

Pengaruh Kompensasi dan Pertumbuhan Karir terhadap *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z

FATHYRA QOLBI HAFSHA RAMADHANI & SEGER HANDOYO*

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kompensasi dan pertumbuhan karir terhadap daya tarik organisasi generasi Z. Penelitian ini dilakukan pada generasi Z yang berusia 18-26 tahun, dengan jumlah partisipan sebanyak 257 orang. Metode yang digunakan penelitian ini adalah survei eksperimen dengan pengumpulan data *vignette* yang berupa manipulasi variabel kompensasi dan pertumbuhan karir. Daya tarik organisasi diukur menggunakan Skala Daya Tarik Organisasi yang dikembangkan oleh Highhouse dkk., (2003) yang terdiri dari 15 item. Analisis data dilakukan menggunakan *One Way ANOVA* dengan bantuan perangkat lunak *Jamovi 2.3.16*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi dan pertumbuhan karir berpengaruh terhadap daya tarik organisasi secara signifikan ($p < 0,001$). Selain itu, dari uji yang dilakukan juga diketahui bahwa terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan dari masing-masing tipe perlakuan kompensasi dan pertumbuhan karir terhadap daya tarik organisasi. Generasi Z menunjukkan ketertarikan yang lebih tinggi pada organisasi dengan kompensasi tinggi meskipun pertumbuhannya rendah, dilanjut dengan organisasi dengan kompensasi dan pertumbuhan karir yang sedang-sedang saja, kemudian yang terakhir adalah organisasi dengan kompensasi rendah namun pertumbuhan karirnya tinggi.

Kata kunci: daya tarik organisasi, kompensasi, pertumbuhan karir, generasi Z

ABSTRACT

This research aims to determine whether there is an influence of compensation and career growth on the attractiveness of generation Z organizations. This research was conducted on generation Z aged 18-26 years, with a total of 257 participants. The method used in this research is an experimental survey with vignette data collection in the form of manipulation of compensation and career growth variables. Organizational attractiveness was measured using the Organizational Attractiveness Scale developed by Highhouse et al., (2003) which consists of 15 items. Data analysis was carried out using One Way ANOVA with the help of Jamovi 2.3.16 software. The research results show that compensation and career growth have a significant effect on organizational attractiveness ($p < 0.001$). Apart from that, from the tests carried out it is also known that there are significant differences in the influence of each type of compensation treatment and career growth on organizational attractiveness. Generation Z shows higher interest in organizations with high compensation even though their career growth is low, followed by organizations with moderate compensation and career growth, then finally organizations with low compensation but high career growth.

Keywords: organizational attractiveness, compensation, career growth, generation Z

PENDAHULUAN

Perusahaan pasti memiliki sumber daya untuk mencapai tujuannya. Sumber daya manusia merupakan salah satu kunci penting dalam perusahaan. Sumber daya manusia berperan dalam menentukan arah tujuan perusahaan untuk membuat target agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah dibuat (Lievens & Slaughter, 2016). Kelangsungan hidup dan keberhasilan organisasi tergantung pada kualitas tenaga kerjanya yang mampu menghadapi tantangan (Chhabra & Sharma, 2014). Sumber daya manusia yang berkualitas dan produktif dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Dalam mencari sumber daya manusia yang berkualitas tersebut perusahaan perlu mengetahui apa yang membuat para pekerja menjadi berkompeten (Kalinska-Kula & Staniec, 2021). Perusahaan perlu memperketat kualifikasi untuk mendapatkan sumber daya manusia dengan keterampilan terbaik agar mendapatkan sumber daya manusia terbaik. Untuk itulah perusahaan perlu membuat strategi untuk memiliki keunggulan dan daya tarik yang unik kepada calon tenaga kerja. Hal ini disebut dengan daya tarik organisasi atau *organizational attractiveness* (Alniaçik & Alniaçik, 2012).

