi, Reputasi Perusahaan, dan E-Recruitment terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z di BUMN. (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).	X1=Employer Branding X2=kompensasi X3=reputasi perusahaan X4= E-Recruitment Y=minat melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	1. Employer Branding: Berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di BUMN. 2. Kompensasi: Berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di BUMN. 3. Reputasi Perusahaan:

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				Berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di BUMN.
				4. E-Recruitment: Berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di BUMN.
13	Dewi Indah Febrianti & Christiawan Hendratmoko (2022) Pengaruh Kompensasi, Karakteristik Pekerjaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. <i>KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen</i> , 19(2), 257-267	X1= Kompensasi X2= Karakteristik perusahaan X3= Reputasi Perusahaan Y= Minat melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	kompensasi dan karakteristik pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan di Kabupaten Sukoharjo secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan sehingga kompensasi dan karakteristik pekerjaan merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam melamar pekerjaan di Kabupaten Sukoharjo. Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaanterhadap

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				minat melamar pekerjaan di Kabupaten Sukoharjo secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan sehingga tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan bukan merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam melamar pekerjaan di Kabupaten Sukoharjo.
14	Siti Fatimah, Aini Kusniawati, Muhtar Abdul Kader (2021) Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap minat melamar kerja. <i>Business Management and Entrepreneurship Journal</i> , 3(2), 40-55.	X1=kompensasi Y=minat melamar kerja	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	1). Terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja yakni dengan pengaruh sebesar 15,23 dan 84,77% dipengaruhi faktor lain. 2). Terdapat pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja yakni dengan pengaruh sebesar 17,99% dan 82,01% dipengaruhi oleh faktor lain. 3). Terdapat pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				terhadap minat melamar kerja, yakni dengan pengaruh sebesar 21,72% dan 78,28% dipengaruhi oleh faktor lain.
15	Raihanny Nadira Amriely(2024) Pengaruh Efikasi Diri dan Daya Tarik Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z Pengguna Instagram. (Doctor al dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung)	X1=efikasi diri X2=daya tarik perusahaan Y=minat melamar kerja	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif kausalitas	Penelitian ini menyoroti pentingnya efikasi diri dan persepsi terhadap daya tarik perusahaan dalam memengaruhi keputusan Generasi Z untuk melamar pekerjaan.
16	Muhamad ekhsan dan Nur fitri (2021) Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).	X1= <i>Employer Branding</i> Variabel mediator = reputasi perusahaan Y= Minat melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif kausalitas	pertama, Variabel Reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat melamar, kedua, Variabel employer branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat melamar , ketiga, Variabel employer branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel reputasi perusahaan.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
17	Putu Erika Meita Rina Dewi, Ni Wayan Mujiati, I Made Artha Wibawa, I Made Dana (2023) Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja	X1=Reputasi perusahaan X2=Deskripsi pekerjaan X3=E-Recruitment Y=Minat melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif kausalitas	terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara e-recruitment terhadap minat melamar kerja mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
18	Arla Triza Mutiara, Bambang Hermanto, Zaenal Muttaqin (2025) Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi pada Pengikut Akun Instagram @lifeat99group)	X1= Employer Branding Y=Minat melamar kerja	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	<i>employer branding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, dengan social value sebagai dimensi yang paling dominan. Namun, interest value dan economic value masih menunjukkan skor yang lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan daya

