

**PENGARUH DAYA TARIK PERUSAHAAN, REPUTASI PERUSAHAAN
DAN *WEBSITE RECRUITMENT* TERHADAP INTENSI MELAMAR
KERJA PADA INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**Tri Puji Astuti
20108020079**

PEMBIMBING:

**Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc
NIP.19920616 000000 2 301**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-740/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH DAYA TARIK PERUSAHAAN, REPUTASI PERUSAHAAN DAN WEBSITE RECRUITMENT TERHADAP INTENSI MELAMAR KERJA PADA INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **TRI PUJI ASTUTI**
Nomor Induk Mahasiswa : **20108020079**
Telah diujikan pada : **Rabu, 08 Mei 2024**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

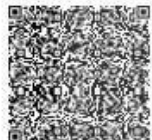
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Syayyidah Maltuhatul Jannah, SE., M.Sc
SIGNED

Valid ID: 665a7818f0e5



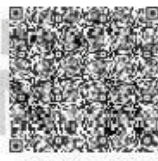
Penguji I
Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 66436a86c2e5b



Penguji II
Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K
SIGNED

Valid ID: 6653e8691c3f



Yogyakarta, 08 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Alhawanza, S. Ag., M. Ag.
SIGNED

Valid ID: 6654226d2f0c2

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Tri Puji Astuti

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Tri Puji Astuti

NIM : 20108020079

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan dan *Website Recruitment* Terhadap Intensi Melamar Kerja Pada Industri Perbankan Syariah


Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta, 26 Maret 2024

Pembimbing,



Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc
NIP.19920616 000000 2 301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Puji Astuti
NIM : 20108020079
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan dan *Website Recruitment* terhadap Intensi Melamar Kerja pada Industri Perbankan Syariah**” adalah benar – benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, mak tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 26 Maret 2024
Penyusun,



Tri Puji Astuti
NIM. 20108020079

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Puji Astuti
NIM : 20108020079
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan Dan *Website Recruitment* Terhadap Intensi Melamar Kerja Pada Industri Perbankan Syariah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 26 Maret 2024

Yang menyatakan,



Tri Puji Astuti
NIM. 20108020079

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra'd : 11)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud syukur kepada Allah SWT
Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran
sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik.*

Karya ini saya persembahkan untuk diri saya tercinta

Terimakasih sudah berjuang

Terimakasih sudah berusaha

Terimakasih atas kerja kerasnya sampai detik ini

Tetap semangat mengapai apa yang menjadi impianmu selama ini

*Halaman persembahan ini juga saya tujukan sebagai ungkapan terimakasih
kepada keluarga saya, terimakasih bapak Ngadiman dan ibu Muzimah
yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh
selama menempuh pendidikan.*

Terimakasih juga teruntuk kedua kakak saya tercinta

*Terimakasih banyak untuk semuanya yang telah mendukung dan menyemangati
dalam perjuangan ini.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
♥ Thank you ♥
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata – kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki

ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>muta’addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta’ Marbutah

1. Ta’ marbutah hidup

Ta’ marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

2. Ta’ marbutah mati

Ta’ marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā’</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta’ marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta’ marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāh al-fīṭr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

اَ	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
اِ	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
اُ	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	Ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	Ditulis	<i>yažhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. <i>Fathah + alif</i> جاهلية	Ditulis	<i>ā</i>
	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. <i>Fathah + yā' mati</i> تنسي	Ditulis	<i>ā</i>
	Ditulis	<i>tansā</i>
3. <i>Kasrah + yā' mati</i> كريم	Ditulis	<i>ī</i>
	Ditulis	<i>karīm</i>
4. <i>Ḍammah + wāwu mati</i> فروض	Ditulis	<i>ū</i>
	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. <i>Fathah + yā' mati</i> بينكم	Ditulis	<i>ai</i>
	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. <i>Fathah + wāwu mati</i> قول	Ditulis	<i>au</i>
	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>

لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>
-----------	---------	------------------------

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf “a”.

اقرآن	Ditulis	<i>al-Qurān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

A. Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl -as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah, puji dan syukur selalu terpanjatkan kehadirat Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang masih memberikan kasih dan sayang sehingga penulis masih diberi berkah kesehatan dan keselamatan untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan sebaik mungkin. Shalawat serta salam tidak lupa tercurah kepada panutan kita semua Nabi besar Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam* yang telah membawakan pedoman hidup yang penuh dengan keberkahan dan keselamatan. Penulisan tugas akhir skripsi ini tentunya belumlah sempurna. Masih terdapat keterbatasan yang muncul dari berbagai aspek seperti penulisan, informasi, serta hasil dari tugas akhir ini. Namun, penulis sangat bersyukur dan berharap keterbatasan tersebut dapat menjadi bahan literasi untuk orang lain yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama atau mendekati penelitian tugas akhir ini.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini tentunya banyak mendapatkan bantuan dan dukungan baik dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak disekitar penulis. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang turut serta membantu penulis dalam penulisan tugas akhir ini, terkhusus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M., selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan kalijaga.
4. Ibu Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.
5. Ibu Rifaatul Indana, S.E.I.,M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan dan membimbing penulis.

6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama penulis menempuh pendidikan di kampus ini.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam proses skripsi ini.
8. Untuk kedua orang tua penulis, terimakasih sudah selalu mendukung, mendoakan yang terbaik dan bersabar mendengar keluh kesah dari penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir ini, responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian penulis.
10. Seluruh teman – teman Program Studi Perbankan Syariah 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang mendukung dan berjuang bersama.
11. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.

