



**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN KOMPENSASI TERHADAP
MINAT MELAMAR PEKERJAAN DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Alumni Perbankan Syariah Tahun tamat 2022 dan 2023)**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

Khanifah Risky
NIM: 2130401072

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025**

SURAT PERSYARATAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khanifah Risky
NIM : 2130401072
Tempat/ Tanggal Lahir : Suka Damai, 27 Juli 2003
Program studi : Perbankan syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan SKRIPSI saya yang berjudul “ **Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan dibank syariah (Studi Kasus Alumni Perbankan syariah tahun tamat 2022-2023**” adalah hasil karya saya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Januari 2025
Yang membuat pernyataan




Khanifah Risky
NIM. 2130401072

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Khanifah Risky**, NIM 2130401072 dengan judul **"Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di bank syariah (Studi Kasus Alumni Perbankan Syariah tahun tamat 2022-2023)"** Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Januari 2025

Ketua Program Studi,
Perbankan Syariah

Pembimbing


Vicy Andriany, M.Ec.Dev., CPDP
NIP.198709292019032009


Dr. Himyar Pasrizal, SE., MM., CMA
NIP.197805242005011004

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar

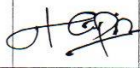


Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP.197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **Khanifah Risky** NIM: 2130401072 judul “**Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan dibank syariah (Studi kasus Alumni Perbankan syariah tahun tamat 2022-2023)**” telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Kamis, 30 Januari 2025 dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Himyar Pasrizal,SE.,MM.,CMA NIP.197805242005011004	Ketua Sidang/ Pembimbing		11/2-25
2.	Prof.Dr.H.Syukri Iska,M.Ag NIP.196310191992031004	Anggota I/ Penguji I		11/2-2025
3.	Eltri Erpita,SE.,ME	Anggota II/ Penguji II		11/2 '25

Batusangkar, Februari 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus

Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP

NIP.197310072002121001

ABSTRAK

Khanifah Risky, NIM.2130401072. Judul SKRIPSI “ **Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Bank Syariah (Studi Kasus Alumni Perbankan Syariah Tahun Tamat 2022 dan 2023)**” Program studi perbankan syariah, Fakultas ekonomi dan Binsu Islam Universitas Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah alumni perbankan syariah tahun tamat 2022 dan 2023. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *purposive sampling* yaitu sebanyak 72 responden. Data diolah menggunakan program SPSS 26, analisis data menggunakan analisis *uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik* (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas) *uji regresi linier berganda dan uji hipotesis* (uji t dan uji F simultan, dan koefisien determinan R^2)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Reputasi Perusahaan (X1) terhadap Minat melamar pekerjaan (Y) sebesar 3,408. Terdapat pengaruh antara variabel Kompensasi (X2) Terhadap minat melamar pekerjaan (Y) sebesar 4,574. Terdapat pengaruh antara variabel Reputasi Perusahaan (X1) dan kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) Sebesar 47,472.

Kata kunci : *Reputasi Perusahaan, Kompensasi, Minat melamar pekerjaan*

ABSTRACT

Khanifah Risky, NIM.2130401072. The title of the thesis The Influence of Company Reputation and Compensation on Interest in Applying for Jobs in Islamic Banks (Case Study of Islamic Banking Alumni for the 2022 and 2023 Graduation Year)"Islamic Banking Departement, Faculty of Economics and Islamic Business, State University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

The main problem in this study is how much the influence of company reputation and compensation on interest in applying for a job. The purpose of this study is to find out the Influence of Company Reputation and compensation on interest in applying for jobs.

The type of research conducted is field research utilizing a quantitative approach. The data collection technique employed is a questionnaire. The population in this study consists of alumni from the Islamic banking program who graduated in the 2022 and 2023 academic year. The sample in this study was determined by the purposive sampling, which was 72 respondents. The data were processed using the SPSS 26 program, data analysis using a validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test), multiple linear regression test and hypothesis test (simultaneous t test and F test, and R² determinant coefficient)

Based on the results of the research that has been carried out, it shows that there is a direct influence between the variable of Company Reputation (X1) on the Interest in applying for a job (Y) of 3,408. There was a direct influence between the variable Compensation (X2) on the interest in applying for a job (Y) of 4,574. There is a direct influence of 47.472 between the variables of Company Reputation (X1) and Compensation (X2) on the interest in applying for jobs (Y).

Keywords: *Company Reputation, Compensation, Interest in Applying for a Job.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL v

DAFTAR GAMBAR..... vi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Batasan Masalah 8

D. Rumusan Masalah..... 8

E. Tujuan Penelitian 9

F. Manfaat dan Luaran Penelitian..... 9

G. Definisi Operasional 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA..... 12

A. Landasan Teori..... 12

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)..... 12

2. *Expectancy Theory*..... 14

3. Teori Minat Melamar Pekerjaan 16

4. Teori Reputasi Perusahaan..... 20

5. Teori Kompensasi 24

6. Hubungan Antar Variabel..... 26

B. Penelitian Relevan 28

C. Kerangka Berfikir 33

D. Hipotesis Penelitian 33

BAB III METODE PENELITIAN 35

A. Jenis Penelitian	35
B. Tempat dan waktu penelitian	35
C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Pengembangan instrumen.....	37
E. Teknik pengumpulan data.....	39
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum	47
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	47
2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	53
3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	54
4. Sejarah Perkembangan Program Studi Perbankan Syariah	54
B. Karakteristik Responden.....	55
C. Hasil Uji Statistik Deskriptif	56
D. Analisis Hasil Penelitian.....	63
E. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Implikasi	81
C. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rencana Waktu Penelitian	35
Tabel 3. 2 Sebaran Populasi Penelitian	36
Tabel 3. 3 Kriteria sampel	37
Tabel 3. 4 Sebaran sampel yang memenuhi kriteria	37
Tabel 3. 5 Kategori Point Skala likert	38
Tabel 3. 6 Indikator kuesioner penelitian pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi Terhadap minat melamar pekerjaan bank syariah.....	38
Tabel 3. 7 Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 4. 1 Karakter Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakter Responden Berdasarkan usia.....	56
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reputasi Perusahaan	57
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompensasi ..	59
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Melamar Pekerjaan	61
Tabel 4. 6 Uji validitas variabel Reputasi Perusahaan	64
Tabel 4. 7 Uji validitas Variabel Kompensasi	65
Tabel 4. 8 Uji validitas variabel Minat melamar pekerjaan	66
Tabel 4. 9 Hasil uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 10 Hasil uji Normalitas	68
Tabel 4. 11 Hasil uji multikolinearitas	69
Tabel 4. 12 Hasil uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4. 13 Hasil koefisien Regresi.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji t	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Determinasi.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan merupakan hal yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Salah satu peranan penting yang dapat menjadikan perusahaan mencapai keunggulan kompetitif terletak pada sumber daya manusia yang dimilikinya. Sumber daya manusia dalam perusahaan merupakan aset yang penting karena memiliki peran sebagai pengarah dan penggerak agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang dalam berbagai macam tuntutan masyarakat dan zaman. Sehingga perusahaan perlu melakukan investasi dalam sumber daya manusia, salah satunya yaitu melakukan penyeleksian calon karyawan yang akan berkontribusi di perusahaannya. Agar mendapatkan kandidat yang berkompeten dan sesuai dengan harapan perusahaan, maka perusahaan perlu mengetahui hal-hal dan strategi apa yang dapat berpengaruh pada timbulnya minat melamar pekerjaan (Susiawan,2015). Namun, terdapat persaingan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkompeten dan sesuai dengan harapan perusahaan. Persaingan tersebut menimbulkan terjadinya perang merebutkan tenaga kerja atau *war of talents*. Walaupun jumlah tenaga kerja yang tersedia lebih banyak dari yang dibutuhkan, *war of talents* akan selalu terjadi karena tidak semua sumber daya manusia yang tersedia di pasar tenaga kerja memiliki kualitas dan kualifikasi yang sesuai dengan harapan perusahaan.

Deregulasi perbankan di Indonesia dimulai pada tahun 1988. Pada tahun tersebut, Bank Indonesia memberikan kebebasan kepada bank-bank untuk menetapkan suku bunga. Pemerintah berharap dengan adanya kebijakan deregulasi perbankan maka akan tercipta kondisi dunia perbankan yang lebih efisien serta kuat dalam membantu perekonomian. Pemerintahan Indonesia pada tahun 1988 pernah berencana menerapkan "sistem bagi hasil" dalam perkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah. Lalu, Secara kelembagaan, Perbankan Syariah di Indonesia dimulai pada tahun

1991 yang dilihat dengan berdirinya bank muamalat. Berdasarkan laporan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022) terdapat 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Di tengah era globalisasi membawa dampak persaingan yang semakin ketat di semua sektor kehidupan. Era globalisasi yang sedang terjadi pada saat ini memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan ekonomi yang berdampak pada penyerapan tenaga kerja dan kualifikasi tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan. perusahaan memerlukan sumber daya manusia yang merupakan sumber-sumber ekonomi yang dibutuhkan dalam suatu perusahaan (Parmujianto, 2017). Menurut Siregar Dkk, salah satu hal yang penting untuk diperhatikan agar bisa membuat perusahaan bertahan di era global adalah pemenuhan sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi, karena sumber daya manusia merupakan salah satu investasi perusahaan yang paling berharga. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan harus mampu memiliki investasi karyawan yang kompeten dibidangnya, langkah awal yang bisa dilakukan adalah mencari atau menyeleksi calon karyawan yang akan bergabung dalam perusahaan tersebut. (Robert,2020)

Perusahaan akan bergerak maju jika dalam organisasi tersebut ditempati oleh sumber daya manusia yang cekatan dalam bekerja, sumber daya manusia ialah salah satu aset penting yang merupakan modal perusahaan yang sekaligus sebagai ujung tombak perusahaan, yang diharap mampu menjalankan, merealisasikan tujuan, menghasilkan profit dan akan menciptakan hubungan kerja yang harmonis antar karyawan Menurut Fridantara sumber daya manusia memiliki peranan penting untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan. Sebuah perusahaan yang menginginkan sumber daya manusia yang berkualitas harus sedikit bekerja keras karena memiliki banyak pesaing tangguh. Kurangnya tenaga kerja yang berkompeten, sehingga perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan calon karyawan yang berkompeten dengan cara

memaksimalkan daya tarik mereka. Hal inilah yang disebut sebagai perang memperebutkan tenaga kerja. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha membangun daya tarik khusus dimata khalayak umum, agar para calon karyawan lebih tertarik melamar pekerjaan ke perusahaan mereka dibanding perusahaan pesaing. (Shalahuddin,2015).

Namun fenomena yang terjadi di era sekarang, berbagai perusahaan tengah menghadapi perang dalam memperebutkan tenaga kerja, meskipun ketersediaan tenaga kerja melebihi kebutuhan perusahaan terhadap tenaga kerja, hal ini dikarenakan tidak semua tenaga kerja yang tersedia di pasar tenaga kerja sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Hal inilah yang memicu adanya istilah “*war of talents*”, yaitu perebutan tenaga kerja dalam lingkup bisnis yang memiliki pengetahuan dan skill yang baik. (Bairizki, 2020)

Menurut ketua Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin), faktor yang menyebabkan indeks daya saing Indonesia menurun dari tahun sebelumnya karena keterampilan sumber daya manusia Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lainnya, dan cenderung produktivitas sumber daya manusia Indonesia berada dibawah standar kebutuhan industri (Candra,2021). Kondisi inilah yang membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat para pelamar kerja, karena semakin banyak pelamar akan membuat perusahaan mampu memiliki kandidat yang dianggap terbaik untuk memenuhi posisi yang sedang dibutuhkan. Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan. (Marwansyah,2012)

Menurut Latansa, ada banyak hal yang menjadi pertimbangan seseorang untuk tertarik melamar kerja disuatu perusahaan, dengan tujuan agar pekerjaan yang didapatkan nantinya bisa sesuai dengan keinginan, bakat

serta latar belakang pendidikan yang dimiliki. (Latansa,2020) Teori tindakan terencana (*theory of planned behavior*) menjelaskan bahwa seseorang melakukan tindakan sadar oleh suatu minat dan kemudahan, dimana minat ini dipengaruhi oleh 3 hal, yaitu: sikap, norma subjektif (pandangan masyarakat), dan kemudahan berperilaku. Teori tindakan terencana (*theory of planned behavior*) dipengaruhi oleh intensi, sedangkan intensi dipengaruhi oleh sikap, kemudahan berperilaku dan norma subjektif. Sikap sendiri dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Secara lebih sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu tindakan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya orang lain ingin agar ia melakukannya. (Riadini, 2018)

Faktor pertama yang bisa mempengaruhi minat seseorang untuk melamar kerja adalah reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan seseorang ketika ingin melamar pada perusahaan. Menurut Fridanta, reputasi yang dimiliki oleh perusahaan akan bisa mempengaruhi keinginan seseorang untuk melamar di perusahaan tersebut, dimana hal ini bergantung pada perspektif masing-masing calon pelamar. (Fridantara,2018) Seseorang yang menilai suatu perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka akan menjadi stimulus untuk dirinya agar bisa bergabung dalam perusahaan tersebut karena menganggap bisa mendapatkan benefit ketika bisa bergabung dengan perusahaan tersebut. (Gregory,2014) Menurut Silviani, calon pelamar kerja cenderung akan memilih perusahaan yang selalu masuk dalam daftar perusahaan terbaik, karena diasumsikan bahwa reputasi perusahaan yang baik bisa mengangkat status individu tersebut di lingkungan sosialnya ketika bekerja diperusahaan tersebut. (Silviani,2020) Dengan demikian banyaknya informasi dan aspek-aspek yang dilibatkan perusahaan akan semakin banyak dan yakin pelamar akan tertarik bekerja diperusahaan tersebut. Perusahaan yang tidak memiliki reputasi yang baik maka akan kesulitan untuk mendapatkan tenaga kerja, begitupun sebaliknya semakin baik reputasi perusahaan yang dimiliki maka

semakin banyak calon karyawan yang tertarik dan sampai akhirnya pelamar melakukan keputusan untuk melamar pekerjaan.