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				tarik intrinsik pekerjaan serta transparansi terkait kompensasi dan manfaat yang ditawarkan.
19	Amalia Suci Hapsari (2025) Peran Reputasi Perusahaan Melalui Employer Branding dan Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam Meningkatkan Minat Melamar Pekerjaan pada Fresh Graduate. <i>eCo-Buss</i> , 7(3), 1925-1940.	X1= Reputasi Perusahaan X2= Employer Branding Y= Minat Melamar Pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	variabel employer branding, penggunaan media sosial linkedin, dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat melamar pekerjaan. Variabel employer branding dan penggunaan media sosial linkedin juga memiliki pengaruh secara langsung terhadap reputasi perusahaan
20	Nurhana & Rizky, (2024) Faktor eksternal <i>Employer Branding</i> terhadap Minat melamar pekerjaan mahasiswa tingkat akhir <i>TheJournalish: Social and Government</i> , 6(3), 330-343.	X1= <i>Employer Branding</i> Y= Minat melamar pekerjaan	Penelitian ini menggunakan Kuantitatif	job security, lingkungan kerja, dan kompensasi memiliki pengaruh terhadap minat melamar kerja. Secara parsial kompensasi berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja. Namun, job security dan lingkungan kerja tidak berpengaruh

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				terhadap minat melamar kerja
21	Nasution, F. A. (2024). <i>Pengaruh Employer Attractiveness dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa</i> (Doctoral dissertation, Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).	X1= <i>Employer Attractiveness</i> X2= Penggunaan Sosial Media Y= Minat Melamar Pekerjaan	Kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda	<i>Employer attractiveness</i> dan penggunaan sosial media berkontribusi positif terhadap minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya citra perusahaan dan pemanfaatan media sosial dalam proses rekrutmen.
22	Prasetyo, F. B. (2024). <i>Pengaruh Employer Attractiveness dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z Di Kota Madiun</i> (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Madiun).	X1= <i>Employer Attractiveness</i> X2= Kompensasi Y= Minat Melamar Pekerjaan	Kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda	<i>Employer Attractiveness</i> dan Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z di Kota Madiun.
23	Junaedi, M. A. R., Dewianawati, D., & Agustina, R. (2024). <i>Pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, dan</i>	X1= Daya Tarik Perusahaan X2= Reputasi Perusahaan X3= Rekrutmen Online Y= Minat Melamar Kerja	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Semua variabel independen (daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, dan rekrutmen online) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	rekrutmen online terhadap minat melamar kerja generasi Y dan Z Muslim pengguna platform Tik-Tok pada PT Kelas Digital. <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam</i> , 10(1), 978-981			minat melamar kerja generasi Y dan Z yang menggunakan platform Tik-Tok.
24	Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh Kompensasi, Karakteristik Pekerjaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. <i>KINERJ A: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen</i> , 19(2), 257-267.	X1= Kompensasi X2= Karakteristik Pekerjaan X3= Tanggung jawab sosial X4= Reputasi Perusahaan Y= Minat Melamar Kerja	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Kompensasi dan karakteristik pekerjaan merupakan faktor penting yang dipertimbangkan pencari kerja di Kabupaten Sukoharjo, sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.
25	El-Menawy, S. M. A., & Saleh, P. S. (2023). <i>How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and</i>	X1= <i>Employer Attractiveness</i> M= <i>Social media platforms</i> Y= <i>Intentions to apply for a job</i>	Kuantitatif menggunakan PLS-SEM (<i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i>)	<i>Employer Attractiveness</i> (khususnya dimensi <i>development & interest, economic value, reputation, social value</i>) sangat memengaruhi niat Gen Z untuk melamar.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>generation Z intentions to apply for a job?. Future Business Journal</i> , 9(1), 65.			<i>Social Media Platforms</i> (terutama LinkedIn) terbukti menjadi mediator penting sehingga memperkuat niat Gen Z melamar.