Generasi Z saat ini telah memasuki dunia kerja. Mereka memasuki dunia kerja dengan pengalaman yang lebih sedikit dibandingkan kelompok sebelumnya. Duffin (2020) menyatakan bahwa generasi Z yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan sangat berbeda dengan generasi milenial dan generasi X. Generasi Z yang tumbuh di era teknologi digital, memiliki hubungan yang lebih erat dengan teknologi daripada generasi sebelumnya. Menurut Twenge et al (2010), generasi Z cenderung memprioritaskan keamanan kerja dan stabilitas keuangan, sedangkan generasi Milenial lebih fokus pada pencarian pekerjaan yang bermakna dan peluang pengembangan karir. Ia juga menyebutkan generasi Z memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap upah dan *benefit* sejak awal karir, sementara generasi millennial lebih banyak menghargai kesempatan pengembangan diri dan kesempatan untuk belajar. Selain itu, Cilliers (2017) juga berpendapat bahwa milenial lebih bersedia menerima pekerjaan dengan gaji lebih rendah jika pekerjaan tersebut memberikan makna pribadi, sedangkan generasi Z lebih fokus pada gaji yang kompetitif dan stabilitas pekerjaan.

Saini et al., (2014) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi *organizational attractiveness* adalah upah/gaji yang ditawarkan kepada calon karyawan, kesempatan promosi, kebijakan lingkungan, kebijakan pemutusan hubungan kerja, produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, letak geografis perusahaan, *corporate social responsibility person-organization fit, electronic word of mouth*, serta reputasi atau citra brand perusahaan (Ariyanto, 2021). Faktor daya tarik merupakan kriteria suatu organisasi yang menjadi penentu bagi calon karyawan apakah mereka ingin bekerja di suatu perusahaan (Chapman et al., 2005). Ini adalah karakteristik yang membangkitkan minat pelamar dan menjamin kepuasan karyawan. Berdasarkan teori dua faktor Herzberg, ada dua kategori utama yaitu faktor kebersihan dan faktor motivasi (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959). Faktor kebersihan, seperti gaji dan keamanan kerja, menentukan apakah karyawan merasa tidak puas, sedangkan faktor motivasi, seperti tugas yang menarik dan peluang pengembangan,

memengaruhi komitmen karyawan terhadap perusahaan (Herzberg et al., 1959).

Penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa pengembangan karir merupakan faktor kunci dalam daya tarik organisasi (Hui, 2008; Madhavkumar, 2016; Perera, 2019). Imbalan non-finansial, termasuk kemajuan karier, juga berdampak signifikan terhadap daya tarik organisasi (Perera, 2019). Peluang promosi pekerjaan merupakan prioritas utama dalam memilih tempat kerja (Iorgulescu, 2016). Zupan dkk (2015) mengaitkan keinginan kuat Generasi Z untuk memajukan karir karena sifat mereka yang ambisius. Dalam studi yang dilakukan oleh Goh dan Lee (2018) memiliki pandangan yang sama dengan Maioli (2016) menyatakan bahwa untuk menarik, merekrut, memotivasi, dan mempertahankan Gen Z, penting untuk mendiskusikan jalur karier dan peluang pengembangan karier yang sesuai dengan minat dan bakat mereka.

Meneliti *organizational attractiveness* juga membantu perusahaan dalam menyesuaikan strategi rekrutmen mereka untuk menarik kandidat yang cocok dengan nilai dan budaya perusahaan (Lievens & Highhouse, 2003). Meskipun cukup banyak penelitian yang membahas kompensasi dan pertumbuhan karir sebagai faktor yang mempengaruhi daya tarik organisasi, sebagian besar penelitian ini cenderung hanya fokus pada salah satu faktor saja. Namun, masih sedikit penelitian yang menguji gabungan kedua faktor itu terhadap *organizational attractiveness* terutama berfokus pada generasi Z (Twenge et al., 2010). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menggali pengaruh gabungan kompensasi dan pertumbuhan karir, serta untuk mengetahui organisasi seperti apa yang menarik dikalangan generasi Z supaya perusahaan juga dapat mendapatkan banyak calon tenaga kerja yang berkualitas