Faktor kedua yang juga bisa mempengaruhi minat seseorang untuk melamar kerja adalah kompensasi. Kompensasi merupakan penghargaan yang diberikan karyawan baik langsung maupun tidak langsung, financial maupun non-financial yang adil kepada karyawan atas sumbangan mereka dalam mencapai tujuan organisasi, sehingga pemberian kompensasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan manapun guna meningkatkan kinerja karyawannya. Adapun bentuk kompensasi financial adalah gaji, tunjangan, bonus, dan komisi. Sedangkan untuk kompensasi non-financial diantaranya pelatihan, wewenang dan tanggung jawab, penghargaan atas kinerja serta lingkungan kerja yang mendukung. (Kurnianto, 2009) Maka dari itu pelamar kerja akan banyak bertanya kepada perusahaan mengenai hal-hal lain yang menjadi pertimbangan masing-masing pelamar. Hal ini membuat banyak pelamar melakukan berbagai pertimbangan, dengan berusaha mendapatkan informasi, yang cenderung akan lebih intens untuk melakukan evaluasi terhadap informasi yang didapatkannya.

Dalam upaya memperoleh sumber daya yang berkualitas, bank syariah harus melaksanakan proses rekrutmen, dimana perekrutan merupakan upaya yang dapat menarik dan mendapatkan karyawan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan (Soeling et al., 2022). Ketika kegiatan perekrutan bank syariah tersampaikan kepada para pencari kerja, maka akan tercipta niat untuk melamar pekerjaan dari pikiran para pencari kerja. Definisi minat melamar pekerjaan menurut Barber, ialah suatu proses ketertarikan untuk memiliki pekerjaan yang diawali dengan usaha mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan. Hal tersebut berkaitan dengan *Theory of Reasoned Action* oleh Fishbein dan Ajzen ialah teori untuk menjabarkan mengenai tindakan yang akan dilakukan seseorang. Ekhsan & Fitri (2021) mengungkapkan niat untuk melamar merupakan proses ketika seseorang memiliki ketertarikan untuk mendapatkan pekerjaan, dimana prosesnya dimulai dengan usaha menggali informasi terkait lowongan pekerjaan, setelah

memperoleh informasi tersebut, maka calon karyawan akan membuat pilihan dan memutuskan untuk melamar pekerjaan ke perusahaan yang mereka tuju.

Terciptanya minat melamar pekerjaan pada pencari kerja dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang terdapat pada perusahaan, sehingga perusahaan perlu adanya perhatian terkait reputasi perusahaan itu sendiri. Menurut Wang et al (2006) Reputasi perusahaan memiliki keunggulan sebagai aset suatu perusahaan dan keunggulan didalam persaingan. Sedangkan (Hurriyati et al., 2020) mengungkapkan, perusahaan yang tidak memiliki reputasi baik akan kesulitan didalam memperoleh tenaga kerja potensial yang tentunya diharapkan perusahaan. kompensasi yang ditawarkan perusahaan juga menjadi pertimbangan bagi calon karyawan.

(Octavianus et al., 2014; Sulastri & Uriawan, 2020) Sulastri (2012), serta (Dharma & Putra, 2013) mengungkapkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan akanberimbas pada semangat kerja, kinerja, turnover pegawai, serta motivasi kerja calon karyawan. Menurut Handoko kompensasi merupakan segala sesuatu yang diterima oleh pekerja balas jasa atas kerja mereka (Burhanudin, 2018)

Berdasarkan Survei awal yang telah dilakukan terhadap alumni perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar didapati beberapa permasalahan yang terjadi terkait minat para alumni dalam melamar pekerjaan yaitu :

Elvinda Yulianti tahun tamat 2022 (sudah bekerja) narasumber mengatakan ia berminat bekerja dilembaga keuangan syariah dan juga pernah melamar pekerjaan dibank syariah karena reputasi yang baik akan tetapi dikarenakan kompensasi yang dia ketahui dilembaga keuangan syariah lebih sedikit dari lembaga keuangan yang lain seperti lembaga keuangan konvensional dan ia lebih memilih dilembaga yang lain seperti lembaga konvensional. (elvinda,2024)

Sebastian Jorgi tamat tahun 2023 (sudah bekerja) Narasumber Mengatakan ia pernah melamar pekerjaan dibank syariah akan tetapi lebih memilih untuk bekerja dibank konvensional dari pada bank syariah dengan

alasan bahwasanya lebih banyaknya program pelatihan dan pengembangan karir di Bank Konvensional seringkali lebih terstruktur dan komprehensif (Jorgi, 2023)

Berdasarkan hasil survey penulis dengan melakukan wawancara dengan beberapa alumni, didapati beberapa permasalahan yang terjadi terkait dengan minat para alumni dalam melamar pekerjaan, dimana masih banyak para alumni yang tidak bekerja hal tersebut dikarenakan banyaknya pertimbangan yang dilakukan oleh para alumni sebelum memutuskan untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan, salah satu faktor yang menjadi pertimbangan besar adalah kompensasi, yang dimiliki oleh perusahaan yang meliputi besaran tunjangan yang akan diberikan. Hal ini membuat para alumni ketika melamar kerja sebagian besar berfokus pada hal tersebut, dengan hanya mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan *financialnya* dan pemenuhan status sosialnya. Selain kompensasi, para alumni juga mempertimbangkan reputasi yang dimiliki suatu perusahaan terlebih dimata masyarakat luas sebelum memutuskan untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut, karena perusahaan yang bereputasi tinggi dianggap bisa memberikan gengsi pada status sosialnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, ada permasalahan mendasar sehingga dapat disimpulkan bahwa fenomena perusahaan yang berlomba-lomba menarik minat para calon pelamar kerja untuk bisa bergabung kedalam perusahaan tersebut menjadi hal yang sangat penting untuk dikaji lebih dalam, dimana perlu adanya strategi yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan agar bisa mendapatkan sumber daya manusia yang kompeten dibidangnya. Maka dari pada itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Alumni Perbankan Syariah Tahun Tamat 2022 dan 2023)”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar Belakang yang disampaikan, terdapat beberapa Masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Banyaknya pilihan bank syariah yang ada saat ini, apakah reputasi perusahaan tersebut menjadi faktor yang mempengaruhi calon pelamar dalam memilih tempat kerja.
2. Adanya statement mengatakan bahwa adanya korelasi antara reputasi perusahaan dan kompensasi
3. Gaji dan tunjangan yang ditawarkan oleh bank syariah, apakah menjadi salah satu pertimbangan utama bagi para alumni untuk melamar pekerjaan di sektor tersebut.
4. Kompensasi perusahaan menjadi pertimbangan untuk munculnya minat melamar pekerjaan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang dan Identifikasi Masalah diatas, maka batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini membatasi pada alumni program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang lulus pada tahun 2022 dan 2023.
2. Penelitian ini membahas mengenai reputasi perusahaan dan kompensasi yang diukur berdasarkan persepsi para alumni.
3. Penelitian ini membahas, mengenai minat melamar pekerjaan yang diukur berdasarkan kesediaan alumni untuk melamar pekerjaan di bank syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar Pengaruh Reputasi Perusahaan bank syariah terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Bank Syariah?
2. Seberapa besar Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Bank Syariah?

3. Seberapa besar Pengaruh Reputasi perusahaan dan kompensasi yang diberikan perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan di Bank Syariah?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis tingkat signifikansi Pengaruh Reputasi Perusahaan bank syariah terhadap minat melamar pekerjaan di Bank Syariah?
2. Untuk Menganalisis tingkat signifikansi Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Bank Syariah?
3. Untuk Menganalisis tingkat signifikansi Pengaruh Reputasi perusahaan dan kompensasi yang diberikan perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan di Bank Syariah?

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

Adapun Manfaat dilaksanakan penelitian ini adalah:

1. Manfaat penelitian
 - a. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan tentang seberapa besar dan penting pengaruh adanya Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap suatu perusahaan
 - b. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan referensi bagi mahasiswa dalam penulisan karya tulis ilmiah.
 - c. Bagi perusahaan, khususnya bank syariah diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dalam minat melamar pekerjaan di bank syariah.
2. Luaran Penelitian
 - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program strata (S1) di UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
 - b. Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur perbankan syariah bagi kepustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
 - c. Penelitian ini diharapkan diterbitkan dalam jurnal ilmiah.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu penelitian yang memberikan informasi kepada penulis tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dalam rangka memberikan gambaran awal serta untuk menghindari terjadinya pemaknaan yang berbeda dan pemahaman yang tidak proporsional terhadap judul penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa term variabel penting yang termasuk di dalamnya.

Reputasi perusahaan dapat diartikan kumpulan persepsi dari para stakeholder mengenai perusahaan itu sendiri. Reputasi perusahaan memiliki keunggulan sebagai aset suatu perusahaan dan keunggulan di dalam persaingan. Perusahaan yang tidak memiliki reputasi perusahaan yang baik akan kesulitan dalam memperoleh potensial yang tentunya diharapkan perusahaan (Nurfadillah et al., 2023). Indikator dari reputasi Perusahaan ialah nama baik, reputasi pesaing, di kenal luas, kemudahan diingat.

Kompensasi merupakan balas jasa yang diberikan oleh organisasi/unit kerja kepada pegawai, yang dapat bersifat finansial maupun non finansial, pada periode yang tetap, sistem kompensasi unit kerja organisasi memperoleh, memperkerjakan dan mempertahankan pegawai (Suprihatin & Gunarda, 2019). Kompensasi perusahaan memiliki indikator ialah kompensasi langsung dan tidak langsung.

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi-informasi lowongan pekerjaan yang bisa didapat dari sumber internal maupun eksternal perusahaan. Shalahuddin et al (2022) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Ekhsan & Fitri, 2021). Minat melamar pekerjaan memiliki indikator yaitu kebutuhan atau keperluan akan bekerja, pencarian informasi pekerjaan, penentuan pilihan pekerjaan dan pembuatan keputusan.

Dengan demikian, Pengaruh Reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan di bank syariah dapat didefinisikan sebagai reputasi perusahaan menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan seseorang ketika ingin melamar pekerjaan pada perusahaan, reputasi yang dimiliki oleh perusahaan akan bisa mempengaruhi keinginan seseorang untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Dimana hal ini bergantung pada perspektif masing-masing calon pelamar. Kompensasi yang diberikan dalam bentuk imbalan atau jasa yang diberikan kepada karyawan sebagai bentuk penghargaan atas kerja mereka.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal, yang dikembangkan oleh Michael Spence, seorang ekonom peraih Nobel, pada dasarnya berbicara tentang bagaimana informasi asimetris antara dua pihak dapat diatasi melalui sinyal. Dalam konteks pasar tenaga kerja, perusahaan (pemberi kerja) dan calon karyawan (pencari kerja) seringkali memiliki informasi yang tidak seimbang. Perusahaan mungkin lebih mengetahui kualitas dan prospek mereka sendiri, sementara calon karyawan memiliki informasi lebih banyak tentang keterampilan dan pengalaman mereka. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada calon karyawan melalui reputasi dan kompensasi. Reputasi yang baik dan kompensasi yang menarik menjadi sinyal positif yang meningkatkan minat pelamar. Teori ini juga menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada calon karyawan melalui reputasi dan kompensasi. Reputasi yang baik dan kompensasi yang menarik menjadi sinyal positif yang meningkatkan minat pelamar.

Reputasi perusahaan, terutama di era digital saat ini, menjadi sinyal yang sangat kuat bagi calon karyawan. Reputasi yang baik, yang dibangun melalui kinerja perusahaan yang solid, praktik bisnis yang etis, dan perlakuan yang baik terhadap karyawan, mengirimkan sinyal positif kepada calon karyawan. Sinyal ini dapat berupa :

- a. Kualitas Perusahaan: Reputasi yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki manajemen yang baik, prospek pertumbuhan yang jelas, dan stabilitas finansial. Ini menarik calon karyawan yang mencari keamanan dan peluang pengembangan karir.
- b. Nilai-nilai Perusahaan: Reputasi juga mencerminkan nilai-nilai yang dianut perusahaan. Bagi sebagian calon karyawan, terutama yang

memiliki preferensi etika atau agama tertentu, reputasi perusahaan dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai tersebut sangat penting. Dalam konteks bank syariah, reputasi dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah menjadi sinyal penting bagi calon karyawan yang memiliki nilai-nilai Islami.

- c. Perlakuan terhadap Karyawan: Reputasi perusahaan dalam memperlakukan karyawan dengan baik, memberikan kompensasi yang layak, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif juga menjadi sinyal penting. Calon karyawan tentu ingin bekerja di perusahaan yang menghargai dan mengembangkan potensi mereka.

Kompensasi, baik berupa gaji, tunjangan, maupun fasilitas lainnya, juga merupakan sinyal yang kuat bagi calon karyawan. Kompensasi yang kompetitif dan menarik mengirimkan sinyal bahwa perusahaan menghargai keterampilan dan pengalaman calon karyawan. Selain itu, kompensasi juga dapat menjadi sinyal tentang:

- a. Kinerja Perusahaan: Perusahaan yang mampu memberikan kompensasi yang baik biasanya memiliki kinerja keuangan yang baik pula. Ini menjadi daya tarik bagi calon karyawan yang ingin bekerja di perusahaan yang sukses dan berkembang.
- b. Prioritas Perusahaan: Kompensasi yang besar juga menunjukkan bahwa perusahaan memberikan prioritas pada sumber daya manusia. Ini bisa menjadi sinyal bahwa perusahaan bersedia berinvestasi pada pengembangan karyawan.