26	Ahamad, F., Saini, G. K., & Jawahar, I. M. (2022). <i>Interactive influence of work-life balance benefits, employee recommendation, and job attributes on employer attractiveness and job pursuit intentions: two experiments. Asian Business & Management</i> , 1	X1= <i>Work Life Balance</i> X2= <i>Employee Recommendation</i> X3= <i>Job Attributes</i> Y1= <i>Employer Attractiveness</i> Y2= <i>Job Pursuit Intention</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	<i>Work Life Balance</i> faktor terkuat dalam menarik kandidat, <i>Employee Recommendation</i> memperkuat daya tarik organisasi dan Interaksi tiga variabel terbukti berpengaruh signifikan baik pada <i>employer attractiveness</i> maupun <i>job pursuit intentions</i> .
27	Pratiwi, A., & Widyarsih, R. (2024). <i>The Influence of Company Reputation, Compensation and Work Environment on Interest in Applying for Jobs (Study of Abfii Perbanas Alumni, Management Department). Management Research</i>	X1= <i>Company Reputation</i> X2= <i>Compensation</i> X3= <i>Work Environment</i> Y= <i>Interest in Applying for Jobs</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Semua variabel independen (<i>Company Reputation, Compensation and Work Environment</i>) berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat melamar pekerjaan.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>Studies Journal, 5(1), 48-62.</i>			
28	Bambang Septiawan, & Suprianto. (2024). <i>The Analysis of Direct Financial Compensation and Indirect Financial Compensation on the Interest in Applying Job of Blitar's Gen Z through Non-Financial Compensation as Moderating Variable. International Conference on Digital Business Innovation and Technology Management (ICONBIT), 1(1).</i>	X1= <i>Direct Financial Compensation</i> X2= <i>Indirect Financial Compensation</i> M= <i>Non-Financial Compensation</i> Y= <i>Interest in Applying Job</i>	Kuantitatif menggunakan <i>Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM)</i> dengan SmartPLS 3	<i>Direct Financial Compensation</i> dan <i>Non-Financial Compensation</i> berpengaruh signifikan positif terhadap minat melamar kerja Gen Z di Blitar, Sementara <i>Indirect Financial Compensation</i> tidak berpengaruh signifikan dan tidak dapat dimoderasi.
29	Gustiani, A. N., Rudianto, Y., & Dewi, L. S. (2025). <i>The Influence of Corporate Reputation and Compensation on Generation Z's Job Application Intentions on Fresh Graduate of the Management Study Program at STIE</i>	X1= <i>Corporate Reputation</i> X2= <i>Compensation</i> Y= <i>Job Application Intentions</i>	Kuantitatif deskriptif dengan regresi linier berganda	Secara parsial dan simultan, reputasi perusahaan dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap <i>job application intentions</i> menjelaskan 83,7% variasi minat melamar, sisanya 16,3% dipengaruhi faktor lain.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>Latifah Mubarokiyah. International Journal of Scientific Multidisciplinary Research, 3(7), 995-1012.</i>			
30	Nguyen, L. A. (2021). <i>The Effect of Compensation and Benefits Information Specificity on Intention to Apply for a Job: Conscientiousness as Moderator</i> (Master's thesis, National Taiwan Normal University (Taiwan)).	X1= Compensation and Benefits Information Specificity M= Conscientiousness Y= Intention to Apply	Hierarchical Regression Analysis untuk menguji pengaruh langsung dan moderasi	Compensation and benefits information specificity yang lebih spesifik dalam iklan lowongan kerja secara signifikan meningkatkan niat melamar pencari kerja. Kepribadian conscientiousness memperkuat hubungan tersebut. lebih terdorong untuk melamar
31	Iskha, M. S. F. M., & Pratama, A. A. N. (2022, August). <i>The Influence of Compensation, Sharia Bank Reputation and Religious Value on Interest of Applying for Job to Sharia Bank with Competency as Intervening Variable. In Annual International Conference on</i>	X1= Compensation X2= Reputation X3= Religious Value Z= Competency Y= Interest of Applying for Job	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Interest of applying for job ke bank syariah dipengaruhi oleh compensation, reputation dan religious value secara langsung. competency tidak berpengaruh signifikan terhadap interest of applying for job. Peran competency sebagai variabel mediasi hanya berlaku pada compensation