Semoga Allah *Subhanahu wa ta'ala* senantiasa memberi balasan kebaikan dan berkah atas segala bantuan yang telah diberikan. Besar harapan penulis agar skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, amin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 Maret 2024

Penyusun



Tri Puji Astuti
NIM. 20108020079

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIK.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. KAJIAN TEORI	16
1. Theory of Reason Action	16
2. Intensi Melamar.....	17
3. Daya Tarik Perusahaan.....	23
4. Reputasi Perusahaan.....	26
5. Website Recruitment	33
B. TINJAUAN PUSTAKA	37
C. KERANGKA PEMIKIRAN	45
D. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A. Jenis Penelitian.....	53
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
C. Populasi dan Sampel	55
D. Definisi Operasional Variabel.....	56
E. Analisis Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63

A. Gambaran Umum Sejarah Bank Syariah Di Indonesia.....	63
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
C. Gambaran Umum Responden	66
D. Evaluasi Model.....	69
E. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
C. Keterbatasan Penelitian.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Kantor dan Karyawan BUS, UUS dan BPRS	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Kriteria Pembobotan	55
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	68
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen	69
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 7 Nilai R-Square.....	73
Tabel 4. 8 Predictive Relevance (Q ²).....	73
Tabel 4. 9 Effect Size	74
Tabel 4. 10 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	75
Tabel 4. 11 Detail Jawaban Kuesioner Daya Tarik Perusahaan	79
Tabel 4. 12 Detail Jawaban Kuesioner Reputasi Perusahaan	82
Tabel 4. 13 Detail Jawaban Kuesioner Website Recruitment.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Bank Terbaik di Indonesia	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4. 1 Hasil Uji Hipotesis WarpPLS	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2. Data Responden (SPSS 26)	108
Lampiran 3. Data Kuesioner	109
Lampiran 4. Output Olah Data WarpPLS (Outer Loading).....	115
Lampiran 5. Output Olah Data WarpPLS (Construct Validity, Reliability, R ² & Q ²)	116
Lampiran 6. Output Olah Data WarpPLS (Effect Sizes)	116
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis WarpPLS.....	117
Lampiran 8. Curriculum Vitae	118



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan dan *website recruitment* terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah. Penelitian dilakukan pada mahasiswa perbankan syariah di tiga universitas di Yogyakarta, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 145 responden dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Alat analisis yang digunakan adalah *WarpPLS 7.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan, reputasi perusahaan dan *website recruitment* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi melamar kerja dan *website recruitment* terbukti mampu memoderasi pengaruh daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap intensi melamar kerja.

Kata Kunci : Daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, *website recruitment*, dan intensi melamar kerja



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The research aims to examine and analyze the influence of company attractiveness, company reputation and recruitment website on job application intentions in the sharia banking industry. The research was conducted on sharia banking students at three universities in Yogyakarta, with a sampling technique using purposive sampling with a total sample of 145 respondents by distributing questionnaires via Google Form. The analysis tool used is WarpPLS 7.0. The research results show that company attractiveness has a positive and significant effect, company reputation and recruitment websites do not have a significant effect on job application intentions and recruitment websites are proven to be able to moderate the influence of company attractiveness and company reputation on job application intentions.

Keywords: *Company attractiveness, company reputation, recruitment website, and intention to apply for work*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan maupun dalam berbisnis. Dengan adanya perubahan perilaku yang semula konvensional kini berubah menjadi semakin modern. Hadirnya era baru, menyebabkan perusahaan mulai mengubah strategi mengikuti arus perkembangan saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi ini membawa perubahan yang pesat pula akan kebutuhan teknologinya, disini teknologi digital menjadi pilihan utamanya (Danuri, 2019).

Teknologi digital menjadi kebutuhan utama dan menuntut berbagai lini bisnis termasuk salah satunya perbankan untuk beradaptasi dan bergerak cepat dalam menghadapi dinamika serta perubahan pola konsumsi masyarakat menuju perbankan digital. Penerapan teknologi digital dalam sektor perbankan, telah membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap kemajuan perusahaan (Ojk, 2022).

Dalam konteks persaingan bisnis di sektor perbankan, institusi keuangan juga harus mengatasi tantangan dalam merekrut individu yang berbakat di pasar kerja global. Tidak hanya bersaing dengan bank lain, perusahaan perbankan juga harus bersaing dengan organisasi dari sektor industri yang berbeda (Kurniawan & Prameka, 2022). Karena persaingan dalam dunia bisnis sangat umum, terutama dalam era globalisasi saat ini di mana perusahaan – perusahaan harus bersaing secara global untuk mencapai pangsa pasar mereka (Cahyo & Waskito, 2023). Oleh karena itu, dengan

adanya persaingan tersebut, mengharuskan perusahaan dapat mengiringinya dengan teknologi yang memadai dan SDM yang unggul .

Sumber daya manusia (SDM) merupakan komponen penting dalam proses transformasi sebuah perusahaan. Sumber daya manusia merupakan aspek penting dari keunggulan yang kompetitif dan investasi utama perusahaan (Sivertzen *et al.*, 2013). Sumber daya manusia terutama di sektor perbankan syariah harus memiliki kemampuan untuk menerapkan nilai – nilai Islam dalam layanan operasional serta dalam kehidupan sehari – hari. Individu tersebut harus dapat dipercaya, memiliki kepribadian yang kuat, dan bertindak secara profesional sehingga tidak hanya menjalankan tugas pekerjaan, tetapi juga mewujudkan nilai – nilai Islam secara konsisten (Arfaizar *et al.*, 2023).