Dalam *signaling theory*, sinyal yang diberikan oleh perusahaan (reputasi dan kompensasi) membantu calon karyawan untuk mengurangi ketidakpastian tentang kualitas perusahaan dan prospek kerja di sana. Calon karyawan akan lebih tertarik untuk melamar pekerjaan di perusahaan yang memberikan sinyal positif, karena mereka percaya bahwa perusahaan tersebut menawarkan lingkungan kerja yang baik, peluang pengembangan karir, dan kompensasi yang layak. (michael,1973)

2. *Expectancy Theory*

Teori *Expectancy*, yang dikembangkan oleh Victor Vroom, seorang psikolog Kanada, pada dasarnya berbicara tentang bagaimana motivasi individu dipengaruhi oleh harapan mereka terhadap hasil yang akan dicapai. Dalam konteks minat melamar pekerjaan, teori ini menjelaskan bahwa minat seseorang untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

- a. (*Expectancy*): Keyakinan individu bahwa usaha yang mereka lakukan akan menghasilkan kinerja tertentu. Dalam konteks melamar pekerjaan, ini adalah keyakinan bahwa melamar pekerjaan di perusahaan tersebut akan membuahkan hasil, yaitu diterima bekerja.
- b. Instrumentalitas (*Instrumentality*): Keyakinan individu bahwa kinerja tertentu akan mengarah pada hasil tertentu. Dalam konteks melamar pekerjaan, ini adalah keyakinan bahwa kinerja yang baik dalam pekerjaan akan menghasilkan imbalan atau hasil yang diinginkan, seperti promosi, kenaikan gaji, atau pengembangan karir.
- c. Valensi (*Valence*): Nilai atau daya tarik yang diberikan individu pada hasil tertentu. Dalam konteks melamar pekerjaan, ini adalah seberapa besar individu menghargai imbalan atau hasil yang mungkin mereka dapatkan dari pekerjaan tersebut, seperti gaji yang tinggi, tunjangan yang menarik, atau lingkungan kerja yang nyaman.

Reputasi perusahaan dapat mempengaruhi ketiga faktor dalam teori *expectancy theory*. Reputasi yang baik dapat meningkatkan:

- a. *Expectancy*: Reputasi yang baik dapat meningkatkan keyakinan calon karyawan bahwa mereka memiliki peluang lebih besar untuk diterima bekerja di perusahaan tersebut. Mereka percaya bahwa perusahaan yang memiliki reputasi baik lebih selektif dalam memilih karyawan, sehingga jika mereka berhasil melamar dan melewati proses seleksi, peluang mereka untuk diterima akan lebih besar.
- b. Instrumentalitas: Reputasi yang baik juga dapat meningkatkan keyakinan calon karyawan bahwa kinerja yang baik dalam pekerjaan

akan dihargai dan dihargai. Mereka percaya bahwa perusahaan yang memiliki reputasi baik memiliki sistem penghargaan yang adil dan transparan, sehingga kinerja yang baik akan menghasilkan imbalan yang sesuai.

- c. Valensi: Reputasi yang baik dapat meningkatkan daya tarik imbalan yang ditawarkan oleh perusahaan. Calon karyawan percaya bahwa perusahaan yang memiliki reputasi baik menawarkan imbalan yang lebih baik, seperti gaji yang lebih tinggi, tunjangan yang lebih lengkap, atau peluang pengembangan karir yang lebih jelas.

Kompensasi juga dapat mempengaruhi ketiga faktor dalam teori expectancy. Kompensasi yang menarik dapat meningkatkan:

- a. *Expectancy* : Kompensasi yang menarik dapat meningkatkan keyakinan calon karyawan bahwa mereka memiliki peluang lebih besar untuk diterima bekerja di perusahaan tersebut. Mereka percaya bahwa perusahaan yang menawarkan kompensasi yang baik lebih selektif dalam memilih karyawan, sehingga jika mereka berhasil melamar dan melewati proses seleksi, peluang mereka untuk diterima akan lebih besar.
- b. Instrumentalitas: Kompensasi yang menarik juga dapat meningkatkan keyakinan calon karyawan bahwa kinerja yang baik dalam pekerjaan akan dihargai dan dihargai. Mereka percaya bahwa perusahaan yang menawarkan kompensasi yang baik memiliki sistem penghargaan yang adil dan transparan, sehingga kinerja yang baik akan menghasilkan imbalan yang sesuai.
- c. Valensi: Kompensasi yang menarik tentu saja meningkatkan daya tarik imbalan yang ditawarkan oleh perusahaan. Gaji yang tinggi, tunjangan yang lengkap, atau fasilitas yang menarik adalah imbalan yang sangat dihargai oleh calon karyawan.

Menurut *expectancy theory*, minat seseorang untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan akan tinggi jika mereka memiliki harapan yang tinggi bahwa usaha mereka akan membuahkan hasil (diterima

bekerja), instrumentalitas yang tinggi (kinerja yang baik akan menghasilkan imbalan yang diinginkan), dan valensi yang tinggi (imbalan yang ditawarkan sangat menarik).

Reputasi perusahaan dan kompensasi adalah dua faktor penting yang dapat mempengaruhi ketiga komponen ini. Perusahaan yang memiliki reputasi baik dan menawarkan kompensasi yang menarik akan lebih diminati oleh calon karyawan karena mereka percaya bahwa perusahaan tersebut menawarkan peluang yang lebih baik untuk mencapai tujuan karir mereka. (Victor, 1964)

3. Teori Minat Melamar Pekerjaan

a. Pengertian Minat melamar pekerjaan

Minat melamar pekerjaan merupakan proses ketertarikan untuk memiliki pekerjaan, dimulai segala upaya mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan. Dalam proses pencairan pekerjaan, calon karyawan memiliki kriteria perusahaan yang ideal. (barber dalam Swatdita, 2018)

Minat melamar pekerjaan merupakan proses untuk ketertarikan guna mempunyai suatu pekerjaan diawali dengan semua upaya untuk mencari informasi yang berkaitan dengan lowongan kerja. (Shalahuddin, 2022). Minat melamar pekerjaan dapat ditandai dengan perilaku pencari kerja yang berusaha mencari informasi terkait perusahaan yang ingin dilamarnya (Purborini & Basid, 2022). Terdapat tahapan yang oleh calon pekerja untuk minat melamar pekerjaan, yaitu yang pertama ialah melakukan pemilihan serta pertimbangan untuk pekerjaan yang diinginkan, selanjutnya ialah mencari suatu informasi melalui sumber untuk rekrutmen perusahaan, lalu menentukan pilihan guna dapat menerima atau tidak untuk pekerjaan tersebut (Octavianus et al., 2014). Adapun menurut (Kolang Dede Permadi, 2015) terdapat indikator untuk ketertarikan dalam melamar pekerjaan, yaitu pencarian informasi pekerjaan, kebutuhan akan pekerjaan, pembuatan keputusan serta penentuan pilihan pekerjaan.

Susilo & Widhianto (2022) juga menegaskan bahwa intensi melamar pekerjaan merupakan keputusan setiap calon karyawan untuk memilih dan memutuskan serta menekuni suatu organisasi sebagai tujuannya bekerja. Niat untuk melamar merupakan keputusan yang diambil oleh setiap kandidat untuk menjadikan suatu organisasi sebagai perusahaannya dan tantangan bagi organisasi dalam menarik, merekrut, serta mempertahankan sumber daya manusia yang tepat untuk organisasinya sehingga sangat penting untuk membangkitkan niat seorang kandidat untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan (Sharma & Prasad, 2018). Nurfaizi (2023), memaparkan indikator pada ketertarikan melamar pekerjaan, yaitu Kebutuhan akan pekerjaan, Pencarian informasi pekerjaan, Penentuan pilihan pekerjaan, Pembuat keputusan. Semakin besar tingkat niat untuk melamar pekerjaan menyebabkan semakin besarnya peluang bagi para kandidat untuk mengambil keputusan dalam melamar pekerjaan tersebut (Nguyen & Huynh, 2022). Berdasarkan beberapa definisi dari *intention to apply for a job*, dapat disimpulkan bahwa *Intention to Apply For A Job* atau minat melamar pekerjaan merupakan proses timbulnya minat seseorang untuk mendapatkan pekerjaan, dimulai dengan pencarian informasi pekerjaan, pemilihan perusahaan yang akan dilamar, dan akhirnya mengirimkan lamaran kerja kepada perusahaan yang dituju.

Menurut Gatewood (2016), ada beberapa tahapan yang dilakukan calon karyawan dalam minat melamar pekerjaan, pertama memilih dan mempertimbangkan pekerjaan yang mereka inginkan, tahapan berikutnya mencari informasi dari sumber rekrutmen yang dibuat oleh perusahaan, kemudian membuat pilihan untuk menerima atau tidak pekerjaan tersebut.

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu keinginan dalam diri individu atas ketertarikan terhadap suatu pekerjaan

dengan menunjukkan suatu upaya guna pengambilan keputusan untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

Barber (2016), memaparkan beberapa indikator pada ketertarikan 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) Menentukan 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.

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan

Yuwono dalam Latansa (2020) berpendapat terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu pekerjaan yaitu:

1) Keadaan Tempat Kerja

Lingkungan kerja yang bagus yang didukung oleh rekan kerja yang berkualitas dan sopan dapat meningkatkan produktivitas.

2) Sistem pendukung

Untuk mendukung hasil output yang optimal ditempat kerja, pekerja memerlukan sistem pendukung yang sesuai, yang meliputi kendaraan, peralatan kerja yang memadai, kemungkinan promosi dan promosi.

3) Pribadi pekerja

Moral, sudut pandang tentang pekerjaan, kebanggaan dalam mengekspresikan sifat-sifat yang berhubungan dengan pekerjaan, dan sikap terhadap pekerjaan adalah contoh pribadi kerja.

c. Indikator minat melamar pekerjaan

Barber (1998) dalam sumardana (2014) indikator dari minat atau keinginan melamar pekerjaan, yaitu:

1) Kebutuhan atau keperluan akan pekerjaan

Seorang karyawan lebih terpicu dengan suatu pekerjaan karena merupakan kewajiban untuk mencukupi segala kebutuhan serta mendapatkan penghasilan.

2) Pencarian informasi pekerjaan

Para calon karyawan mengumpulkan seluruh informasi tentang lowongan – lowongan pekerjaan yang dibuka oleh perusahaan.

3) Penentuan pilihan pekerjaan

Calon karyawan mulai memilih serta memikirkan dari banyaknya perusahaan yang berkualitas dan sepadan dengan kemauan calon karyawan yang terkait.

4) Pembuatan keputusan

Calon karyawan membuat keputusan tentang perusahaan yang akan dilamar sesuai dengan bakat dan minat yang dimiliki.

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai minat melamar pekerjaan, maka dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu kecenderungan yang menetap pada diri individu untuk merasa senang dan tertarik pada suatu aktivitas secara fisik, psikis, mental dan sosial yang dilakukan atas kesadaran diri sendiri dengan tujuan memperoleh kepuasan, status dan imbalan ekonomi, makna hidup serta mengikat seseorang pada individu lain dan masyarakat.

4. Teori Reputasi Perusahaan

a. Pengertian Reputasi perusahaan

Reputasi bisnis yang merupakan persepsi atau perspektif masing-masing pemangku kepentingan dengan cara yang rumit terkait dengan kinerja bisnis adalah salah satu aspek yang dapat dimanfaatkan untuk menarik pencari kerja untuk melamar suatu posisi. (Febrianti&Hendratmoko,2022)

Reputasi ialah suatu konsep utama untuk perusahaan sebab apabila perusahaan bereputasi baik dalam mata konsumen maka akan mendapatkan keuntungan pada perusahaannya (Aisyah & Engriani, 2019).

Menurut Widokarti & Priansa (2019) reputasi perusahaan didefinisikan dengan semua kualitas ataupun kriteria yang bisa terlihat dan dinilai bagi masyarakat umum. saat bertransaksi pada sebuah perusahaan, konsumen bisa mempertimbangkan reputasi perusahaannya. Apabila perusahaan memiliki reputasi buruk, maka pembeli bisa malas menerapkan jasa serta produk perusahaannya.

Fombrun (2002: 9) dalam Solikhin A dan Lubis (2019) menyarankan bahwa reputasi perusahaan merupakan hasil gabungan dari tindakan masa lalu dan harapan masa depan perusahaan. Ini menjelaskan bagaimana pihak utama dalam sumber daya menafsirkan sebuah langkah yang diambil oleh perusahaan serta mengevaluasi kemampuannya dalam memberikan hasil yang berharga. Mengikuti logika serupa, Wartick (1992: 34) dalam Solikhin A dan Lubis (2019) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai kumpulan persepsi dari pihak-pihak berkepentingan tunggal mengenai seberapa baik respons perusahaan dalam memenuhi tuntutan dan harapan mereka.

Menurut Bannet dan Rentschler (2003), seperti yang diungkapkan dalam Erlinda F dan Safitri R (2020), reputasi perusahaan dianggap sebagai aset strategis yang berharga yang dapat memberikan kontribusi pada keunggulan kompetitif lembaga keuangan.