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>Islamic Economics and Business (AICIEB)</i> (Vol. 2, No. 1, pp. 422-431)			
32	Tangdialla, R., Pundissing, R., & Matasik, A. L. (2025). <i>The Impact of Compensation, The Company's Reputation and E-Recruitment of Job Application Interest</i> . <i>Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan</i> , 13(5), 3529–3540.	X1= <i>Compensation</i> X2= <i>Company's Reputation</i> X3= <i>E-Recruitment</i> Y= <i>Job Application Interest</i> .	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Generasi Z di Toraja Utara tidak menempatkan gaji sebagai faktor utama dalam melamar kerja. Reputasi perusahaan dan e-recruitment justru menjadi faktor dominan yang menarik minat mereka. Karir, lokasi kerja, pengalaman, serta <i>work-life balance</i> lebih diprioritaskan dibanding kompensasi semata
33	Wang H-y, Chen Z-X (2022) <i>Corporate social responsibility and job applicant attraction: A moderated-mediation model</i> . <i>PLoS ONE</i> 17(3): e0260125	X1= <i>Corporate social responsibility</i> X2 Mediator= <i>Expected Pride</i> X3 Mediator= <i>Employer Reputation</i> M= <i>Materialism</i> Y= <i>job applicant attraction</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	CSR berpengaruh positif terhadap daya tarik pelamar kerja, tetapi pengaruh ini sepenuhnya dimediasi oleh <i>Expected Pride</i> dan <i>Employer Reputation</i> . Secara keseluruhan, perusahaan yang aktif dalam CSR mampu meningkatkan reputasi, kebanggaan calon karyawan, dan

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				akhirnya meningkatkan minat pelamar kerja.
34	Salsabila, S. F., & Achmad, N. (2024). <i>Analysis of Corporate Reputation as an Intervening Variable in the Relationship Between the Influence of E-Recruitment, Employer Branding, and Compensation on the Interest of Generation Z in Applying for Jobs. Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)</i> , 485-495.	X1= <i>E-Recruitment</i> X2= <i>Employer Branding</i> X3= <i>Compensation</i> Z= <i>Corporate Reputation</i> Y= <i>Job Application Interest</i>	Kuantitatif dengan SEM-PLS (Smart PLS 4)	Faktor yang paling berpengaruh positif signifikan terhadap minat Gen Z melamar kerja adalah <i>E-Recruitment</i> dan <i>Employer Branding</i> . <i>Compensation</i> dan reputasi perusahaan ternyata tidak menjadi pertimbangan utama bagi Gen Z
35	Rizky, G., Puterisari, D. U., & Yustisi, Y. P. (2023). <i>Daya Tarik Perusahaan dan Kompetensi Karir yang Memengaruhi Niat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Tingkat Akhir. EKOMBIS</i>	X1= Daya Tarik Perusahaan X2= Kompetensi Karir Y= Niat Melamar Pekerjaan	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Daya tarik perusahaan berpengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, Kompetensi karir tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 11(2), 1317-1328.</i>			
36	Jordan, M. H., & Desiana, P. M. (2024). <i>The Influence Of Employer Branding On Intention To Apply, Mediated By Organization Reputation And Person organization Fit In Generation Z Talent Candidates. Journal of Syntax Literate, 9(11).</i>	X1= <i>Employer Branding</i> X2= <i>Organization Reputation</i> X3= <i>Person organization Fit</i> Y= <i>Intention To Apply</i>	Kuantitatif menggunakan analisis model persamaan struktural (SEM)	<i>Employer Branding dan Organization Reputation</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan sedangkan <i>Person-Organization Fit</i> tidak berpengaruh signifikan
37	Khan, R. B. F. (2024). <i>Exploring the impact of employer branding on intention towards job application: The mediating role of social media. Asian Journal of Economics, Business and Accounting, 24(3), 172-180</i>	X1= <i>Employer Branding</i> M= <i>Social Media</i> Y= <i>Intention to Apply</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara <i>employer branding</i> dan niat melamar. Meskipun media sosial tidak berhasil sebagai mediator, <i>branding</i> yang kuat meningkatkan niat individu untuk melamar
38	Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). <i>Peran</i>	X1= <i>Kompensasi</i> X2= <i>E-Recruitment</i>	Kuantitatif menggunakan analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Kompensasi</i>