Semakin berkembangnya bank syariah saat ini maka SDM dengan daya saing yang andal sangat diperlukan. Bank syariah membutuhkan SDM yang memiliki keterampilan pengelolaan operasional serta pengetahuan syariah termasuk akhlak dan moral yang baik (Hasna & Mulyanti, 2023). Maka dari itu, dalam pengelolaan SDM yang kompeten dan andal di dalam bank syariah harus dilengkapi ilmu pengetahuan dan keterampilan yang menunjang dalam sektor perbankan syariah, hal ini penting untuk menghindari ketidaksesuaian dengan prinsip – prinsip dan aturan syariah.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Kantor dan Karyawan BUS, UUS dan BPRS

Indikator	Feb 2022	Feb 2023	Feb 2024
Jumlah Kantor BUS	2.036	2.002	2.008
Jumlah Karyawan BUS	50.708	50.708	50.708
Jumlah Kantor UUS	444	453	384
Jumlah Karyawan UUS	5.590	5.590	5.590
Jumlah Kantor BPRS	663	666	686
Jumlah Karyawan BPRS	6.977	7.559	8.028

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK Februari 2024 yang telah disesuaikan

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pada jumlah kantor BPRS di tahun 2022 hingga 2024 serta penurunan jumlah kantor pada BUS dan UUS 2023 hingga 2024. Sementara untuk jumlah karyawan BUS dan UUS masih stagnan pada angka 50.708 dan 5.590. Sedangkan BPRS sendiri mengalami peningkatan jumlah karyawan dari tahun 2022 hingga Februari 2024. Posisi karyawan di Lembaga Keuangan Syariah ini tentunya lebih baik diisi oleh SDM yang memiliki pengetahuan dan latar belakang Pendidikan Perbankan Syariah.

Mengingat perbankan syariah sampai saat ini masih memiliki masalah yang harus diselesaikan, dimana 90% dari sumber daya manusia di bank syariah tidak memiliki latar belakang pendidikan dalam bidang ekonomi syariah atau perbankan syariah, hal tersebut yang menyebabkan ketidakseimbangan komposisi SDM di bank syariah (Ojk, 2023). Jika dilihat pada setiap tahun ada sekitar 800 program studi yang bertema syariah yang mampu meluluskan 50 orang pertahun maka akan ada potensi 40.000 sumber daya manusia yang bisa diserap industri keuangan dan perbankan

syariah (Ulya, 2021). Hal ini menjadi tantangan sendiri bagi bank syariah terutama di tengah tren percepatan transformasi digital.

Dalam mendapatkan SDM yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan tidaklah mudah. Oleh karena itu, jika sebuah perusahaan mampu menemukan dan mempertahankan talenta yang lebih unggul dan berkualitas dibandingkan dengan pesaingnya, maka ini merupakan sebuah keuntungan yang signifikan (Boxall, 1996). Apabila sebuah perusahaan berhasil dalam menarik dan mempertahankan karyawan yang memiliki kompetensi tinggi, hal ini memberikan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari pesaing lainnya (Sivertzen *et al.*, 2013). Untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas dan unggul akan lebih mudah dilakukan apabila calon karyawan tersebut telah memiliki ketertarikan kepada perusahaan dan mempunyai niat melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

Berbagai faktor dapat mempengaruhi niat seseorang untuk melamar pekerjaan salah satunya adalah daya tarik perusahaan. Berthon *et al.* (2005) menyatakan bahwa daya tarik perusahaan merupakan manfaat atau keuntungan yang dapat diperkirakan dari perspektif tenaga kerja potensial saat nanti bekerja di sebuah perusahaan tertentu (Sivertzen *et al.*, 2013). Daya tarik perusahaan merujuk pada persepsi individu atau pelamar kerja terhadap suatu organisasi sebagai lingkungan kerja yang menguntungkan atau positif (Highhouse *et al.*, 2003). Dan umumnya, faktor – faktor yang menarik bagi pelamar sebelum mereka memutuskan untuk bergabung dengan sebuah organisasi adalah gaji yang kompetitif, jalur karir yang jelas, keamanan pekerjaan dan faktor lainnya (Kumari & Saini, 2018).

Ha & Luan (2018) mengatakan bahwa daya tarik perusahaan berdampak pada psikologi calon pelamar dan niat mereka untuk melamar pekerjaan. Bertambah menariknya suatu organisasi bagi calon pegawai potensial, maka bertambah besar pula keinginan calon pegawai untuk menjadi bagian dari organisasi itu. Oleh karena itu, penting bagi organisasi dalam mengoptimalkan daya tarik mereka menjadi lebih responsif atas harapan dan ekspektasi yang dimiliki oleh generasi calon pegawai saat ini (Annisa *et al.*, 2022). Maka dapat disimpulkan bahwa calon karyawan masing - masing mempunyai suatu hal yang diharapkan apabila dapat menjadi salah satu bagian dari suatu perusahaan. Berthon *et al.* (2005) menentukan ada lima elemen dari daya tarik perusahaan adalah nilai minat, sosial, ekonomi, pengembangan dan aplikasi.

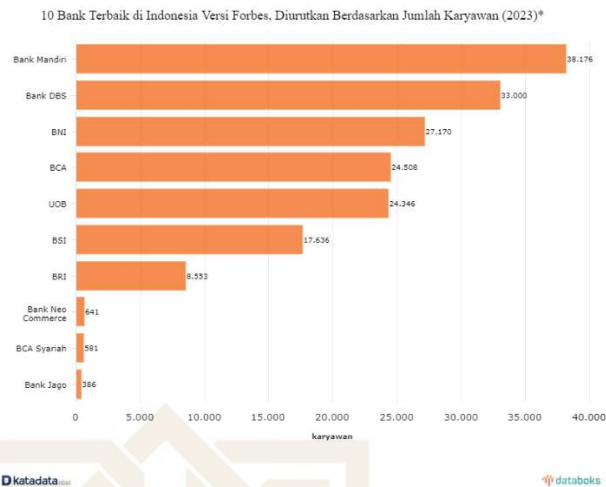
Selain itu, reputasi perusahaan dapat menjadi salah satu faktor pertimbangan calon pelamar dalam memilih pekerjaan yang dapat memengaruhi intensi melamar kerja. Reputasi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena dijadikan sebagai gambaran atau citra yang dipegang oleh semua pihak yang melihat perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membangun dan meningkatkan reputasi mereka agar mendapatkan kepercayaan dari calon pelamar (Widianti & Murti, 2022).