Pembentukan reputasi perusahaan yang tepat membutuhkan proses yang cermat dan terperinci, sehingga sulit untuk disalin oleh pesaing. Fombrun (2002: 9) dalam (Solikhin & Lubis, 2019) menyarankan bahwa reputasi perusahaan merupakan hasil gabungan dari tindakan masa lalu dan harapan masa depan perusahaan. Ini menjelaskan bagaimana pihak utama dalam sumber daya menafsirkan sebuah langkah yang diambil oleh perusahaan serta mengevaluasi kemampuannya dalam memberikan hasil yang berharga. Mengikuti logika serupa, Wartick (1992: 34) dalam (Solikhin & Lubis, 2019)) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai kumpulan persepsi dari pihak-pihak berkepentingan tunggal mengenai seberapa baik respons perusahaan dalam memenuhi tuntutan dan harapan mereka.

Menurut Bannet dan Rentschler (2003), seperti yang diungkapkan dalam (Erlinda & Safitri, 2020), reputasi perusahaan dianggap sebagai aset strategis yang berharga yang dapat memberikan kontribusi pada keunggulan kompetitif lembaga keuangan. Pembentukan reputasi perusahaan yang tepat membutuhkan proses yang cermat dan terperinci, sehingga sulit untuk disalin oleh pesaing.

Menurut Lewis (2015), untuk membangun reputasi yang baik, perusahaan dituntut untuk menyelaraskan kinerja dengan kebijakan yang diambil. Dolphin (2015), memaparkan bahwa reputasi perusahaan perlu diperhatikan untuk mewakili kinerja dari keseluruhan perusahaan mengenai sisi sosial perusahaan. Menurut Wang (2015), reputasi perusahaan memiliki keunggulan sebagai aset suatu perusahaan dan keunggulan didalam persaingan.

Sedangkan menurut Ratnasari (2015), perusahaan yang tidak memiliki reputasi baik akan kesulitan didalam memperoleh tenaga kerja potensial yang tentunya diharapkan perusahaan.

Dikutip dari sebuah buku karya Rosady Ruslan yang menjelaskan bahwa reputasi dan citra memiliki makna dan arti yang hampir sama. Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan

reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau public relations. Pengertian citra itu sendiri abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negative yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi atau produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak Humas/PR. Biasanya landasan citra itu berakar dari “nilai-nilai kepercayaan” yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini public yang lebih luas, yaitu sering dinamakan citra (image).

Secara logikanya, kalau suatu organisasi/perusahaan tengah mengalami “krisis kepercayaan” dari public atau masyarakat umum, maka akan membawa dampak negatif terhadap citranya. Bahkan akan terjadi penurunan citra sampai pada titik yang paling rendah (lost of image). Khususnya jika terjadi pada perusahaan yang bergerak dibidang industri jasa perbankan, perhotelan, angkutan udara dan lain sebagainya yang sangat “sensitif” dengan masalah kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra. (Ruslan, 2007)

Dari beberapa definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa reputasi perusahaan adalah suatu bentuk penghargaan yang diterima oleh perusahaan karena perusahaan mampu bersaing dan mampu memenuhi segala bentuk kebutuhan dari masyarakat. Reputasi juga bisa disebut sebagai sebuah citra, citra yang baik berakar dari sebuah kepercayaan. Apabila perusahaan tersebut mengalami krisis

kepercayaan, maka tentunya akan berdampak negatif pada reputasi atau citra perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Reputasi perusahaan

Faktor yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan reputasi merupakan suatu asset yang tidak berwujud atau *kindness* sebuah perusahaan yang mempunyai konsistensi efek positif pada evaluasi pasar atas perusahaan. Suatu Perusahaan yang memiliki reputasi-reputasi baik dapat menumbuhkan keyakinan serta kepercayaan bahkan dukungan dibandingkan dengan sebuah perusahaan yang reputasinya buruk. Secara teoritis, yang menguji bagaimana indikasi kualitas perusahaan mempengaruhi evaluasi dari *stakeholder* terhadap reputasi (Solikhin & Lubis, 2019). Beberapa faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan, yaitu:

- 1) Kualitas produk
- 2) Mutu produk
- 3) Keyakinan & Kepercayaan pelanggan terhadap nama merk dan logo perusahaan
- 4) Pengetahuan konsumen akan produk, respons yang disebabkan karena kepuasan konsumen.

c. Indikator Reputasi Perusahaan

Menurut selnes terdapat empat indikator reputasi perusahaan antara lain (Otniel & Setyanto, 2023)

- 1) Nama baik

Sebuah tanggung jawab penting perusahaan dalam memberikan dalam memberikan dukungan lancarnya pemasaran usaha. Dimana perlu memberikan pemahaman pada kualitas produk dan jasa, melihat kepuasan dan penjagaan keterkaitan kerja sama dari perusahaan agar terjaga nama baiknya.

- 2) Reputasi Pesaing

Sebuah perusahaan pada mempunyai kekuatan supaya bisa fokus pada nilai lebih dari pada perusahaan yang lain.

3) Dikenal luas

Memberikan keyakinan tanggapan masyarakat seberapa jauhnya perusahaan yang dikenal, sebuah perusahaan tentunya menginginkan produk mereka terkenal luas baik produk lama atau yang baru.

4) Kemudahan diingat

Memberikan keyakinan tanggapan dari masyarakat dimana perusahaan memudahkan masyarakat untuk mengingat nama baik perusahaan dan mudah pula menemukan di search engine ataupun dalam dunia nyata.

5. Teori Kompensasi

a. Pengertian kompensasi

Pada dasarnya manusia bekerja juga ingin memperoleh uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itulah seorang pegawai mulai menghargai kerja keras dan semakin menunjukkan loyalitas terhadap organisasi sehingga organisasi memberikan penghargaan terhadap prestasi kerja pegawai yaitu dengan jalan memberikan kompensasi. Untuk meningkatkan produktivitas pegawai dapat melalui pemberian kompensasi agar pegawai bekerja dengan semangat dalam menjalankan tugasnya. Pada hakikatnya, pemberian kompensasi adalah satu dari langkah dalam meningkatkan kinerja pegawai. Dengan pemberian kompensasi yang benar, para pegawai akan lebih terpuaskan dan termotivasi dalam mencapai sasaran. Kompensasi sangat penting bagi pegawai, karena besarnya kompensasi yang diberikan akan mencerminkan nilai bagi mereka, keluarga, dan masyarakat.

Menurut Mujanah (2019) karyawan menerima kompensasi sebagai ucapan terima kasih atas kontribusi mereka terhadap bisnis. Kompensasi non-finansial mencakup hal hal seperti kehormatan, posisi, keadaan kerja yang baik dan hal hal lain selain gaji finansial, yang dapat berupa uang atau hal-hal yang dapat dinilai. Namun Enny (2019) kompensasi dapat didefinisikan sebagai bentuk timbal jasa yang

diberikan kepada pegawai sebagai bentuk penghargaan terhadap kontribusi dan pekerjaan mereka kepada organisasi. Kompensasi tersebut dapat berupa finansial yang langsung maupun tidak langsung, serta penghargaan tersebut dapat pula bersifat tidak langsung.

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Sistem kompensasi yang baik mampu memberikan kepuasan bagi karyawan dan memungkinkan perusahaan memperoleh, mempekerjakan dan mempertahankan karyawan. Program-program kompensasi juga penting bagi perusahaan, karena mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumber daya manusianya (Zahari et al., 2022)

Menurut (Akbar, 2021) kompensasi adalah semua bentuk pengembalian (*return*) finansial dan tunjangan-tunjangan yang diperoleh pegawai sebagai bagian dari sebuah hubungan kepegawaian.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kompensasi merupakan fungsi manajemen yang penting dan harus dilakukan oleh organisasi atas pengembalian jasa yang dilakukan oleh pegawai berdasarkan kontribusi maupun kinerja yang dilakukan terhadap suatu organisasi tersebut.

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi kompensasi

Dalam memberikan kompensasi harus memperhatikan bahwa kompensasi mempunyai nilai yang berbeda bagi setiap individu karyawan yang menerimanya. Sehingga agar kompensasi yang diberikan adil maka diberikan sesuai dengan tingkat risiko yang diterima oleh karyawan. Oleh karena itu, pemberian kompensasi dalam suatu perusahaan terdapat faktor-faktor yang harus dipertimbangkan. Menurut Putri & Juniarti (2021) menjelaskan bahwa besar kecilnya kompensasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

- 1) Penawaran dan Permintaan
- 2) Pendidikan, Tanggungan dan Pengalaman
- 3) Kemampuan Perusahaan

- 4) Serikat Buruh atau Organisasi
- 5) Pemerintah dan Undang – Undang Keppres

c. Indikator kompensasi

Menurut (Putri & Juniarti, 2021) terdapat dua indikator dari kompensasi yaitu:

1) Kompensasi Langsung

Kompensasi langsung adalah kompensasi yang diberikan dalam bentuk penghargaan atau upah yang dibayarkan secara tetap berdasarkan tenggang waktu yang telah ditetapkan. Dalam bentuk uang secara tunai atau berupa barang yang berdasarkan oleh kontribusi karyawan atas apa yang telah mereka kerjakan. Adapun indikator kompensasi langsung yaitu :

- a) Kesesuaian gaji dengan apa yang telah karyawan kerjakan.
- b) Kesesuaian insentif dengan hasil yang telah diterima.

2) Kompensasi Tidak Langsung

Kompensasi tidak langsung adalah pemberian kompensasi atas keuntungan perusahaan bagi para karyawan di luar gaji atau upah tetap. Adapun indikator kompensasi tidak langsung :

- a) Kesesuaian pemberian tunjangan yang diharapkan karyawan.
- b) Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan pekerja.

6. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan antara Variabel Reputasi Perusahaan (X1) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Dalam penelitian terdahulu Sharma (2018) diperoleh hasil organisasi yang memiliki reputasi yang baik memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap atensi melamar kerja. Dalam penelitian Saini et al (2016) juga menemukan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar kerja. pendapat lain menurut Chhabra dan Sharma (2016) juga ditemukan organisasi yang memiliki reputasi yang baik memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap atensi melamar kerja. Hasil ini didukung oleh penelitian Diane et al (2019)

memperoleh hasil reputasi perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Pendapat yang lain Xie (2015), Cable dan Turban (2004) serta Fenti dan Rini (2020) dalam penelitiannya juga mendapatkan hasil yang sama, bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar kerja. Adapun Cannaby (2018), Sumardana (2014), Permadi (2015) juga mendapatkan hasil organisasi yang memiliki reputasi yang baik memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap atensi melamar kerja. Pernyataan tersebut berbeda dengan hasil penelitian Gupta dan Saini (2018) yang mengemukakan Dimensi daya tarik yang dimiliki oleh perusahaan akan menciptakan persepsi yang baik terhadap reputasi perusahaan terkait. Reputasi perusahaan yang baik akan memunculkan keinginan calon karyawan untuk melamar pekerjaan bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap minat melamar kerja.

b. Hubungan antara Kompensasi (X2) Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Martoyo (2018) memaparkan, kompensasi adalah aspek penting yang berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang variabel kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan adalah penelitian dari Sumardana (2014) dengan hasil kompensasi berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan diperkuat oleh penelitian Permadi dan Netra (2015) kompensasi berpengaruh signifikan terhadap atensi melamar kerja. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Diansyah (2017) yang menunjukkan hasil bahwa kompensasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat melamar pekerjaan.

c. Hubungan Antara Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat melamar Pekerjaan

Minat melamar kerja merupakan serangkaian pencarian informasi lowongan pekerjaan, menentukan pilihan pekerjaan, dan pengambilan keputusan dari calon karyawan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan. Barber (1998). Menurut Gatewood et al. (1993), ada beberapa tahapan yang dilakukan calon karyawan dalam minat melamar pekerjaan, pertama memilih dan mempertimbangkan pekerjaan yang mereka inginkan, tahapan berikutnya mencari informasi dari sumber rekrutmen yang dibuat oleh perusahaan, kemudian membuat pilihan untuk menerima atau tidak pekerjaan tersebut. Penelitian sebelumnya yang membahas tentang variabel kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan adalah penelitian dari Permadi dan Netra (2015) yang berjudul Reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan, dan kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

B. Penelitian Relevan

Berdasarkan penelitian Relevan merupakan uraian sistematis mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Adapun penelitian relevan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Permadi & Netra, 2019) E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.10, 2015: 3256 – 3286 yang berjudul **Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana**. Menunjukkan bahwa reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan kerja perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas udayana. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu

sama-sama mengukur seberapa besar pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi perusahaan terhadap minat melamar. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terdapat pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian. Komang Dede Permadi dan I Gusti Salit Ketut Netra meneliti mahasiswa Universitas Udayana, sedangkan penulis meneliti Alumni Perbankan Syariah FEBI UIN Mahmud Yunus Batusangkar tahun tamat 2021-2023.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Pragita Mutiara Putri 1916051024 yang berjudul **Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Intensi Melamar Kerja pada Generasi Z** Menunjukkan bahwa terdapat Reputasi perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi melamar kerja pada Generasi Z, Kompensasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi melamar kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel Reputasi perusahaan dan kompensasi, minat melamar, Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan oleh (Bilawal Wildan Itba' Cannaby 21314015) yang berjudul **Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Freshgraduate Ke Bank Syariah Dengan Lingkungan Keluarga Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Alumni Jurusan Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)**. Menunjukkan Reputasi Perusahaan dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, dan kompensasi tidak berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan dan kompensasi, minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek

penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.