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini disusun secara kuantitatif dengan teknik survei eksperimen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode eksperimen survei dengan memberikan *vignette* atau skema yang mendeskripsikan organisasi. Skema pertama mendeskripsikan perusahaan dengan kompensasi tinggi namun pertumbuhan karir rendah. Skema kedua mendeskripsikan perusahaan dengan kompensasi rendah namun pertumbuhan karir tinggi. Skema ketiga mendeskripsikan perusahaan dengan kompensasi dan pertumbuhan karir yang sedang-sedang saja.

Partisipan

Kriteria partisipan penelitian ini adalah generasi Z yang berumur 18-26 tahun. Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling* atau sampel ditentukan bersifat kebetulan bertemu peneliti. Partisipan akan diminta mencermati *informed consent*. Jika setuju, partisipan diberi petunjuk pengisian lalu mengisi

survei yang berisi manipulasi dan skala penelitian untuk mengetahui ketertarikan partisipan terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Dalam sekali survei, partisipan mengisi 3 perlakuan sekaligus. Untuk memperoleh data yang kredibel, kuesioner ini menggunakan *attention check*. Setelah dilakukan seleksi data, penelitian ini memperoleh 257 partisipan..

Pengukuran

Manipulasi kompensasi diformulasikan dengan kriteria milik Flippo, sedangkan manipulasi pertumbuhan karir diformulasikan berdasarkan milik Weng dan Hu (2009). Skala *organizational attractiveness* menggunakan *Organizational Attraction Scale* yang dikembangkan oleh Highhouse et al., (2003) yang terdiri dari 15 item.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha dengan bantuan software Jamovi 2.3.16. Nilai koefisien reliabilitas alat ukur *organizational attractiveness* terhadap 3 perlakuan secara berurutan yaitu 0,970 untuk Kompensasi tinggi-Pertumbuhan karir rendah. Nilai 0,976 untuk Kompensasi rendah-Pertumbuhan karir tinggi, dan nilai 0,972 untuk Kompensasi-Pertumbuhan karir sedang. Hal tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik One Way ANOVA dengan bantuan perangkat lunak Jamovi 2.3.16 for Windows untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara lebih dari satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika terdapat perbedaan signifikan antara kelompok-kelompok yang diuji maka selanjutnya uji hipotesis dilakukan menggunakan uji *Welch*.

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 257 orang. Paling banyak adalah responden yang berusia 25 tahun adalah 61 orang (23,7%), dilanjut dengan usia 24 tahun yaitu 45 orang (17,5%), usia 23 tahun yaitu 37 orang (14,3%), usia 22 tahun yaitu 35 tahun (13,6%), usia 20 tahun yaitu 21 orang (8,1%), usia 21 tahun yaitu 18 orang (7%), usia 19 tahun yaitu 6 orang (2,3%), usia 26 tahun yaitu 5 orang (1,9%), dan urutan terakhir adalah usia 18 tahun yaitu 3 orang (1,16%). Berdasarkan gender, responden terdiri dari 180 perempuan (70%) dan 77 laki-laki (29,9%). Kemudian, sebanyak 67,3% pendidikan terakhir yang ditempuh responden adalah SMA/SMK, dan sebanyak 32,6% menempuh D4/S1. Peneliti juga memberikan pilihan pendidikan terakhir SD dan SMP, namun tidak ada yang memilih antara keduanya. Selain itu, terdapat 182 responden (71,8%) yang saat ini sedang bekerja dan 75 responden (29,1%) yang sedang tidak bekerja atau belum bekerja.