Reputasi perusahaan yang baik mampu menarik calon karyawan yang kompeten untuk bergabung di perusahaan (Williamson *et al.*, 2010). Pada umumnya calon karyawan akan mencari informasi pekerjaan yang mempunyai reputasi bagus dan unggul dari yang lain. Maka dari itu,

keputusan awal dalam menentukan pekerjaan sering dikaitkan dengan reputasi perusahaan tersebut (Silva & Dias, 2022). Abratt & Kleyn (2012) menyatakan bahwa reputasi perusahaan yang baik dapat menjadi alasan mengapa banyak para calon tenaga kerja yang ingin melamar ke perusahaan tersebut.

Fombrun *et al.* (2000) mengatakan bahwa reputasi perusahaan disini dapat dilihat salah satunya dari sisi produk dan layanan seperti perusahaan menyediakan barang dan jasa yang berkualitas tinggi dan bernilai, visi dan kepemimpinan yaitu seperti bagaimana perusahaan memiliki tujuan yang jelas dalam menangani masalah kedepannya dan peforma finansial yaitu dimana perusahaan memiliki jejak kinerja keuangan yang menguntungkan dan memiliki potensi pertumbuhan yang kuat.

Fombrun (1996) juga memaparkan terdapat tiga komponen yang dapat membangun sebuah reputasi perusahaan sebagai tempat yang baik dimata calon karyawan yaitu membangun kepercayaan stakeholder, meningkatkan kinerja perusahaan dan menimbulkan perasaan bangga. Sedangkan Herbig *et al.* (1994) menyatakan bahwa reputasi perusahaan dapat dilihat dari kompetensi perusahaan tersebut dan keunggulannya dibandingkan para perusahaan kompetitor yang lain.



Gambar 1. 10 Bank Terbaik di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id, 2023

Gambar diatas menunjukkan hasil dari survei yang dilakukan kepada 48 ribu nasabah dari 32 negara salah satunya Indonesia yang dilakukan oleh *Forbes* atas kerjasamanya dengan Statista, terkait penilaian bank terbaik berdasarkan beberapa indikator seperti layanan digital, kepercayaan nasabah dan layanan nasabah penasihat keuangan. Dan Bank Syariah Indonesia menempati urutan ke 14 bank syariah di seluruh dunia (Annur, 2023).

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia telah memberikan respon strategi yang akurat dalam mencapai perkembangan bisnis yang sehat, menjaga keberlanjutan pertumbuhan yang fokus disisi likuiditas terutama meningkatkan biaya murah, serta menjaga kualitas aset. Dari data tersebut, dapat menjadi salah satu contoh bukti bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki prestasi yang dapat memberikan dampak bagi bank – bank syariah di Indonesia lainnya. Perkembangan tersebut juga dapat

memberikan citra atau reputasi yang baik bagi bank syariah di mata masyarakat untuk semakin dapat dipercaya dan diandalkan.

Reputasi juga tidak hanya dilihat dari sisi positif atau baiknya, tetapi juga bisa dilihat dari bagaimana perusahaan atau bank syariah dalam menghadapi dan menangani masalah yang dihadapi dengan cepat tanpa merugikan banyak pihak. Seperti di tahun 2023 kemarin, dimana Bank Syariah Indonesia mengalami serangan *cybercrime* yang mengakibatkan bank tidak bisa beroperasi dalam beberapa hari. Serangan siber ini tentunya menimbulkan kerugian bagi pihak bank selain resiko pencurian identitas, penipuan juga menyebabkan kerugian reputasi bank yang signifikan (Azarine, 2023). Namun, dengan langkah cepat Bank Syariah Indonesia dapat menghadapi serangan tersebut sehingga bank sudah bisa beroperasi dengan normal.

Maka dapat dikatakan, kualitas SDM sangat berperan penting untuk keberlangsungan perusahaan. Dimana industri jasa keuangan membutuhkan orang – orang dengan keterampilan digital yang baik untuk tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis, tetapi mempercepat transformasi digital (Sosrowidigdo *et al.*, 2021). Namun, Davison (2011) berpendapat sebanyak 74% perusahaan mengatakan bahwa reputasi perusahaan bisa dirusak dengan mudah oleh komentar – komentar para pengguna situs lowongan atau sosial media.

Selain daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan, proses rekrutmen juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi intensi untuk melamar kerja. Rekrutmen merupakan suatu metode untuk

menyeleksi, menarik dan melibatkan pegawai baru untuk bekerja di perusahaan (Sutrisno, 2012). Collins & Stevens (2002) menyarankan perusahaan untuk selalu menyusun strategi perekrutan calon pegawai baru, agar selalu mendapatkan hasil yang terbaik.

Strategi paling tepat dalam rekrutmen adalah memberikan informasi lengkap terkait perusahaan. Dengan adanya informasi tersebut, calon pegawai akan lebih memahami terkait perusahaan didukung adanya metode rekrutmen yang efektif yaitu melalui *website recruitment* (Erlinda & Safitri, 2020). Yang memberikan keuntungan dari segi kecepatan segi waktu dan biaya, perusahaan pun akan lebih mudah dalam memilah para calon pelamar yang sesuai dengan kriteria. Pemanfaatan *website recruitment* ini telah dilakukan oleh beberapa bank syariah untuk memudahkan dalam pencarian data pelamar yang dibutuhkan.