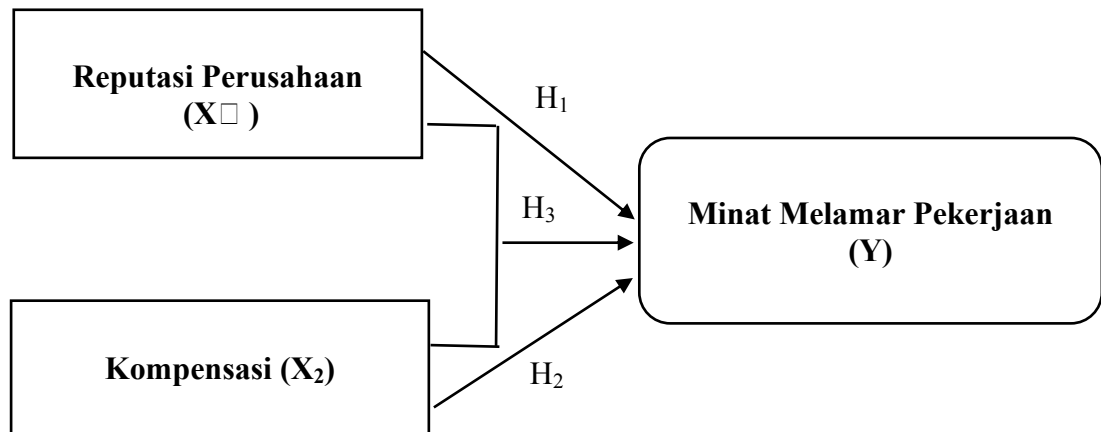
4. Penelitian yang dilakukan oleh (Febian Asdyani Saputri 200501110028) yang berjudul **Pengaruh Reputasi perusahaan dan E-recruitmen Terhadap Minat melamar pekerjaan pada generasi Z di perguruan tinggi negeri kota malang** .Menunjukan Reputasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Artinya peningkatan reputasi perusahaan berpotensi meningkatkan minat generasi Z Mahasiswa/i perguruan tinggi negeri dikota malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.
5. Penelitian yang dilakukan oleh (Defri Andes, 165101019) **Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Pada Lulusan Universitas Lampung Periode III Tahun 2021/2022.** Menunjukan Bahwa Reputasi perusahaan berpengaruh Secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan,yang berarti bahwa ketika reputasi perusahaan naik satu satuan, maka minat melamar kerja akan naik, dan Kompensasi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan ,kompensasi dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.

6. Penelitian yang dilakukan oleh (M. Rafi Kumar, 17510038) yang berjudul **Pengaruh Reputasi Perusahaan Deskripsi Pekerjaan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Pada Pt Bank Syariah Indonesia** Menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar kerja mahasiswa , dan kompensasi memiliki pengaruh terhadap minat melamar kerja mahasiswa pada PT Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan ,kompensasi dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.
7. Penelitian yang dilakukan oleh (Siti Fatimah dan Aini Mukhtar) yang berjudul **Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Pt Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya)**. Menunjukkan Bahwa Terdapat pengaruh positif antara reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada PT.Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya.Terdapat pengaruh positif antara kompensasi terhadap minat melamar kerja pada pada PT.Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya.Terdapat pengaruh positif antara reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada PT.Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan ,kompensasi dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.

8. Penelitian yang dilakukan oleh (Handi dan Wiji Safitri) yang berjudul **Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi**. Menunjukkan pengolahan data serta analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh reputasi perusahaan, e- recruitment dan kompensasi terhadap minat melamar kerja di kabupaten bekasi maka dapat diambil kesimpulan bahwa reputasi perusahaan terbukti secara positif dan signifikan secara parsial berpengaruh terhadap minat melamar kerja di kabupaten Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik reputasi suatu perusahaan, maka semakin menarik juga para pencari kerja dalam melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Kompensasi terbukti tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar kerja di kabupaten Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi bukan menjadi prioritas utama dalam mencari pekerjaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan ,kompensasi dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.
9. Penelitian yang dilakukan oleh (Ilham Mubaroq,41183402170203) yang berjudul **Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja** menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Dan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama memiliki variabel reputasi perusahaan ,kompensasi dan minat melamar pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.

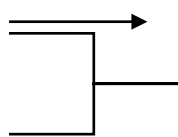
C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan kajian dari landasan teori, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian seperti gambar dibawah ini:



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

Keterangan :



Pengaruh
Secara Parsial



Pengaruh Secara simultan
Variabel Independen Reputasi Perusahaan (X₁)



Kompensasi (X₂)
Variabel Dependen Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Kerangka Pemikiran ini menjelaskan hubungan pengaruh variabel independen (X₁ dan X₂) terhadap Variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dengan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu:

- Ho₁ : Tidak ada pengaruh signifikan antara reputasi perusahaan bank syariah terhadap Minat Melamar Pekerjaan di bank syariah
- Ha₁ : Ada pengaruh signifikan antara reputasi perusahaan bank syariah terhadap Minat Melamar pekerjaan di bank syariah
- Ho₂ : Tidak ada Pengaruh signifikan antara kompensasi bank syariah terhadap Minat melamar pekerjaan di bank syariah
- Ha₂ : Ada pengaruh signifikan antara kompensasi bank syariah terhadap Minat Melamar Pekerjaan di bank syariah
- Ho₃ : Tidak ada pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi bank syariah terhadap Minat Melamar pekerjaan di bank syariah
- Ha₃ : Ada pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi bank syariah terhadap Minat Melamar pekerjaan di bank syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, metode ini merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

B. Tempat dan waktu penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar Jl. Jend Sudirman. No.137 Kubu Rajo Lima kaum Batusangkar yang dimana Objek penelitiannya adalah Alumni Perbankan Syariah tahun tamat 2022-2023. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 dengan waktu penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Rencana Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2024						Tahun 2025	
	Jul	Agt	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Pengajuan judul proposal skripsi								
Bimbingan proposal skripsi								
Seminar proposal								
Perbaikan setelah seminar								
Penelitian								
Bimbingan skripsi								
Munaqasah								

Sumber: data diolah, Tahun 2024

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang dimiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh alumni Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar tahun tamat 2022-2023.

Tabel 3. 2
Sebaran Populasi Penelitian

Tahun Tamat	Jumlah alumni
2022	130 alumni
2023	125 alumni
Total	255 alumni

Sumber: Fadil, 2023

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan (kriteria) tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2007). Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 3
Kriteria sampel

No	Kritria sampel	Jumlah
1	Responden merupakan alumni Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar pada program studi perbankan syariah tahun tamat 2022	130
2	Responden merupakan alumni Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar pada program studi perbankan syariah tahun tamat 2023	125
3	Responden yang pernah melakukan proses melamar pekerjaan dibank syariah minimal 1 kali.	72
4	Responden yang bekerja dibank konvensional	79
5	Responden yang pernah melakukan proses melamar pekerjaan dibank syariah minimal 1 kali dan responden bekerja di bank konvensional	72
	Total responden yang memenuhi kriteria	72

Tabel 3. 4
Sebaran sampel yang memenuhi kriteria

Tahun Tamat	Jumlah alumni	Sampel
2022	130	37
2023	125	35
Total	255 Alumni	72 Alumni

Sumber: data diolah, tahun 2024

D. Pengembangan instrumen

Untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian, penelitian dapat menggunakan instrumen yang telah tersedia dan dapat pula menggunakan instrumen yang dibuat sendiri. Instrumen penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk diisi oleh responden yang selanjutnya dilakukan analisis sehingga di peroleh sebuah informasi (Herlina, 2019).

Indikator kuesioner penelitian akan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan pengetahuan seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Riyanto & Hatmawan, 2020)

Tabel 3. 5
Kategori Point Skala likert

No	Pilihan jawaban	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang setuju	KS	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: (Riyanto & Hatmawan, 2020)

Adapun indikator kuesioner dalam penelitian yang terkait dengan untuk mengetahui pengaruh Reputasi Perusahaan dan terhadap minat melamar pekerjaan. (Studi kasus Alumni perbankan syariah tahun tamat 2022-2023)

Tabel 3. 6
Indikator kuesioner penelitian pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi Terhadap minat melamar pekerjaan bank syariah

Variabel	Indikator	Skala/ pertanyaan
Reputasi Perusahaan (X) (Otniel & Setyanto,2023)	1. Nama baik 2. Reputasi pesaing 3. Di kenal luas 4. Kemudahan diingat	Item
Kompensasi (X) (putri &	1. Kompensasi langsung 2. Kompensasi tidak langsung	Item

Juniarti,2021)		
Minat Melamar Pekerjaan (Y) (sumardana,2014)	1. Kebutuhan atau keperluan akan bekerja 2. Pencarian informasi pekerjaan. 3. Penentuan pilihan pekerjaan 4. Pembuatan Keputusan	Item

E. Teknik pengumpulan data

1. Kuesioner

Sugiyono (2018) menjelaskan kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Alat penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang diterliti adalah kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner ini diberikan dengan petunjuk pengisian yang jelas sehingga responden dapat lebih mudah menjawab pertanyaan. Kuesioner yang dibagikan kepada alumni perbankan syariah tahun tamat 2022 dan 2023.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sejumlah data dalam bentuk dokumen, instrumen ini dilakukan untuk melengkapi hal-hal yang ada hubungan dengan penelitian seperti jumlah alumni perbankan syariah tahun 2022-2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar gambaran umum institusi dan lain sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian menggunakan program SPSS sebagai alat untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara Reputasi Perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) berpengaruh terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Y). Sedangkan dilakukan analisis data dengan model regresi linear sederhana

perlu terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan dengan menggunakan program SPSS 26 yaitu :

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum. Statistik deskriptif ini menggambarkan sebuah data menjadi informasi yang jelas dan mudah dipahami dalam menginterpretasikan hasil analisis data dan pembahasannya.

2. Uji kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2010:168). Validitas dari sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menghitung validitas tiap item instrument dalam penelitian ini digunakan korelasi product moment, yaitu dengan menggunakan rumus (Arikunto, 2010: 274):

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Data dapat dikatakan valid, apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrument pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti (Umar, 2013: 135).

Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Tinggi rendahnya validitas suatu angket

atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan computer program SPSS versi 26.

Hasil perhitungan akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari *critical value*, maka *instrument* ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value*, maka *instrument* ini dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validasi, penelitian ini melakukan uji reliabilitas. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak sama diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016: 45).

Untuk mencari reliabilitas menggunakan rumus Alpha:

$$r_{11} = \frac{(K)}{(K - 1)} \frac{(1 - \sum ab^2)}{a^2t}$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas

K = banyak butir pertanyaan

$\sum ab^2$ = jumlah variasi butir

a^2t = varian total

Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan melihat nilai Cronbach Alpha pada data yang diolah dengan bantuan program SPSS. Menurut Imam Ghozali (2016: 48) suatu variabel dikatakan reliable apabila:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,70$, maka variabel dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,70$, maka variabel dinyatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistic parametric*. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual berstandarisasi tersebut mendekati rata-ratanya. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual mendistribusikan normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Apabila dilihat dari grafik histogram, data dapat dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cendrung sehingga imbang pada posisi kanan maupun kiri dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hamper sempurna. Dan apabila dilihat dengan normal p-plot data dikatakan berdistribusi normal jika gambar berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji statistic non parametric *kolmogrov-smirnov* (K-S), dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 ($>0,05$) maka H_0 diterima, yaitu variabel residul terdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas kecil dari 0,05 ($<0,05$) maka H_0 ditolak, yaitu variabel residul tidak terdistribusi normal.

b. Uji multikolonieritas

Tujuan digunakan uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai tolerance $>0,1$ atau VIF <10 maka tidak terjadi multikolineritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksud untuk menguji terjadinya perbedaan varian residu dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heterokedastisitas. Jika *scatterplot* tidak terdapat pola tertentu yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika *scatterplot* terdapat pola tertentu yang jelas dan teratur seperti gelombang, melebar dan menyempit maka akan terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2016). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas:

1) Scatterplot dapat dilihat dari:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan bahwa penelitian tersebut telah terjadi heteroskedastisitas
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik tidak menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Uji glejser yaitu:

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ tidak terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat (*dependent*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*independent*), dengan tujuan untuk mengistemasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel terikat (*dependent*) berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui (Ghozali, 2016: 93). Analisis regresi dapat dimanfaatkan untuk mengetahui bagaimana variabel dependent (*criterium*) dapat diprediksikan melalui variabel independent (*predictor*). Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunnya variabel *dependent* dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independent (Umar, 2013: 242).

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial maupun bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat dalam penelitian ini menggunakan analisis SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), juga menggunakan analisis persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (minat melamar pekerjaan)

X₁ = Variabel bebas (Reputasi perusahaan)

X₂ = Variabel bebas (kompensasi)

a = Konstanta (nilai Y bila X₁ X₂=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = Tingkat kesalahan atau *error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Teknik uji-t ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang

disignifikan terhadap variabel terikat. Uji-t dimaksud untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang tidak lain berubah. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikan $< \alpha (0,05)$, maka H_a diterima yang berarti secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikan $> \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak yang berarti secara individu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilaksanakan melihat ANOVA yang membandingkan *Mean of Squares* dan *Mean of Squares* dari residu sehingga mendapatkan hasil yang dinamakan F Hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikansi mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

c. Koefisiensi Determinan (R^2)

Koefisiensi determinan merupakan kuadrat dari koefisiensi korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh variabel independendi terhadap variabel dependen. Nilai koefisiensi determinan adalah diantara 0 dan 1. Jik semakin besar nilai tersebut makamosel semakin baik. Sedangkan nilai koefisiensinya kecil berarti kemampuan variabel-variabel dindependen maka menjelaskan variasi variabel independen adalah terbatas.