Analisis Hipotesis

Hasil uji hipotesis menggunakan *One Way ANOVA* menunjukkan nilai signifikansi dibawah

0,05 [$F(2, 508) = 7,42, p < 0,001$]. Terdapat perbedaan signifikan pada kompensasi dan pertumbuhan karir terhadap *organizational attractiveness*. Oleh karena itu, dilakukan uji *Post Hoc Games-Howell* dapat dilakukan sebagai uji lanjutan membandingkan masing-masing perlakuan.

Hasil uji *Post Hoc* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah dengan Kompensasi Rendah-Pertumbuhan Karir Tinggi ditunjukkan dengan nilai $p < 0,001$. Kemudian, Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan Kompensasi-Pertumbuhan Karir Sedang karena hasil $p = 0,280$ atau $> 0,05$. Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah dengan Kompensasi-Pertumbuhan Karir Sedang memiliki perbedaan yang signifikan karena $p = 0,048$ atau $p < 0,05$. Kombinasi Kompensasi Tinggi dengan Pertumbuhan Karir Rendah secara signifikan berbeda dalam daya tariknya dibandingkan dengan kombinasi Kompensasi Rendah-Pertumbuhan Karir Tinggi (dengan $p < 0,001$). Kombinasi Kompensasi Tinggi dengan Pertumbuhan Karir Sedang tidak ada perbedaan signifikan ($p = 0,280$). Kombinasi Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah dibandingkan dengan Kompensasi Sedang-Pertumbuhan Karir Sedang menunjukkan perbedaan yang signifikan ($p = 0,048$).

DISKUSI

Terdapat pengaruh signifikan kompensasi dan pertumbuhan karir terhadap *organizational attractiveness* pada generasi Z. Oleh karena itu, hipotesis nol pertama dalam penelitian ini ditolak dan hipotesis alternatif pertama diterima. Ditemukan bahwa kompensasi dan pertumbuhan karir memiliki pengaruh yang besar terhadap *organizational attractiveness*, ditunjukkan oleh nilai $p < 0,001$. Selain itu, dari uji yang dilakukan juga diketahui bahwa terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan dari masing-masing tipe perlakuan kompensasi dan pertumbuhan karir terhadap *organizational attractiveness*. Responden dalam penelitian ini yaitu generasi Z memiliki ketertarikan yang lebih tinggi pada organisasi dengan kompensasi tinggi meskipun pertumbuhannya rendah, dilanjutkan dengan organisasi dengan kompensasi dan pertumbuhan karir yang sedang-sedang saja, kemudian yang terakhir adalah organisasi dengan kompensasi rendah namun pertumbuhannya tinggi.

Hasil dari hipotesis pertama mendukung penelitian sebelumnya oleh Fuadiyah (2018) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap daya tarik organisasi atau *organizational attractiveness*. Menurut Herachwati (2016), pengembangan karir berpengaruh terhadap kepuasan dan komitmen organisasi dimana hal tersebut juga berhubungan dengan ketertarikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki ketertarikan yang lebih besar terhadap organisasi dengan kompensasi tinggi walaupun pertumbuhannya rendah. Dimana mereka menyukai gaji dan insentif tepat waktu, pemberian bonus yang besar, insentif, dan tunjangan-tunjangan daripada kecepatan promosi, pengembangan diri, hingga progress pekerjaan. Hal ini sejalan dengan teori sebelumnya yang menyebutkan bahwa generasi z lebih termotivasi oleh uang (Balentine, 2017). Penelitian dari Arruda (2018) menyebutkan bahwa gen Z memiliki pendapat mengenai pentingnya gaji yang stabil dan profesi yang aman. Mereka menganggap masa depan keuangan mereka penting (Rodriguez dkk, 2021). Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan Dan Schawbel

(2014) yang mengatakan bahwa generasi Z cenderung kurang termotivasi oleh uang dibandingkan generasi Y.