Dengan total 14 bank umum syariah di Indonesia, dimana masing – masing bank tersebut sudah memanfaatkan adanya *website recruitment* yang dapat dilihat dan diakses langsung melalui website masing – masing bank syariah. Yang memberikan informasi lengkap terkait posisi dan syarat - syarat dalam melamar pekerjaan yang nantinya mempermudah calon pelamar dapat mengisi formulir pendaftaran secara online melalui situs web masing – masing bank yang tersedia. Sehingga adanya pemanfaatan *website recruitment* yang informatif membuktikan efektivitasnya dengan membantu dalam menarik calon pegawai potensial yang memenuhi persyaratan (Baum & Kabst, 2014).

Cappelli (2001) mengatakan bahwa di dunia bisnis dengan persaingan yang sengit dan terbuka ini, adanya daya tarik perusahaan dan reputasi perusahaan sangat penting dalam menarik calon pelamar potensial untuk bekerja di perusahaan tersebut. Didukung dengan adanya teknologi digital, melalui rekrutmen online memberikan kemudahan bagi perusahaan dan calon pelamar dalam mencari informasi - informasi penting yang nantinya memberikan pengaruh terkait intensi melamar pekerjaan.

Website recruitment disini sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian karena semakin banyak calon pelamar yang mengakses *website recruitment* maka semakin meningkatkan pula daya tarik perusahaan terhadap intensi melamar kerja (Arya *et al.*, 2020). Dan semakin tinggi pula calon pelamar mengakses *website recruitment* semakin kuat pula reputasi perusahaan dimata calon pelamar dalam mempengaruhi intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah. Dimana yang dilihat pertama kali dan diamati oleh calon pelamar dapat memberikan kesan, sehingga dapat mempengaruhi daya tarik dan reputasi perusahaan untuk melamar kerja (Afra, 2022).

Dari penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan oleh Rizky *et al.* (2023), Annisa *et al.* (2022), & Liu (2018) menyebutkan bahwa daya tarik perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar kerja. Iskha & Pratama (2022) dan Permadi & Netra (2015) mengemukakan bahwa reputasi bank syariah memiliki pengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Berbanding terbalik dengan penelitian Sukresno & Fadli (2022) reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap minat melamar kerja.

Penelitian dari Cahyo & Waskito (2023) menunjukkan bahwa *website recruitment* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar kerja. Bertentangan dengan Erlinda & Safitri (2020) dan Baum & Kabst (2014) menunjukkan bahwa *website recruitment* berpengaruh negatif terhadap intensi melamar pekerjaan.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2020 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Universitas Ahmad Dahlan dan Universitas Alma Ata Yogyakarta. Pemilihan objek penelitian ini dikarenakan universitas tersebut memiliki Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan bukan merupakan sekolah tinggi atau institusi tetapi merupakan universitas.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya yang masih terdapat inkonsisten hasil tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali terkait **“Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan dan *Website Recruitment* Terhadap Intensi Melamar Kerja pada Industri Perbankan Syariah”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, pokok pembahasan yang akan diuji pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah daya tarik perusahaan berpengaruh terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah?
2. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah?

3. Apakah *website recruitment* berpengaruh terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah?
4. Apakah *website recruitment* berpengaruh terhadap daya tarik perusahaan?
5. Apakah *website recruitment* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan?
6. Apakah daya tarik perusahaan berpengaruh terhadap intensi melamar kerja dengan *website recruitment* sebagai variabel moderating?
7. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap intensi melamar kerja dengan *website recruitment* sebagai variabel moderating?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh daya tarik perusahaan terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh reputasi perusahaan terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh *website recruitment* terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah.
4. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh *website recruitment* terhadap daya tarik perusahaan.

5. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh *website recruitment* terhadap reputasi perusahaan.
6. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh daya tarik perusahaan terhadap intensi melamar kerja di perbankan syariah dengan *website recruitment* sebagai variabel moderating.
7. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh reputasi perusahaan terhadap intensi melamar kerja di perbankan syariah dengan *website recruitment* sebagai variabel moderating.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan, pengetahuan dan penerapan atas ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan kontribusi terhadap pemahaman mengenai pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan dan *website recruitment* terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dihasilkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan faktor – faktor apa saja yang menjadi keunggulan sehingga dapat menjadikan daya tarik bagi calon pelamar dan memberikan informasi terkait pentingnya reputasi perusahaan serta membantu perusahaan untuk lebih memanfaatkan *website*

recruitment agar mempermudah bagi perusahaan untuk mendapatkan calon pelamar yang potensial sehingga bermanfaat bagi perusahaan.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk dapat dijadikan bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya di dalam perbankan syariah.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu dijadikan bahan penerapan teori – teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam kondisi sesungguhnya. Selain itu, dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

d. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini, menjelaskan secara singkat terkait isi dari setiap bab pada skripsi ini, diantaranya:

BAB I yaitu pendahuluan. Bagian ini, menjelaskan latar belakang yang menjadi landasan awal dalam penelitian ini. Selanjutnya akan disampaikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan

sistematika penulisan. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang arah penulisan dalam penelitian ini.