Tabel 3. 7
Koefisien Determinasi

Besar 'r'	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat lemah/rendah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat/tinggi
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber : (Sugiyono, 2013)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perjalanan sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) seiring dantidak terpisahkan dari sejarah Lembaga induknya yaitu IAIN Batusangkar, fakultas FEBI merupakan salah satu dari empat fakultas yang dibentuk setelah terjadinya peralihan status dari STAIN menjadi IAIN Batusangkar yaitu pada Tahun 2015, Keberadaan jurusan yang ada di FEBI saat ini sebenarnya sudah ada sejak saat IAIN Batusangkar masih berstatus STAIN Batusangkar.

Inilah periode awal berdirinya Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Adapun Program Studi yang terdapat di FEBI adalah:

- a. Program Studi Perbankan syariah
- b. Program Studi Ekonomi Syariah
- c. Program Studi Akuntansi syariah
- d. Program Studi Manajemen Bisnis Islam
- e. Program Studi Pariwisata Syariah
- f. Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf
- g. Program Studi Manajemen Informatika
- h. Program Studi Sistem Informatika

Walaupun pada tahanan awal FEBI hanya memiliki 3 Program Studi dan sekarang telah bertambah beberapa Program Studi tetapi Fakultas ini tetap merupakan Fakultas dengan mahasiswa nomor dua terbanyak di UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Adapun Dekan yang pernah menjabat di FEBI adalah:

- a. Nasfizar Guspendi, SE.,M.Si (2016-2017)
- b. Dr. Ulya Atsani,SH,M.Hum (2017-2020)
- c. Dr.H.Rizal.,M.Ag,CRP (2020-Sekarang)

Daftar Nama Pimpinan FEBI (2024)

Dekan	: Dr.H.Rizal.,M.Ag,CRP
Wakil Dekan I	: Dr. Nofrivul,S.E.,MM.,CFRM
Wakil Dekan II	: Dr. Nil Firdaus,MA
Wakil Dekan III	: Dr.Wahidah Fitriani, S.Psi.,MA

Terhitung mulai pada tanggal 12 Februari 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang sebenarnya di gedung GH Kampus I Jl. Sudirman 137 Batusangkar pindah menempati gedung baru FEBI yang berlokasi di Kampus II yaitu Kenegarian Parambahan, Kecamatan Limakaum, Batusangkar.

Sejarah FEBI dapat dibagi kepada empat periode, yaitu (1) periode persiapan, (2) periode Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol di Batusangkar, (3) periode Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, dan (4) periode Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

a. Periode Persiapan Pendirian PTAI Sebagai cikal bakal Fakultas Tarbiyah

Sebelum berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam di Kabupaten Tanah Datar, telah berdiri Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) yang terletak di Bukit Gombak Batusangkar pada tanggal 1 September 1954-1956. Sesudah itu, pada 1 September 1958 PTPG diintegrasikan dengan FKIP Universitas Andalas di Bukittinggi. Selanjutnya FKIP ini berubah status menjadi IKIP Padang (sekarang Universitas Negeri Padang). Keadaan ini menyebabkan masyarakat Tanah Datar kehilangan aset yang sangat berharga yaitu tidak adanya perguruan tinggi di Kabupaten Tanah Datar. Hal demikian menimbulkan motivasi dan keinginan yang kuat dari masyarakat dan Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar untuk memiliki sebuah perguruan tinggi untuk menampung para pelajar tamatan sekolah menengah atas, madrasah aliyah, pondok pesantren, PGA, dan sekolah persiapan IAIN atau sekolah menengah atas lainnya, yang ingin

melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Begitu juga bagi guru agama yang ingin mendalami ilmu agama Islam secara formal untuk mendapatkan gelar Sarjana.

Sementara itu, di beberapa daerah tingkat II lainnya telah berdiri pula fakultas keagamaan, seperti Fakultas Ushuluddin di Padang Panjang, Fakultas Dakwah di Solok, Fakultas Syariah di Bukittinggi, dan Fakultas Adab di Payakumbuh. Keadaan ini semakin mendorong masyarakat Tanah Datar untuk segera mendirikan pula satu Perguruan Tinggi Agama Islam di Kabupaten Tanah Datar. Upaya pembentukan sebuah Perguruan Tinggi Agama Islam di Kabupaten Tanah Datar dimulai dari pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Perguruan Tinggi Agama Islam yang diketuai oleh Mahyudin Algamar (Bupati Tanah Datar pada waktu itu) dan terwujud secara resmi pada tahun 1968.

Setelah Panitia Persiapan Perguruan Tinggi Agama Islam berjalan beberapa bulan, statusnya ditingkatkan menjadi Fakultas Tarbiyah Swasta untuk persiapan IAIN yang berlokasi di Kubu Rajo Lima Kaum Batusangkar di atas tanah seluas 11.026 M². Usaha ini semakin didukung oleh tingginya antusias masyarakat Kabupaten Tanah Datar yang dibuktikan dengan adanya kegairahan putra-putri mereka untuk melanjutkan pendidikan di fakultas ini. Realitas tersebut menjadi potensi utama untuk beralih status dari swasta menjadi negeri dalam bentuk sebuah fakultas yang berada dalam naungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Imam Bonjol Padang. Peralihan tersebut berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 238 tanggal 20 Mei 1971. Dengan demikian fakultas swasta ini resmi menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri dengan status Fakultas Muda dengan program pendidikan tingkat Sarjana Muda (B.A) (<http://febi.iainbatusangkar.ac.id/>).

b. Periode Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang

Pada tanggal 20 Mei 1971 berdiri Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang di Batusangkar. Oleh sebab itu, setiap tanggal 20 Mei diadakan Hari Ulang Tahun-nya oleh sivitas akademika dengan melakukan sejumlah kegiatan yang sesuai dengan visi-misi lembaga. Pada awal berdirinya, Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol berstatus Fakultas Muda yang hanya boleh membuka program sarjana muda (BA). Hal ini didasari oleh Surat Keputusan (SK) Menteri Agama RI No. 238 tanggal 20 Mei 1971. Pada tahun 1974/75 ada kebijakan Menteri Agama RI yaitu tentang rasionalisasi kelembagaan yang isinya tidak dibenarkan ada dua fakultas yang sama pada satu perguruan tinggi. Maka Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol di Batusangkar akan ditarik ke induknya yaitu ke IAIN Imam Bonjol Padang dan tidak boleh lagi menerima mahasiswa baru.

Namun dalam keadaan itu, masyarakat Batusangkar dan Pemerintah Kabupaten Tanah Datar berupaya dengan sungguh-sungguh untuk mempertahankannya. Hasilnya, Fakultas Tarbiyah tidak jadi ditarik ke Padang tetapi malah diberi izin oleh Rektor (Drs. H. Sanusi Latif) untuk menerima kembali mahasiswa baru pada tahun 1976 dengan persyaratan: (1) harus ada asrama mahasiswa; (2) harus ada Yayasan Penyantun; dan (3) jumlah mahasiswa baru minimal 40 orang. Semua persyaratan tersebut akhirnya dapat dipenuhi oleh civitas akademiknya atas dukungan masyarakat dan para tokoh. Pada tahun 1982 keluar Keputusan Menteri Agama No. 69

Tahun 1982 tentang Peningkatan Status Fakultas Tarbiyah dari Fakultas Muda menjadi Fakultas Madya. Dengan demikian semenjak tahun 1982, Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol di Batusangkar berhak menyelenggarakan perkuliahan tingkat doktoral dan strata satu (S1) dengan gelar Drs (Doktorandus) dan jurusan yang ada pada waktu itu yaitu jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI). Kemudian pada tahun akademik 1992/1993, Fakultas Tarbiyah membuka Jurusan Pendidikan

Bahasa Arab (PBA). Pembukaan jurusan baru ini disebabkan adanya tuntutan bahwa setiap Fakultas Madya diwajibkan memiliki sekurang-kurangnya dua Jurusan. Pada tahun akademik 1996/1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Batusangkar membuka lagi Jurusan Kependidikan Islam (KI). Makasejak berdirinya (tahun 1971 sampai dengan 1997, 26 tahun), Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol mempunyai tiga jurusan yaitu PAI, PBA dan KI. Selanjutnya pada tahun 1997 beralih status menjadi STAIN Batusangkar (<http://febi.iainbatusangkar.ac.id/>).

c. Periode STAIN Batusangkar

Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 1997 tertanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI No.285 tahun 1997 tanggal 1 Juli 1997. Maka Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang di Batusangkar secara resmi beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mahmud Yunus Batusangkar (disebut dengan STAIN Batusangkar). Pada periode ini terdapat dua jurusan yaitu Jurusan Tarbiyah dan Syari'ah. Jurusan Tarbiyah pada awalnya hanya memiliki tiga (3) program Studi yaitu Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Kependidikan Islam (KI), sedangkan Jurusan Syariah, pada mulanya hanya memiliki satu (1) Program Studi yaitu Ahwal al-Syakhshiyah (1997), namun seiring dengan berkembangnya STAIN Batusangkar maka kemudian dibentuk juga Program Studi Muamalah (Ekonomi Islam Konsentrasi Perbankan Syariah) yaitu pada tahun 2000, dan Hukum Ekonomi Syariah (2009), dan disusul Manajemen Informatika (2012).

Perjalanan sejarah STAIN Batusangkar saat itu dalam mengelola pendidikan pada jenjang Strata 1 dan Diploma III, baik dalam penataan administrasi maupun penyelenggaraan kegiatan akademik, juga telah menantang STAIN Batusangkar untuk menyelenggarakan jenjang pendidikan yang lebih tinggi yaitu untuk Program Magister. Hal ini

terwujud dengan keluarnya izin penyelenggaraan Program Studi S2 Manajemen Pendidikan Islam pada tahun 2010 dan Hukum Ekonomi Syariah tahun 2012.

Pada Tahun 2014 STAIN Batusangkar kembali diberi kepercayaan oleh Kementerian Agama RI untuk menyelenggarakan 6 (enam) program studi baru. Keenam program studi baru tersebut adalah Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA), Program Studi Hukum Tata Negara Islam (Siyasah), Program Studi Ilmu Quran Tafsir, Program Studi Ilmu Hadis, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, dan Program Studi S2 Pendidikan Agama Islam. Dengan demikian sampai tahap akhir, STAIN Batusangkar menyelenggarakan 2 (dua) Jurusan (S.1) dan Program Pascasarjana (S.2) dengan total 21 (dua puluh satu) program studi. Pertama: Jurusan Tarbiyah, Jurusan Tarbiyah memiliki sembilan Program Studi, yaitu: Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Tadris (Pendidikan) Bahasa Inggris, Tadris (Pendidikan) Matematika, Tadris (Pendidikan) Biologi, Tadris (Pendidikan) Fisika, Bimbingan dan Konseling (BK), serta Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA). Kedua: Jurusan Syariah memiliki sembilan Program Studi yaitu: Ahwal al-Syakhshiyah (Hukum Kekeluargaan Islam), Perbankan Syariah, Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Ekonomi Syariah, Hukum Tata Negara Islam (Siyasah), Ilmu Qur'an dan Tafsir, serta Program Studi Ilmu Hadis. Ketiga: Program Pascasarjana memiliki tiga program studi yaitu Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Hukum Ekonomi Syariah, dan Pendidikan Agama Islam.

Setelah melalui proses yang cukup panjang, maka pada akhir tahun 2015 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar resmi menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar melalui Perpres No. 147 tahun 2015, tanggal 23 Desember 2015 (<http://febi.iainbatusangkar.ac.id/>).

d. Periode IAIN Batusangkar

Keinginan sivitas akademika STAIN Batusangkar untuk alih status ke tingkat yang lebih tinggi (IAIN dan UIN) tidak pernah berhenti. Untuk itu, pada tahun 2012 dibentuk panitia alih status dari STAIN ke IAIN Batusangkar menyusun dokumen alih status, dan memprosesnya ke kementerian yang terkait. Proses ini didukung oleh Ketua DPRD Sumatera Barat dengan surat Nomor 070/454/DPRD-2012 dan Bupati Tanah Datar dengan surat Nomor: 844/544-kesra/2012 tanggal 2 Mei 2012, Gubernur Sumatera Barat melalui surat Nomor: 01/REG/65B/2012 tanggal 27 April 2012, dan tokoh-tokoh Sumatera Barat yang ada di daerah dan di Pusat. Setelah melalui proses yang cukup lama, akhirnya pada tanggal 23 Desember 2015 keluarlah PERPRES Nomor 147 Tahun 2015 diundangkan tanggal 28 Desember 2015 tentang alih status STAIN menjadi IAIN Batusangkar.

Peralihan ini menjadikan dua jurusan sebelumnya dipecah menjadi 4 (empat) Fakultas, yaitu Jurusan Tarbiyah menjadi Fakultas Terbiyah dan Ilmu Keguruan dan Jurusan Syariah dipecah menjadi tiga (3) Fakultas, yaitu Fakultas Syariah (FS), Fakultas Ushuluddin, Adab dan Da'wah (FUAD), serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam FEBI). Inilah periode awal berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Batusangkar (<http://febi.iainbatusangkar.ac.id/>).

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

“Unggul, Pembaharuan dan Berkearifan Lokal”

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ekonomi dan bisnis islam berdasarkan Alquran dan sunnah, berbasis riset dan kearifan lokal
- 2) Mengembangkan riset ekonomi dan bisnis islam yang berbasis islam yang integratif,interkoneksi,kearifan lokal, dan bereputasi global.
- 3) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang

berbasis riset ekonomi dan bisnis Islam serta kearifan lokal dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

- 4) Menyelenggarakan tata kelola fakultas berbasis teknologi informasi dan prinsip *good university governance*.
- 5) Menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan instansi pemerintah dan dunia usaha dalam dan luar negeri.