Penelitian yang dilakukan oleh Joo & McLean (2006) membahas mengenai peluang untuk pertumbuhan karir dianggap sebagai faktor yang sangat penting sebagai daya tarik organisasi. Karyawan tertarik pada organisasi yang menawarkan jalur yang jelas untuk kemajuan, pengembangan keterampilan. Organisasi yang memberikan kesempatan untuk pelatihan dan promosi cenderung lebih menarik talenta berkualitas tinggi (Joo & McLean, 2006). Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa pertumbuhan karir berpengaruh terhadap *organizational attractiveness*. Namun, perlakuan KRPT (Kompensasi Rendah-Pertumbuhan Karir Tinggi) berada pada urutan ketiga atau terakhir sebagai organisasi yang menarik bagi responden generasi Z. Hal itu membuktikan bahwa mereka lebih menginginkan kompensasi yang tinggi daripada pertumbuhan karir. Menurut Cable & Judge (1994), gaji yang tinggi, tunjangan yang fleksibel secara signifikan mempengaruhi daya tarik kerja. Individu lebih menyukai tingkat gaji yang tinggi. Tingkat gaji yang tinggi akan menarik pelamar yang berkualitas dalam jumlah yang lebih besar (Lakhani, 1988; Yellen, 1984). Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian ini dimana responden gen Z lebih tertarik pada kompensasi yang tinggi. Selain itu, imbalan non-finansial termasuk kemajuan karier juga berdampak signifikan terhadap daya tarik organisasi (Perera, 2019).

SIMPULAN

Sebagaimana hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kompensasi dan pertumbuhan karir mempengaruhi daya tarik organisasi (*organizational attractiveness*) pada generasi Z. Terdapat perbedaan yang signifikan antara Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah dengan Kompensasi Rendah-Pertumbuhan Karir Tinggi ditunjukkan dengan nilai $p < 0,001$. Kemudian Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan Kompensasi-Pertumbuhan Karir Sedang karena hasil $p = 0,280$ atau lebih dari $0,05$. Kompensasi Tinggi-Pertumbuhan Karir Rendah dengan Kompensasi-Pertumbuhan Karir Sedang memiliki perbedaan yang signifikan karena $p = 0,048$ atau $p < 0,05$. Berdasarkan penelitian ini, generasi Z memiliki ketertarikan yang lebih tinggi pada organisasi dengan kompensasi tinggi meskipun pertumbuhan karirnya rendah, dilanjut dengan organisasi dengan kompensasi dan pertumbuhan karir yang sedang-sedang saja, kemudian yang terakhir adalah organisasi dengan kompensasi rendah namun pertumbuhan karirnya tinggi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kompensasi dan Pertumbuhan Karir terhadap *Organizational Attractiveness* pada Generasi Z”. Terima kasih saya ucapkan kepada Prof. Dr. Seger Handoyo, Psikolog selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu, saran, arahan dalam membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis. Terimakasih juga saya ucapkan kepada seluruh pihak-pihak responden yang terkait dalam proses penulisan skripsi ini.

DEKLARASI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Fathyra Qolbi Hafsha Ramadhani dan Seger Handoyo tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Aiman-Smith, L., Bauer, T.N. & Cable, D.M. (2001). Are You Attracted? Do You Intend to Pursue? A Recruiting Policy-Capturing Study. *Journal of Business and Psychology* 16, 219-237. <https://doi.org/10.1023/A:1011157116322>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career development international*, 9(5), 501-517.
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1/2), 139-157.
- Bergeron, D. M., Schroeder, T. D., & Martinez, H. A. (2014). The Influence of Perceived Career Opportunity on Organizational Attraction and Career Success Expectations. *Journal of Organizational Behavior*, 35(4), 488-506
- Cable, D. M., & Judge, T. A. (1994). Pay preferences and job search decisions: A person-organization fit perspective. *Personnel psychology*, 47(2), 317-348
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., & Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 928-944
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-mentor*, 74(2), 44-50.
- Fuadiyah, C. N. (2018). Analisis Pengaruh Informasi Kompensasi Dan Informasi Gambaran Pekerjaan Terhadap Daya Tarik Organisasi Dengan Person Job Fit Sebagai Pemediasi: Studi pada website resmi PT. Pertamina (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Gomes, D. and Neves, J. (2011), "Organizational attractiveness and prospective applicants' intentions to apply", *Personnel Review*, Vol. 40 No. 6, pp. 684-699. <https://doi.org/10.1108/00483481111169634>
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.
- Hui, Y. (2008). The Empirical Study of Organizational Attractiveness:Based on the Angle of Prospective Employees
- Hurtz, G. M., & Donovan, J. J. (2000). Personality and job performance: the Big Five revisited. *Journal of applied psychology*, 85(6), 869.