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millenial. At-Tadbir: <i>Jurnal Ilmiah Manajemen</i> , 6(1), 66.	Y= Minat Melamar Pekerjaan	regresi linier berganda	berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan dan E-recruitment juga berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan.
39	Ardiansyah, F., & Sary, F. P. (2024). <i>The Influence Of Employer Attractiveness And Company Reputation On The Intention Of Applying For Jobs In Startup Companies In Final Level Students Of Universitas Telkom. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)</i> , 7(2), 2227-2242	X1= <i>Employer Attractiveness</i> X2= <i>Company Reputation</i> Y= <i>Job Application Intention</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa baik daya tarik perusahaan maupun reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mahasiswa Universitas Telkom untuk melamar kerja di perusahaan startup. Perusahaan yang mampu meningkatkan kedua aspek tersebut dapat meningkatkan peluang mereka untuk menarik bakat-bakat muda, khususnya dari generasi Z
40	Soeling, P. D., Arsanti, S. D. A., & Indriati, F. (2022). <i>Organizational reputation: does it</i>	X1= <i>Employer Brand Attractiveness</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Penelitian ini menunjukkan pentingnya <i>employer brand attractiveness</i> dalam menarik niat

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia?. Heliyo n, 8(4).</i>	Z= Organizational reputation Y= <i>Intention to Apply</i>		mahasiswa untuk melamar pekerjaan, sementara reputasi organisasi tidak berfungsi sebagai mediator dalam hubungan tersebut.
41	Silva, A. J., & Dias, herminia. (2022). <i>The relationship between employer branding, corporate reputation and intention to apply to a job offer. International Journal of Organizational Analysis</i> , 31(8), 1–16	X1= <i>Employer Branding</i> X2= <i>Corporate Reputation</i> Y= <i>Intention to apply to a job</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>employer branding</i> dan <i>corporate reputation</i> (nilai minat; nilai sosial; nilai ekonomi; nilai pengembangan; nilai penerapan) secara positif memengaruhi <i>corporate reputation</i> organisasi, yang pada gilirannya meningkatkan niat individu untuk melamar tawaran pekerjaan di organisasi tersebut.
42	Alifa, S. M., & Sarasi, V. (2023). <i>The Impact of Employer Branding Towards Intention to Apply on Novo Club Community Batch 1 with Corporate Reputation as Mediation Variable. Journal</i>	X1= <i>Employer Branding</i> Y= <i>Intention to Apply</i> Z= <i>Corporate Reputation</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	<i>Employer attractiveness</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>corporate reputation</i> dan <i>intention to apply</i> , <i>corporate reputation</i> itu sendiri tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam niat untuk melamar