3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a. Menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan, cerdas secara intelektual, spiritual, emosional, sosial dan berdaya saing dalam menghadapi dunia kerja dan tantangan global.
- b. Menghasilkan penelitian ekonomi dan bisnis Islam integratif dan interkoneksi dan pembaharuan pemikiran dan pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis Islam.
- c. Menyebarkan pengabdian masyarakat untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat dan kesejahteraan umat.
- d. Terselenggarakan tata kelola fakultas berbasis teknologi informasi dan prinsip tata kelola yang baik.
- e. Menghasilkan kerjasama dengan lembaga dalam dan luar negeri yang saling menguntungkan dalam penguatan fakultas. (<http://febi.iainbatusangkar.ac.id/>).

4. Sejarah Perkembangan Program Studi Perbankan Syariah

Beralihnya status Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang menjadi STAIN Batusangkar pada tahun 1977 yang membuka dua Program Studi yaitu tarbiyah dan syariah, dimana pada waktu itu Program Studi Syariah masih memiliki satu program studi, barulah pada tahun 2000 dibuka lagi satu program studi di bawah Program Studi Syariah yaitu Studi Muamalah atau Ekonomi Islam Kosentrasi Perbankan Syariah. Awal perkembangannya program studi Muamalah atau Ekonomi Islam membuka satu lokal dengan jumlah mahasiswa 31 orang, untuk tahun-tahun berikutnya peminat dan jumlah mahasiswa bertambah setiap tahunnya. Seiring dengan meningkatnya perkembangan perbankan syariah

di Indonesia yang membuka cabang di seluruh daerah secara perlahan di Indonesia tentu juga membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten bisa mengisi pos-pos yang di butuhkan.

Dengan keadaan ini yaitu program studi Muamalah atau Ekonomi Islam Konsentrasi Perbankan Syariah dibawah Program Studi Syariah STAIN Batusangkar menyusun kembali program baru tentang mata kuliah, silabus, pratikum, visi dan misi dan renstra yang untuk menjadikan yaitu program studi Muamalah atau Ekonomi Islam Kosentrasi Perbankan Syariah menjadi program studi Perbankan Syariah sesuai juga dengan numenklatur yang sudah ada dan disetujui oleh Dirjend Diktis Pusat agar program studi ini lebih bisa berkompetisi pada dunia usaha dalam mengisi lapangan pekerjaan yang disediakan oleh Perbankan Syariah yang ada di Indonesia khususnya di Sumatera Barat. Pada tahun 2012, resmilah dirubah yaitu program studi Muamalah atau Ekonomi Islam Kosentrasi Perbankan Syariah menjadi program studi Perbankan Syariah. Pada tahun 2015 dengan beralihnya STAIN Batusangkar menjadi IAIN Batusangkar, maka program studi Perbankan Syariah menjadi Program Studi Perbankan Syariah.

Untuk akreditasi mulai tahun 2013 terakreditasi B dengan janka waktu Agustus 2013-Agustus 2018 dan sekarang sudah terakreditasi A, yang lulusannya diberi gelar Serjana Ekonomi (SE) untuk menjamin mutu proses pembelajaran dan hasil belajar Program Studi Perbankan Syariah didukung oleh sarana dan prasana dan kualifikasi dosen yang professional dan kompeten di bidangnya dengan kualifikasi pendidikan S2 dan S3 dalam dan luar negeri. (<http://persya.iainbatusangkar.ac.id/p/sejarah.html>)

B. Karakteristik Responden

Objek dalam penelitian ini adalah Alumni Perbankan Syariah tahun tamat 2022-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, dan Sampel yang ditarik Berjumlah 72

Responden. Dari data yang diperoleh telah diklasifikasikan mengenai data responden sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Karakter Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	21 orang	29,2 %
2.	Perempuan	51 orang	70,8%
	Total	72 orang	100 %

Sumber : data Primer,diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki dalam penelitian ini sebanyak 21 orang atau 29,2 % orang sedangkan responden perempuan dalam penelitian ini sebanyak 51 orang atau 70,8 % artinya responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Tabel 4. 2
Karakter Responden Berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah	Persentase %
1	23-25 tahun	21 Orang	29,2 %
2	>25 Tahun	51 Orang	70,8%
	Total	72 Orang	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah,2025

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia 18-25 tahun sebanyak 21 Orang atau 29,2 %, pada urutan kedua dan posisi terakhir terdapat pada responden diatas 25 tahun sebanyak 51 orang dari 100 yaitu 70,8%.

C. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini terdapat 3 jenis data yang bersumber dari 3 variabel penelitian. Ketiga variabel penelitian tersebut adalah Reputasi Perusahaan, Kompensasi dan Minat Melamar Pekerjaan di Bank Syariah.

1. Hasil Uji statistik Deskriptif variabel Reputasi Perusahaan

Variabel X1 Pada penelitian ini di ukur melalui 12 pertanyaan yang disebarakan ke 72 responden dan mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap Reputasi Perusahaan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4. 3
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reputasi Perusahaan

No	Pertanyaan	Penilaian					
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1.	Perusahaan yang saya inginkan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik	62	9	1	0	0	72
2.	Saya akan bekerja diperusahaan yang menurut saya baik untuk masa depan saya	56	15	1	0	0	72
3	Saya akan bekerja diperusahaan yang saya kagumi	50	20	2	0	0	72
4	Saya akan bekerja diperusahaan yang memiliki pekerja profesional	51	18	3	0	0	72
5	Karyawan bank memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan profesional	49	22	1	0	0	72
6	Penyingkatan Nama Bank	48	22	1	1	0	72

	syariah akan mempermudah saya untuk mengingat bank syariah.						
7	Bank syariah dipandang baik oleh kerabat -kerabat saya	46	26	0	0	0	72
8	Bank syariah memiliki keamanan yang baik.	41	30	1	0	0	72
9	Saya menggunakan bank syariah karena berbeda dengan bank yang lain	41	28	3	0	0	72
10	Saya merasa tempat kerja memiliki produk yang berkualitas	37	33	2	0	0	72
11	Saya merasa perusahaan yang saya inginkan selalu melakukan inovasi dalam mengembangkan produk dan jasa yang dihasilkan	48	21	3	0	0	72
12	Saya berpikir perusahaan yang saya inginkan mempunyai visi yang memiliki tujuan dengan jelas untuk menghadapi tekanan dan tantangan dimasa depan.	49	21	2	0	0	72

Sumber : data hasil penelitian, 2025

2. Hasil Uji statistik deskriptif variabel Kompensasi

Variabel X2 pada penelitian ini diukur melalui 10 pertanyaan yang disebarkan ke 72 responden dan mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap kompensasi dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. 4
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompensasi

No	Pertanyaan	Penilaian					
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
13	Saya puas dengan gaji atau upah yang diberikan tepat waktu oleh perusahaan	51	18	2	1	0	72
14.	Saya puas akan gaji atau upah yang diberikan perusahaan, telah sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada saya	38	30	4	0	0	72
15.	Saya merasa gaji atau upah yang diberikan perusahaan, menjadi motivasi dan semangat kerja saya.	39	31	2	0	0	72
16.	Saya puas atas bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada saya.	44	22	6	0	0	72
17.	Bonus yang saya terima telah sesuai dengan yang saya harapkan.	41	27	4	0	0	72

18.	Saya puas akan tunjangan hari raya yang diberikan oleh perusahaan	40	28	4	0	0	72
19.	Saya puas akan tunjangan transportasi atau antar jemput yang diberikan oleh perusahaan.	37	32	3	0	0	72
20.	Saya puas akan tunjangan makan yang diberikan oleh perusahaan.	42	29	1	0	0	72
21.	Saya merasa puas dengan adanya jaminan kecelakaan kerja yang diberikan oleh perusahaan	39	32	1	0	0	72
22.	Saya merasa puas dengan adanya jaminan kesehatan yang diberikan oleh perusahaan.	45	25	2	0	0	72

Sumber : data hasil penelitian, 2025

3. Hasil uji statistik deskriptif variabel Minat Melamar pekerjaan

Variabel Y pada penelitian ini diukur melalui 13 pertanyaan yang disebarkan ke 72 responden dan mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap kompensasi dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat
Melamar Pekerjaan

No	Pertanyaan	Penilaian					
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
23.	Sistem keamanan di terapkan perusahaan sudah terjamin	58	14	0	0	0	72
24.	Saya berminat melamar pekerjaan disuatu perusahaan karena kebutuhan yang harus dipenuhi	44	27	1	0	0	72
25.	Saya mencari informasi lowongan pekerjaan di media sosial	37	33	2	0	0	72
26.	Saya mencari informasi lowongan kerja melalui kerabat	39	27	6	0	0	72
27.	Saya minat melamar pekerjaan pada suatu perusahaan yang memiliki reputasi yang baik	44	25	3	0	0	72
28.	saya mencari pekerjaan dengan melihat gaji yang ditawarkan	36	31	5	0	0	72
29.	Saya mencari pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikan	38	31	3	0	0	72
30.	Saya akan	45	23	4	0	0	72

	mempertimbangkan posisi yang ditawarkan oleh perusahaan sebelum melamar pekerjaan						
31	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang sesuai dengan minat yang saya miliki	41	29	2	0	0	72
32	Saya akan melamar pekerjaan di perusahaan yang kualifikasinya sesuai dengan skill yang dimiliki	44	24	4	0	0	72
33	Saya menjadikan perusahaan yang saya lamar terlebih dahulu sebagai pilihan utama	43	26	3	0	0	72
34	Keputusan yang diambil oleh perusahaan dapat meningkatkan kegiatan operasi dari perusahaan	39	31	2	0	0	72
35	Saya Memaksimalkan usaha untuk dapat bekerja pada perusahaan yang saya inginkan	35	34	3	0	0	72

Sumber : data hasil penelitian, 2025

D. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian uji validitas dilakukan untuk menguji valid atau tidak setiap butir pertanyaan/ Pernyataan yang terdapat didalam kuesioner, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil uji menggunakan bantuan IBM SPSS Statistic 26 diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel manfaat, kemudahan dan sikap menggunakan digital banking pada bank syariah. Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel, Dengan membandingkan nilai rhitung dari hasil output (*Corrected Item- Total Correlation*) dengan rtabel, jika rhitung lebih besar dari rtabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika rhitung lebih kecil dari pada rtabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2009: 45).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom ($df = n-2$), maka hal ini n adalah jumlah sample (Ghozali, 2016). Sample dalam penelitian ini adalah 72 dengan *degree of freedom sebesar* ($df = 72-2 = 70$) dan pada r tabel yaitu 0,2319. Penguji validitas dalam penelitian ini menggunakan *correlation coefficient person*. Suatu pernyataan dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif (Ghozali, 2016). Hasil uji validitas tersebut adalah sebagai berikut:

1) Aspek Reputasi Perusahaan

Adapun dalam pernyataan Reputasi Perusahaan terdapat 12 Pertanyaan yang akan diuji validitas, berikut hasil uji validitas variabel reputasi perusahaan

Tabel 4. 6
Uji validitas variabel Reputasi Perusahaan

No	Indikator	R hitung	R tabel	Sig,(2- tailed)	N	Ket
1	X1.1	0,590	0,2319	0,000	72	Valid
2	X1.2	0,553	0,2319	0,000	72	Valid
3	X1.3	0,643	0,2319	0,000	72	Valid
4	X1.4	0,684	0,2319	0,000	72	Valid
5	X1.5	0,642	0,2319	0,000	72	Valid
6	X1.6	0,714	0,2319	0,000	72	Valid
7	X1.7	0,721	0,2319	0,000	72	Valid
8	X1.8	0,728	0,2319	0,000	72	Valid
9	X1.9	0,695	0,2319	0,000	72	Valid
10	X1.10	0,613	0,2319	0,000	72	Valid
11	X1.11	0,619	0,2319	0,000	72	Valid
12	X1.12	0,710	0,2319	0,000	72	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel diatas ditemukan bahwa seluruh pernyataan pada variabel reputasi perusahaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dinyatakan seluruh pernyataan dianggap layak sebagai penelitian dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

2) Kompensasi

Adapun dalam pernyataan Kompensasi terdapat 10 pernyataan yang akan diuji validitas, berikut hasil uji validitas variabel kompensasi yaitu:

Tabel 4. 7
Uji validitas Variabel Kompensasi

No	Indikator	R hitung	R tabel	Sig,(2- tailed)	N	Ket
1	X2.1	0,596	0,2319	0,000	72	Valid
2	X2.2	0,648	0,2319	0,000	72	Valid
3	X2.3	0,716	0,2319	0,000	72	Valid
4	X2.4	0,765	0,2319	0,000	72	Valid
5	X2.5	0,824	0,2319	0,000	72	Valid
6	X2.6	0,792	0,2319	0,000	72	Valid
7	X2.7	0,730	0,2319	0,000	72	Valid
8	X2.8	0,704	0,2319	0,000	72	Valid
9	X2.9	0,724	0,2319	0,000	72	Valid
10	X2.10	0,774	0,2319	0,000	72	Valid

Sumber : data diolah dengan SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel diatas ditemukan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kompensasi memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dinyatakan seluruh pernyataan dianggap layak sebagai penelitian dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

3) Aspek Minat Melamar Pekerjaan

Adapun dalam pernyataan Minat Melamar pekerjaan terdapat 13 pernyataan yang akan diuji validitas, berikut hasil uji variabel minat melamar pekerjaan yaitu:

Tabel 4. 8
Uji validitas variabel Minat melamar pekerjaan

No	Indikator	R hitung	R tabel	Sig,(2- tailed)	N	Ket
1	Y.1	0,673	0,2319	0,000	72	Valid
2	Y.2	0,777	0,2319	0,000	72	Valid
3	Y.3	0,743	0,2319	0,000	72	Valid
4	Y.4	0,813	0,2319	0,000	72	Valid
5	Y.5	0,736	0,2319	0,000	72	Valid
6	Y.6	0,780	0,2319	0,000	72	Valid
7	Y.7	0,795	0,2319	0,000	72	Valid
8	Y.8	0,830	0,2319	0,000	72	Valid
9	Y.9	0,758	0,2319	0,000	72	Valid
10	Y.10	0,723	0,2319	0,000	72	Valid
11	Y.11	0,834	0,2319	0,000	72	Valid
12	Y.12	0,766	0,2319	0,000	72	Valid
13	Y.13	0,627	0,2319	0,000	72	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel diatas ditemukan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kompensasi memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dinyatakan seluruh pernyataan dianggap layak sebagai penelitian dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi dari responden melalui pernyataan yang diberikan, hasil dari pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrument penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur kuesioner yang

merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Dari hasil perhitungan kuesioner masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4. 9
Hasil uji Reliabilitas

No	Variabel	Crobach's Alpha	Keterangan
1.	Reputasi Perusahaan (X1)	0,760	<i>Reliable</i>
2	Kompensasi (X2)	0,773	<i>Reliable</i>
3	Minat Melamar Pekerjaan (Y)	0,772	<i>Reliable</i>

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel yaitu Reputasi Perusahaan, Kompensasi dan Minat melamar pekerjaan memiliki nilai Cronbach's alpha $> 0,70$ hal ini menunjukkan bahwa nilai reputasi perusahaan, kompensasi dan minat melamar pekerjaan sudah cukup *Reliable*.