BAB II yaitu landasan teori. Bab ini akan diuraikan tentang kerangka teori, telaah pustaka yang menjadi referensi penelitian, mengenai hasil dari penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, akan dibahas pengembangan hipotesis yang membahas terkait penyusunan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB III yaitu metode penelitian. Yang merinci terkait rencana pengumpulan, pengukuran, dan analisis data. Bab ini akan mencakup desain penelitian, variabel dan definisi operasionalnya, informasi terkait populasi dan sampel, data dan sumber data yang digunakan, serta teknik analisis data. Selain itu, bab ini akan menjelaskan instrumen dan alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV yaitu hasil dan pembahasan. Disini, akan dijelaskan gambaran umum tentang objek penelitian. Selanjutnya, hasil analisis data akan diinterpretasikan sebagai pembahasan penelitian yang didasarkan pada objek penelitian.

BAB V yaitu penutup. Didalamnya akan diuraikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari hasil penelitian, serta saran dan masukan yang mungkin bermanfaat untuk masa depan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab yang telah dibahas sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan dan *website recruitment* terhadap intensi melamar kerja pada industri perbankan syariah adalah:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik perusahaan terhadap intensi melamar kerja di industri perbankan syariah, dengan perolehan nilai *path coefficient* 0.641 dan *p values* sebesar <0.001 . Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik perusahaan mampu menarik mahasiswa perbankan syariah untuk melamar pekerjaan di industri perbankan syariah.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara reputasi perusahaan terhadap intensi melamar kerja di industri perbankan syariah dengan perolehan nilai *path coefficient* sebesar 0.030 dan nilai *p value* 0.360. hal ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan belum mampu memengaruhi mahasiswa perbankan syariah untuk melamar pekerjaan di industri perbankan syariah.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *website recruitment* terhadap intensi melamar pekerjaan di industri perbankan syariah dengan perolehan nilai *path coefficient* sebesar 0.057 dan nilai *p value* 0.245. Hal ini menunjukkan bahwa *website recruitment* tidak mampu

mempengaruhi mahasiswa perbankan syariah untuk melamar kerja di industri perbankan syariah.

4. *Website recruitment* mampu memperkuat hubungan antara daya tarik perusahaan terhadap intensi melamar kerja di industri perbankan syariah dengan perolehan nilai *path coefficient* 0.212 sebesar dan nilai *p value* sebesar 0.004. serta *website recruitment* mampu memperkuat hubungan antara reputasi terhadap intensi melamar kerja di industri perbankan syariah dengan perolehan nilai *path coefficient* sebesar 0.308 dan nilai *p value* sebesar <0.001 .

B. Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti mengungkapkan beberapa saran dan aspirasi yang diharapkan memberikan manfaat bagi pihak – pihak yang terkait, yaitu :

1. Bagi Pihak Bank

Bagi pihak bank syariah di seluruh Indonesia untuk dapat mencermati kembali faktor – faktor intensi melamar pekerjaan terkait daya tarik perusahaan terutama pada *value* yang akan didapat calon pegawai nantinya. Begitupun terkait reputasi perusahaan dimana bank syariah harus terus menjaga reputasi yang sudah terjaga dengan baik dimata pegawai dan masyarakat sekitar. Bank syariah di Indonesia juga harus terus meningkatkan dan menjaga kualitas dari *website recruitment* yang lebih efektif dan efisien sehingga dapat menarik dan mempermudah dalam pencarian pekerjaan oleh calon pelamar.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya agar bisa memperluas kembali variabel terbaru yang masih berhubungan dengan intensi melamar pekerjaan, selain itu untuk memperluas kembali terkait pemanfaatan teknologi sekarang terhadap reputasi perusahaan. Dan untuk memperluas jangkauan objek yang diteliti serta mempergunakan rentang waktu penelitian yang lebih lama.

C. Keterbatasan Penelitian

Suatu penelitian pasti memiliki hambatan dan tantangan yang selanjutnya dapat menjadi keterbatasan pada penelitian. Adapun keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu terkait variabel bebas (independen) yang masih terbatas sehingga kemungkinan besar masih terdapat variabel lain diluar penelitian yang belum ikut dalam kerangka penelitian terkait niat melamar pekerjaan di bank syariah. Masih terbatas juga penjabaran terkait variabel yang diteliti.
2. Penelitian ini sudah memenuhi syarat penentuan kaidah sampel, namun belum mampu mendapatkan sampel secara merata berdasarkan masing – masing objek penelitian yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abratt, R., & Kleyn, N. (2012). Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration. *European Journal of Marketing*, 46(7), 1048–1063. <https://doi.org/10.1108/03090561211230197>
- Afra, A. F. (2022). *Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan Dan Web Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Perbankan Syariah Di Bank Syariah*. UIN Walisongo .
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.
- Allden, N., & Harris, L. (2013). Building a positive candidate experience: Towards a networked model of e-recruitment. *Journal of Business Strategy*, 34(5), 36–47. <https://doi.org/10.1108/JBS-11-2012-0072>
- Allen, D. G., Mahto, R. V., & Otondo, R. F. (2007). Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational Brand, and Attitudes Toward a Web Site on Applicant Attraction. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1696–1708. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1696>
- Amara, N. A. N., Barkah, Daud, I., Sulistiowati, & Hendri, M. I. (2023). The Effect of Employer Attractiveness and Compensation on Job Pursuit Intention to Fmcg Companies in Indonesia: Coporate Reputation as an Intervening Variable. *Scientific Research Journal of Economics and Business Management*, 3(1).
- Annisa, S., Jaja Raharja, un, & Abdul Muhyi, H. (2022). Pengaruh employer attractiveness, media sosial, dan reputasi organisasi terhadap intensi melamar pekerjaan generasi z. In *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* (Vol. 18, Issue 4).
- Annur, C. M. (2023, June 20). *Ada BCA hingga Bank Jago, Ini 10 Bank terbaik di Indonesia Versi Forbes*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/ada-bca-hingga-bank-jago-ini-10-bank-terbaik-di-indonesia-versi-forbes>
- Arfaizar, J., Ayu, N., Riyanto, F., Selamat Muliadi, dan, & Tinggi Agama Islam Yogyakarta, S. (2023). Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital Di Indonesia. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2), 163–191. <https://doi.org/10.30762/wadiah>
- Arya, P. K. P., Santika I Putu, & Antari, N. L. S. (2020). Moderasi Reputasi Organisasi Pada Pengaruh Recruitment Websites Terhadap Daya Tarik

Organisasi Di Hotel Padma Resort Legian. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 15(2), 120–130.