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>of Social Science</i> , 4(3), 726–738.			pekerjaan baik di kalangan calon karyawan.
43	Sinaga, M. N. (2023). <i>Pengaruh Employer Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan</i> (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).	X1= <i>Employer Attractiveness</i> X2= <i>Kompensasi</i> Y= <i>Minat Melamar Pekerjaan</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel, yakni <i>employer attractiveness</i> dan kompensasi, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di kalangan mahasiswa. Penekanan pada kedua aspek ini dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata calon karyawan.
44	Putri, I. D., & Zaman, K. (2024). <i>Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan E-Rekrutment terhadap Daya Tarik Perusahaan bagi Pelamar Kerja</i> (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global Group). <i>Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan</i> , 18(1), 449-465.	X1= Kompensasi X2= Lingkungan Kerja X3= E-Rekrutment Y= Daya Tarik Perusahaan bagi Pelamar	Kuantitatif dengan analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) berbasis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Kompensasi dan E-Rekrutment memiliki pengaruh signifikan, menunjukkan bahwa perusahaan yang menawarkan kompensasi yang lebih baik cenderung lebih menarik bagi pelamar kerja, terutama Generasi Z, Sedangkan lingkungan kerja tidak berpengaruh.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
45	Nando, M. T., & Sukarno, G. (2024). <i>Analysis of company reputation and compensation on intention to apply among fresh graduates. Journal of Economics, Finance and Management Studies</i> , 7(7), 81–88	X1= <i>Company Reputation</i> X2= <i>Compensation</i> Y= <i>Intention to apply</i>	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan <i>Partial Least Square (PLS)</i> untuk analisis data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik <i>Company Reputation</i> maupun kompensasi berkontribusi signifikan terhadap niat lulusan untuk melamar pekerjaan. <i>Company Reputation</i> yang baik dan menawarkan kompensasi yang menarik cenderung lebih mampu menarik perhatian lulusan baru untuk melamar.
46	Elbendary, I., Elsetouhi, A. M., Marie, M., & Aljafari, A. M. (2024). <i>A mixed-methods approach for the relationship between organizational attributes, reputation, employer brand and intention to apply for a job vacancy. Personnel Review</i> , 53(5), 1244-1268.	X1= <i>Company Reputation</i> X2= <i>Organizational attributes</i> X3= <i>Employer brand</i> Y= <i>Intention to apply for a job</i>	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan <i>Partial Least Square (PLS-SEM)</i>	Terdapat hubungan yang signifikan antara <i>organizational attributes</i> dan niat untuk melamar lowongan kerja melalui <i>employer brand</i> . Selain itu, moderasi yang signifikan dari <i>company reputation</i> terhadap hubungan antara niat merek pemberi kerja untuk melamar pekerjaan dan hubungan antara <i>organizational attributes</i> dan niat

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
				untuk melamar lowongan pekerjaan.
47	Oktaviana, N. M. (2025). <i>Pengaruh Employer Branding, Reputasi Organisasi Terhadap Kompensasi Dan Minat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial Dan Generasi Z Pada Pt. Pegadaian Kota Rembang</i> (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).	X1= <i>Employer Branding</i> X2= Reputasi Organisasi Y1= Kompensasi Y2= Minat Melamar Pekerjaan	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	enelitian menunjukkan bahwa baik employer branding maupun reputasi organisasi berkontribusi dan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan di PT. Pegadaian Rembang.
48	Alfianto, R, M., Novitasari, A, D., & Purnomo, N. (2024). <i>The Influence of E-Recruitment and E-Selection on Interest in Applying for Jobs at the Central Statistics Agency of Lamongan Regency in the 2024 Statistics Partner Program (Case Study of Generation Z of Lamongan Regency)</i> . ormosa	X1= <i>of E-Recruitment</i> X2= <i>E-Selection</i> Y= <i>Interest in Applying for Jobs</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-recruitment</i> dan <i>e-selection</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat generasi Z di Kabupaten Lamongan untuk melamar pekerjaan, dengan <i>e-recruitment</i> menjadi faktor yang lebih dominan.

No.	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Analisis data	Hasil Penelitian
	<i>Journal of Applied Sciences</i> (FJAS) 3(4):2019-2030.			
49	Cahyo, I. N., & Waskito, J. (2023). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, Dan Persepsi Pencari Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Pada Generasi Z Solo Raya). <i>INFOTECH : Jurnal Informatika & Teknologi</i> , 4(2), 157-167.	X1= <i>E-Recruitment</i> X2= Reputasi Perusahaan X3= Persepsi Pencari Pekerjaan Y= Minat Melamar Kerja	E- Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	<i>E-recruitment</i> , reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Solo Raya.
50	Anjani, M., Lutfiani, M., & Kharisma. (2025). <i>The Effect of Compensation, Work Environment, and Employer Branding on the Interest in Applying for Work of Nusa Putra University Students. West Science Business and Management</i> 3(02):362-374.	X1= <i>Compensation</i> X2= <i>Work Environment</i> X3= <i>Employer Branding</i> Y= <i>Interest in Applying for Work</i>	Kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda	<i>Compensation</i> tidak menjadi faktor utama dalam menarik minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan. <i>Work environment</i> dan <i>employer branding</i> sangat berpengaruh, dengan <i>employer branding</i> menjadi faktor paling dominan