- Joo, B. K., & McLean, G. N. (2006). Best Employer Studies: A Conceptual Model from a Literature Review and a Case Study. *Human Resource Development Review*, 5(2), 228-257. DOI: 10.1177/1534484306287143
- Joseph, S., Sahu, S., & Khan, K. A. U. Z. (2014). Organizational attractiveness as a predictor of employee retention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(9), 41-44.
- Jurgensen, C. E. (1978). Job preferences (What makes a job good or bad?). *Journal of Applied Psychology*, 63(3), 267-276. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.63.3.267>
- Kim, B., Rhee, E., Ha, G., Jung, S. H., Cho, D., Lee, H. K., & Lee, S. M. (2016). Cross-Cultural Validation of the Career Growth Scale for Korean Employees. *Journal of Career Development*, 43(1), 26-36. <https://doi.org/10.1177/0894845314568310>
- Kraimer, M. L., Seibert, S. E., Wayne, S. J., Liden, R. C., & Bravo, J. (2011). Antecedents and outcomes of organizational support for development: The critical role of career opportunities. *Journal of Applied Psychology*, 96(3), 485-500.
- Leekha Chhabra, N. and Sharma, S. (2014), "Employer branding: strategy for improving employer attractiveness", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 22 No. 1, pp. 48-60. <https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2011-0513>
- Lievens, F., & Slaughter, J. E. (2016). Employer image and employer branding: What we know and what we need to know. *Annual review of organizational psychology and organizational behavior*, 3(1), 407-440.
- Luthans, F. (2006). *Organizational behavior 10th Edition*. Yogyakarta; ANDI
- Martinez-Hague, P. (2024). Organizational attractiveness: A theoretical review of the most relevant empirical research from an interactionist perspective. *International Journal of Professional Business Review*, 9(4), e0747-e0747
- Ng, E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New generation, great expectations: A field study of the millennial generation. *Journal of business and psychology*, 25, 281-292.
- Qingxiong Weng, James C. McElroy, Paula C. Morrow, Rongzhi Liu. (2010). The relationship between career growth and organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 77(3), 391-400. ISSN 0001-8791. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2010.05.003>.
- Robianto, F., & Masdupi, E. (2020). The effect of career development, compensation, work environment and job satisfaction on work engagement. In 4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019) (pp. 737-748). Atlantis Press.
- Rynes, S. L., & Miller, H. E. (1983). Recruiter and job influences on candidates for employment. *Journal of Applied Psychology*, 68(1), 147-154. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.68.1.147>
- Sari, N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketertarikan Pada Organisasi Dan Intensi Untuk Mendapatkan Pekerjaan: Jenis Kelamin Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 5(1), 64-74.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND. Bandung: Alfabeta.

Turban, D. (2001). Organizational Attractiveness as an employer on college campus: an examination of the applicant Population. *Journal of vocational behavior* 58, 203-312

Verma, J.P. (2013). One-Way ANOVA: Comparing Means of More than Two Samples. In: *Data Analysis in Management with SPSS Software*. Springer,

India. https://doi.org/10.1007/978-81-322-0786-3_7