- Barber, A. E. (1998). *Recruiting Employees*. . Sage Publications.
- Baum, M., & Kabst, R. (2014). The effectiveness of recruitment advertisements and recruitment websites: Indirect and interactive effects on applicant attraction. *Human Resource Management*, 53(3), 353–378. <https://doi.org/10.1002/hrm.21571>
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>
- Boxall, P. (1996). The Strategic HRM Debate And The Resource-Based View Of The Firm. *Human Resource Management Journal*, 6(3), 59–75.
- Bundy, Mr. P., Deloitte, Touche, & Norris, Dr. D. (2011). What Accounting Students Consider Important In The Job Selection Process. *Journal of Applied Business Research*, 8(2).
- Cable, D. M., & Turban, D. B. (2001). Establishing the dimensions, sources and value of job seekers' employer knowledge during recruitment. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 20, 115–163. [https://doi.org/10.1016/S0742-7301\(01\)20002-4](https://doi.org/10.1016/S0742-7301(01)20002-4)
- 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). *INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi*, 4, 157–167.
- Cappelli, P. (2001). Making the Most of On-Line Recruiting. *Harvard Business Review*, 79(3), 139–148.
- Chapman, D. S., & Webster, J. (2003). The Use of Technologies in the Recruiting, Screening, and Selection Processes for Job Candidates. *International Journal Of Selection And Assessment*, 11.
- Cober, Brown, Keeping, & Levy. (2004). Recruitment on the Net: How Do Organizational Web Site Characteristics Influence. *Journal of Management*.
- Collins, C. J., & Stevens, C. K. (2002). The relationship between early recruitment-related activities and the application decisions of new labor-market entrants: A brand equity approach to recruitment. *Journal of Applied Psychology*, 87(6), 1121–1133. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.6.1121>
- Danuri, M. (2019). Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2), 116–123.

- Dary, A. W., & Ilyas, F. (2017). Pengaruh Gender, Penghargaan Finansial Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Menjadi Akuntan Publik Dan Non Akuntan Publik. *Jurnal Akuntansi*, 7(1), 51–60.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (2021). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 8–17. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.975>
- Erlinda, F., & Safitri, R. (2020). The Relationship Between Employer Branding, Corporate Reputation and Recruitment Web On Intention To Apply. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(8), 1572. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20208pp1572-1583>
- Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2), 257–267.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation : Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press, Cambridge, MA.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.10>
- Fridantara, A. S., & Muafi. (2018). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-Rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y : Peran Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Giffari, M. I. (2019). *Employer Branding Of Go-Jek and Its Influence to Intention to Apply for Job Mediated by Audience's Response to Youtube Channel 'Life at Go-Jek' Video Content*.

- Hair, Jr., Joseph F., & et al. (2011). *Multivariate Data Analysis* (Fifth Edition). PrenticeHall, Inc.
- Hamid, R. S. S. E. ,M. M., & Anwar, Dr. S. M. A. Drs. , M. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Abiratno, S. Nurdiyanti, & Dra. A. D. Raksanagara, Eds.). PT Inkubator Penulis Indonesia. www.institutpenulis.id
- Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Ha, N. M., & Luan, N. V. (2018). The Effect Of Employer' Attraction And Social Media On Job Application Aattention Of Senior Students At Pharmaceutical Universities In Vietnam. *International Journal of Business and Society*, 19(2), 473–491.
- Hardiansyah, R., Danial, D. M., & Nurmala, R. (2023). THE EFFECTIVENESS OF E-RECRUITMENT AND SOCIAL MEDIA IN INCREASING THE INTEREST OF GENERATION Z JOB APPLICANTS EFEKTIVITAS E-RECRUITMENT DAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT PELAMAR KERJA GENERASI Z. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1).
- Hasna, N., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 194–208. <https://finance.detik.com>,
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986–1001. <https://doi.org/10.1177/0013164403258403>
- Iskha, M. S. F. M., & Pratama, A. A. N. (2022). The Influence of Compensation, Sharia Bank Reputation and Religious Value on Interest of Applying for Job to Sharia Bank with Competency as Intervening Variable. *AICIEB (Annual International Conference on Islamic Economics and Business)*, 2(1), 422–431.
- Jiang, T., & Iles, P. (2011). Employer-brand equity, organizational attractiveness and talent management in the Zhejiang private sector, China. *Journal of Technology Management in China*, 6(1), 97–110. <https://doi.org/10.1108/17468771111105686>
- Jogiyanto. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. UPP STIM YKPN Yogyakarta.