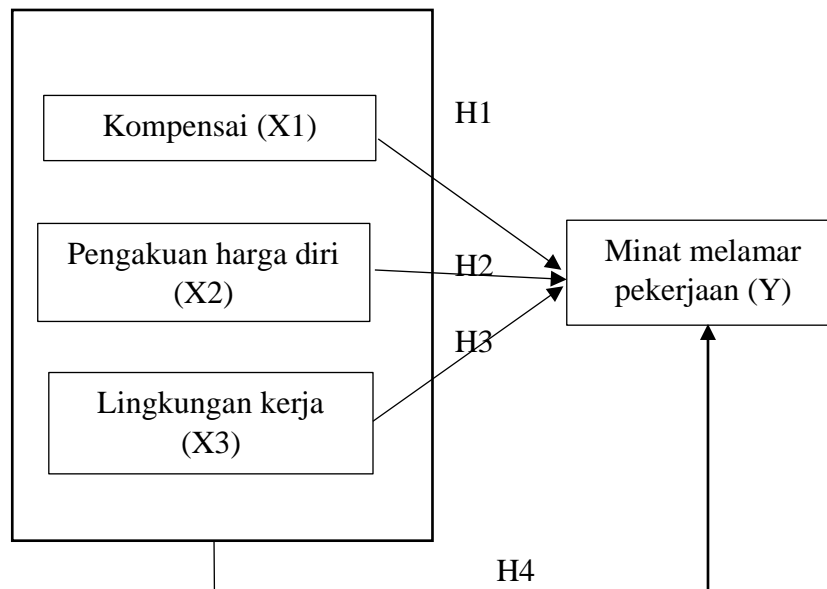
Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

C. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir yang juga dikenal sebagai kerangka konseptual adalah suatu model yang menggambarkan hubungan antara teori dan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka berpikir ini juga memberikan penjelasan sementara mengenai gejala yang menjadi objek penelitian. Proses berpikir yang didasari teori-teori yang sudah ada dan pengalaman empiris berfungsi sebagai landasan dalam menyusun kerangka berpikir yang bermanfaat dalam merumuskan hipotesis. Dengan kata lain, kerangka berpikir menjadi fondasi dalam pembuatan hipotesis (Addini Zahra Syahputri dkk, 2023).

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independent dan variabel dependen, sehingga dapat dibuat kerangka penelitian yang membantu pembaca dalam mengerti isu pokok yang sedang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2023) “Variabel bebas (independen) ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab adanya perubahan atau timbulnya variabel terikat.”. Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel independent, yaitu kompensasi, pengakuan harga diri, lingkungan kerja minat melamar pekerjaan. Variabel dependen atau disebut variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi dari variabel bebas (independent) (Sugiyono, 2023). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat melamar pekerjaan. Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yakni penelitian yang dilakukan oleh Syafira Putri, A., & Pratiwi, A. (2022); Yuniarti, Y. A. H., & Suharnomo, S. (2020); Lianopoulos, I. F. P., & Wijoyo, A. (2022) yang meneliti kompensasi,

pengakuan harga diri, lingkungan kerja, dan minat melamar pekerjaan. Kedua variabel ini dapat di gambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Sumber : modifikasi penelitian terdahulu (Syafira & Pratiwi, 2022), (Yuniarti, & Suharnomo, 2020), Lianopoulos, & Wijoyo, 2022)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah anggapan atau prediksi awal mengenai hubungan antara variable yang akan diuji dalam suatu penelitian, khususnya dalam penelitian yang bersifat kuantitatif. Hipotesis memiliki peran penting sebagai landasan dalam merancang cara pengumpulan data serta analisis statistik.

1. Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Kompensasi karyawan harus masuk akal dan adil karena dapat meningkatkan kemampuan karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja karena karyawan dapat puas melakukan pekerjaannya (Febrianti &

Hendratmoko, 2022). Oleh karena itu, desain gaji sangat penting dalam menarik dan mempertahankan tenaga kerja. Gupta & Saini (2020) yang menyatakan bahwa nilai finansial yang ditawarkan menimbulkan daya tarik tersendiri bagi pencari pekerjaan untuk memutuskan bergabung pada suatu perusahaan. Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hipotesis yaitu:

H1 : Diduga kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan di Kabupaten Ngawi.

2. Pengaruh Pengakuan Harga Diri terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan penelitian Rahmawaty & Zulkifli (2021) yang dipublikasikan dalam *Prosiding Snitt Poltekba*, pengakuan harga diri (*self-esteem recognition*) memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi individu dalam mencari pekerjaan. Studi ini menemukan bahwa mahasiswa tingkat akhir dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung lebih aktif melamar pekerjaan meskipun dalam situasi pandemi yang penuh ketidakpastian. Hal ini sejalan dengan temuan Nurjanah (2020) dalam *Jurnal Al-Ittizaan* yang menyatakan bahwa harga diri yang kuat mengurangi kecemasan pada fresh graduate saat menghadapi proses rekrutmen, sehingga meningkatkan intensitas melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hipotesis yaitu:

H2 : Diduga Pengakuan harga diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Kabupaten Ngawi.

3. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Nurhana & Rizky, (2024), lingkungan kerja termasuk dalam dimensi *employer branding* eksternal yang dipertimbangkan oleh calon pelamar, meskipun dalam konteks sektor perbankan, pengaruhnya tidak signifikan secara statistik dibandingkan kompensasi. Namun, Fatimah et al., (2021) menemukan bahwa lingkungan kerja yang positif seperti suasana kolaboratif, fasilitas memadai, dan hubungan kerja yang harmonis dapat meningkatkan daya tarik perusahaan, terutama bagi generasi muda yang mengutamakan kenyamanan dan budaya kerja.

Sedangkan Natalia *et al.*, (2025) mengonfirmasi bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan (koefisien determinasi 73,3%), yang secara tidak langsung dapat memengaruhi persepsi pelamar tentang kualitas tempat kerja. Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hipotesis yaitu:

H3 : Diduga Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar pekerjaan di Kabupaten Ngawi.

4. Pengaruh secara silmultan Pengaruh Kompensasi, Pengakuan Harga Diri, dan Lingkungan Kerja, terhadap Minat Melamar Pekerjaan.

Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kompensasi, pengakuan harga diri, dan lingkungan kerja terhadap minat melamar pekerjaan. Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Artinya semakin besar gaji yang di tawarkan maka, semakin banyak para calon karyawan yang akan meningkatkan kemauan mendaftar kerja.

Pengakuan harga diri berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Artinya semakin tinggi pengakuan yang di berikan kepada calon karyawan maka meningkatkan intensitas melamar pekerjaan. Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Lingkungan Kerja yang kondusif dan mendukung dapat menarik para calon pelamar pekerjaan.

Ketika ketiga variabel tersebut Kompensasi, Pengakuan Harga Diri, dan Lingkungan Kerja ditingkatkan secara bersamaan, maka secara signifikan akan meningkatkan para calon pelamar pekerjaan lebih semangat dan antusias dalam melamar pekerjaan. Hal ini karena karyawan akan merasa lebih puas dan membuat loyalitas mereka meningkat.

H4 : Diduga Kompensasi, Pengakuan Harga Diri, dan Lingkungan Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Kabupaten Ngawi.