- Kumari, S., & Saini, G. K. (2018). Do instrumental and symbolic factors interact in influencing employer attractiveness and job pursuit intention? *Career Development International*, 23(4), 444–462. <https://doi.org/10.1108/CDI-03-2018-0069>
- Kurniawan, D. T., & Prameka, A. S. (2022). Apakah Career Website Employer, Social Media and Employer Branding Mempengaruhi Daya Tarik dan Keinginan Melamar pada Industri Perbankan? *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i1.30463>
- Latansa, M. L. (2020). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Liu, Y. (2018). Employer Attractiveness to Chinese Potential Employees. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 4(2).
- Munawaroh, S., & Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Cikarang Utara). *Universitas Pelita Bangsa*.
- Nguyen, M. H., Luan, N. V., & Khoa, B. T. (2021). Employer attractiveness and employee performance: an exploratory study. *Journal of System and Management Sciences*, 11(1), 97–123. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2021.0107>
- Ojk. (2022, October 13). *Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital*. Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>
- ojk. (2023, July 31). *Masalah SDM di Bank Syariah Masih Akan Selalu Menghantui Keberadaan Bank Syariah*. <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/news/read/1165/masalah-sdm-di-bank-syariah-masih-akan-selalu-menghantui-keberadaan-bank-syariah>
- Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *Jurnal Manajemen Unud*, 4(10).
- Potgieter, A., & Doubell, M. (2020). The Influence of employer branding and employees' personal branding on corporate branding and corporate reputation. *African Journal of Business and Economic Research*, 15(2).
- Purnomo, T. S. (2013). Rekrutment Online (e-recruitment) sebagai suatu inovasi dalam perekrutan perusahaan. *Jurnal JIBEKA*, 7(3), 54–59.

- Rahmawati, SE. MM., Dr. R., & Ratnasari, SE. MM., Dr. S. D. (2021). Pengaruh online recruitment dan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan (studi pada mahasiswa semester akhir di kota malang. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 266. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1500>
- Reis, Germano, G., Braga, Beatriz, M., Trullen, & Jordi. (2017). Workplace Authenticity as an Attribute of Employer Attractiveness. *Personel Review*, 46(8).
- Riyanti. (2015). Intensi Mencontek Ditinjau Dari Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 03(02), 2301–8267.
- Rizky, G., Puterisari, D. U., & Yustisi, Y. P. (2023). Daya Tarik Perusahaan dan Kompetensi Karir yang Memengaruhi Niat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Ekombis Review*, 11(2), 1317–1328. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i12>
- Ruslim, H., Turangan, J. A., & Wijaya, A. (2021). The Effect of Employer Attractiveness and Social Media on Corporate Reputation and their Implications on Intention to Apply. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 6(06), 130–140. www.ijaemr.com
- Saini, G. K., Rai, P., & Chaudhary, M. K. (2014). What do best employer surveys reveal about employer branding and intention to apply? *Journal of Brand Management*, 21(2), 95–111. <https://doi.org/10.1057/bm.2013.10>
- Santiago, J. (2019). The relationship between brand attractiveness and the intent to apply for a job: A millennials' perspective. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(2), 142–157. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2018-0136>
- Selden, S., & Orenstein, J. (2011). Government E-Recruiting Web Sites: The influence of e-recruitment content and usability on recruiting and hiring outcomes in US state governments. *International Journal of Selection and Assessment*, 19(1).
- Shirley Harisson. (1995). *Marketers guide to public relations*. John Willy and Son.
- Silva, A. J., & Dias, H. (2022). The relationship between employer branding, corporate reputation and intention to apply to a job offer. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(8), 1–16. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2022-3129>
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: Employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product and*

Brand Management, 22(7), 473–483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>

- Slameto. (1995). *Belajar dan faktor -faktor yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Sosrowidigdo, S., Arifin, A. L., Pranogyo, A. B., Ramaditya, M., & Satriadi. (2021). The Future of Human Resources and Digital Trend Phenomenon in Indonesian Business Practices: Review Literature. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(2).
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA, cv.
- Sukresno, R. A., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*. <https://intropublica.org/index.php/jadbe>
- Sutrisno, E. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cet. IV; Jakarta: Pustaka, Kencana.
- Ulya, F. N. (2021, October 28). *Sri Mulyani: 90% SDM Industri Keuangan Syariah Lulusan Ekonomi Konvensional*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/10/28/103500326/sri-mulyani--90-persen-sdm-industri-keuangan-syariah-lulusan-ekonomi>
- Vasanth, S., Vinoth, & Kanchana. (2017). The Key Factors of Employer Brand an Empirical Analysis with Special Reference to IT Industry. *Journal of Public Health Research and Development*, 8(2), 290.
- Wasis L, M. E. (2018). Pengaruh Website Rekrutmen Terhadap Daya Tarik Pelamar di Mediasi Reputasi Perusahaan. *Jurnal Publikasi UII*.
- Wheeler, K., & Mahoney, T. A. (1981). The Expectancy Model in the Analysis of Occupational Preference and Occupational Choice. In *Journal of Vocational Behavior* (Vol. 19).
- Widianti, D. F., & Murti, A. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 24.
- Williamson, I. O., King, J. E., Lepak, D., & Sarma, A. (2010). Firm reputation, recruitment web sites, and attracting applicants. *Human Resource Management*, 49(4), 669–687. <https://doi.org/10.1002/hrm.20379>
- Williamson, I. O., Lepak, D. P., & King, J. (2003). The effect of company recruitment web site orientation on individuals' perceptions of organizational

attractiveness. *Journal of Vocational Behavior*, 63(2), 242–263.
[https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(03\)00043-5](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(03)00043-5)

Yuwono, E. (2001). Hubungan Antara Minat Pekerjaan Di Bidang Keperawatan Dan Kinerja Perawat Rumah Sakit Umum Daerah . *Journal Buletin Penelitian RSUD Dr. Soetomo*, 4(1).

Zaki, M. N., & Pusparini, E. S. (2020). What Constitute Intentions to Apply for the Job in Indonesia Technology-Based Start-ups Companies?: An Empirical Study on Students from Generation-Z in A Leading University in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 160, 306–313.