2. Uji asumsi klasik

Dalam uji asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian distribusi normal dilakukan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* melalui bantuan SPSS statistics 26 for windows, Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* yaitu:

- 1) Data terdistribusi secara normal apabila nilai probabilitas signifikan $> 0,05$.
- 2) Data tidak terdistribusi secara normal apabila nilai probabilitas signifikan < 0.05 .

Tabel 4. 10
Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,62433429
MostExtreme Differences	Absolute		,105
	Positive		,049
	Negative		-,105
Test Statistic			,105
Asymp. Sig. (2-tailed)			,047 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,387 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,374
		Upper Bound	,399
a. Test distribution is Normal			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance			

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan *kolomogorov-smirow* sebesar $0,399 > 0,05$, maka model regresi dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal karena $P \text{ value} > 0,05$.

b. Uji multikolineritas

Pengujian multikolineritas dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi tersebut ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Diagnose secara sederhana terhadap tidak adanya multikolinearitas apabila jika nilai tolerance diatas ($>$) 0,1 dan mempunyai VIF dibawah ($<$) 10. Hasil uji multikolenieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 11
Hasil uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Reputasi Perusahaan	0,557	1,794
Kompensasi	0,557	1,794

Sumber: data diolah dengan SPSS 26,2025

Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai sebagai berikut:

- 1) Reputasi Perusahaan (X1) berdasarkan hasil tolerance 0,557 lebih besar dari 0.1 dan berdasarkan VIF 1,794 kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa murni berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.
- 2) Kompensasi (X2) berdasarkan hasil tolerance 0,557 lebih besar dari 0,1 berdasarkan nilai VIF 1,794 kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa murni berdiri sendiri dan tidak ada multikolinearitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

c. Uji Heteroskedastisitas

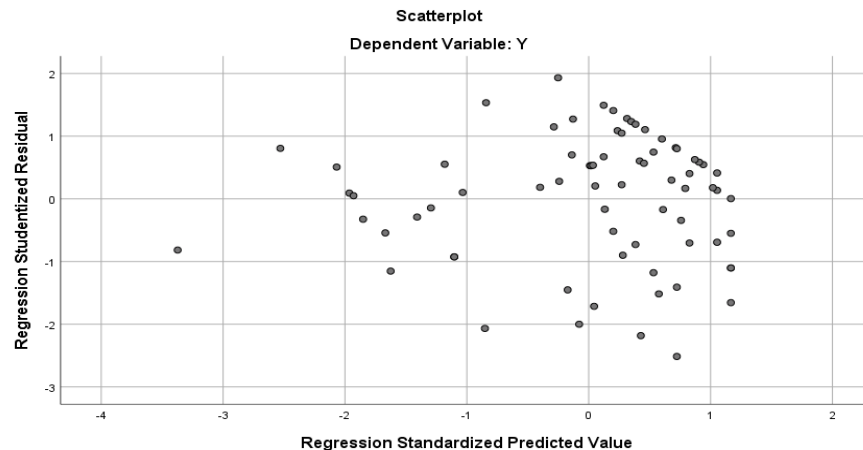
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi homokedastistas (Ghozali, 2012).

Dengan dasar analisis sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan bahwa penelitian tersebut telah terjadi heteroskedastistas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik tidak menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala homokedastisitas, maka dapat dilihat lebih jelasnya seperti pada gambar berikut:



Gambar 4. 1
Uji Heteroskedastisitas

sumber: data diolah dengan SPSS 26,2025

Dari scatterplot diatas dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan Sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Sehingga model regresi layak digunakan dalam melakukan pengujian.

Salah satu cara yang dilakukan untuk uji heteroskedastisitas adalah uji glejser. Uji glejser yaitu untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kriteria tidak terjadi problem heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, yang kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

Sehingga dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Hasil uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,433	3.363		-.129	.898
Reputasi Perusahaan	.060	.079	.120	.750	.456
Kompensasi	.002	.078	.019	.023	.982

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.12, hasil hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukan bahwa jika semua variabel bebas Reputasi Perusahaan, Kompensasi memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bersama variabel independen yaitu pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan. Pengolahan data dengan SPSS 26 memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Hasil koefisien Regresi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.714	5.980		.621	.537		
Reputasi Perusahaan	.481	.141	.357	3.408	.001	.557	1.794
Kompensasi	.628	.138	.476	4.547	.000	.557	1.794

a. Dependent Variable : Minat Melamar Pekerjaan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.13 pada *Unstandardized Coefficients^a* kolom B pada Constanta (a) adalah 3.714 skor Reputasi Perusahaan (b) adalah 0,481 skor Kompensasi (b) adalah 0,628. Maka dari data tersebut, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3.714 + 0,481X_1 + 0,628X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Melamar Pekerjaan

a : Konstanta

X₁ : Reputasi Perusahaan

X₂ : Kompensasi

B₁:b₂ : Koefisien Regresi

e : Term Error (Gangguan)

Interpretasinya:

Dari Persamaan tersebut dapat dinyatakan bahwa:

- a. Apabila Variabel Reputasi Perusahaan dan Kompensasi di anggap konstan (0), Maka Minat melamar pekerjaan akan tetap 3.714 karena nilai konstan menunjukan sebesar 3.714
- b. Nilai koefisiensi Reputasi Perusahaan (b₁), sebesar 0,482 parameter positif, hal tersebut berarti bahwa Reputasi Perusahaan (b₁) bertambah 1 satuan, sehingga besarnya pengaruh Reputasi perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,482.
- c. Nilai koefisiensi Kompensasi (b₂), sebesar 0,628 dengan parameter positif, hal tersebut berarti bahwa Kompensasi (b₂) bertambah 1 satuan, sehingga besarnya pengaruh Kompensasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,628.

Dari persamaan di atas, nilai koefisien Reputasi Perusahaan dan Kompensasi bernilai positif, sehingga menaikkan nilai Minat Melamar Pekerjaan, semakin tinggi nilai Reputasi Perusahaan dan Kompensasi maka semakin tinggi pula Minat Melamar Pekerjaan.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan Variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependent. Hasil output dari SPSS sebagai berikut:

Tabel 4. 14

Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.714	5.980		.621	.537
	REPUTASI PERUSAHAAN	.481	.141	.357	3.408	.001
	KOMPENSASI	.628	.138	.476	4.547	.000

a. Dependent variabel : Minat Melamar Pekerjaan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26,2025

Dapat dilihat dari tabel 4.14 maka dapat disimpulkan:

t tabel

$$=(a/2 : n-k-1)$$

$$=0,05/2 : 72-2-1$$

$$=0,025 : 69$$

$$=1.995$$

1) Pengujian Hipotesis Variabel X1 (Reputasi Perusahaan) terhadap Y (Minat Melamar Pekerjaan)

Nilai sig, $0,001 < 0,05$

Nilai t hitung $3,408 > 1,995$

Interpretasinya :

Dari hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh Reputasi perusahaan (X1) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,408 > t$ tabel 1,995, artinya terdapat pengaruh Reputasi perusahaan (X1) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) Secara signifikan.

Hipotesis:

H_{a1} : Diterima Terhadap pengaruh Reputasi Perusahaan (X1) Terhadap Minat melamar pekerjaan (Y)

2) Pengujian Hipotesis Variabel X2 (Kompensasi) terhadap Y (Minat Melamar Pekerjaan)

Nilai sig, $0,000 < 0,05$

Nilai t hitung $4,574 > 1,995$

Interpretasinya :

Dari hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,297 > t$ tabel 1,995 artinya terdapat pengaruh kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) secara signifikan.

Hipotesis :

H_{a2} : diterima terdapat pengaruh kompensasi (X2) Terhadap Minat Melamar pekerjaan (Y)

b. Uji F (Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Reputasi Perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan (Y). Adapun hasil uji statistik F dan SPSS dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1283,303	2	641,651	537,091	,000 ^b
	Residual	932,642	69	13,517		
	Total	2215,944	71			

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26,2024

a. Dependetn variable : Minat Melamar pekerjaan

b. Predictors : (Constant), Kompensasi (X2), Reputasi Perusahaan (X1)

F tabel

$$= (k:n-k)$$

$$= (2:72-2)$$

$$= (df-2 \text{ ke } 70)$$

$$= 3,13$$

1) Pengujian Hipotesis variabel X1 dan X2 terhadap Y

Nilai sig 0,000 < 0,05

Nilai F hitung > F tabel

F hitung 537,091 > 3,13

Interpretasinya :

Dari hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh Reputasi perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 537,091 > F tabel 3,13. Artinya terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) Terhadap Minat Melamar pekerjaan secara signifikan.

Hipotesis :

Ha₃: Diterima terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y)

5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Nilai R Square dikategorikan sebagai berikut (chin,1998):

- Jika lebih dari 0,67 dikategorikan kuat.
- Jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67 dikategorikan moderat.
- Jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33 dikategorikan lemah.

Pengolahan data dengan program SPSS 26, Memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761 ^a	,579	,567	3,676
a. Predictors: (Constant), b. KOMPENSASI (X2),REPUTASI PERUSAHAAN (X1)				

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai (adjusted R square) yang diperoleh sebesar 0,567 dikategorikan (moderat) yang berarti 57,9 % minat melamar pekerjaan di bank syariah dipengaruhi oleh variabel Reputasi Perusahaan dan Kompensasi sedangkan sisanya sebesar 42,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh reputasi perusahaan (X1) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,408 > t$ tabel 1,995. Artinya terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan (X1) terhadap minat melamar pekerjaan

secara signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan jika secara langsung Ha1 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 Reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan (Y)

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Permadi dan Netra (2015) mengatakan bahwa “Keinginan calon pelamar untuk bekerja dalam suatu perusahaan tergantung pada penilaian mereka terhadap perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan kerja perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan melamar pekerjaan”. Oleh sebab itu reputasi perusahaan dan kompensasi saling keterkaitan satu sama lain. Karena perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik biasanya akan mempunyai tingkat kompensasi yang baik pula sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi calon karyawan yang akan melamar ke perusahaan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh siti fatimah dan aini kusniawati (2021) dengan hasil yang menyatakan bahwa Reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh permadi (2015) dan Fajrina (2012) yang menunjukkan hasil bahwa reputasi perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan .

2. Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,547 > t \text{ tabel } 1,995$, artinya terdapat pengaruh Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) Secara signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan jika secara langsung Ha2 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 Kompensasi terhadap Minat melamar pekerjaan (Y).

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Eko Diansyah (2017) yang menyatakan bahwa “ kompensasi yang ditawarkan perusahaan mampu

menarik calon pelamar kerja”. Begitupun pendapat Eka Rahayu (2018) bahwa “kompensasi yang ditawarkan perusahaan menjadi pertimbangan bagi calon karyawan”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kompensasi secara positif dan signifikan mempengaruhi minat melamar Kerja di bank syariah. Kompensasi menjadi pertimbangan bagi para calon pelamar atau para pencari kerja dalam menentukan minat melamar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan akan mampu mempengaruhi seseorang atau calon pelamar untuk berminat melamar ke perusahaan tersebut. Martoyo dalam Permadi (2015:6) memaparkan bahwa “kompensasi adalah aspek penting yang berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan”. Sedangkan dalam penelitian Dharma dan Putra (2013) mengemukakan bahwa “kompensasi yang ditawarkan perusahaan akan berimbas pada semangat kerja, kinerja, turnover pegawai, serta motivasi kerja calon karyawan”

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Margaretha dan wahyudi (2024) dengan hasil yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh pragita (2023) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

3. Pengaruh Reputasi perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y)

Berdasarkan Hasil uji F Menunjukkan bahwa nilai signifikan berpengaruh Reputasi Perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) terhadap Minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $47,472 > F \text{ tabel } 3,13$. Artinya terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan (Y) secara signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan jika secara langsung H_{a3} diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X1) Reputasi Perusahaan dan Kompensasi (X2) Terhadap Minat Melamar pekerjaan (Y).

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nova Firsia (2011:309) "Reputasi merupakan indikator kinerja masa lalu dan prospek masa depan". Dan penelitian yang dilakukan oleh Permadi dan Netra (2015) mengatakan bahwa "Keinginan calon pelamar untuk bekerja dalam suatu perusahaan tergantung pada penilaian mereka terhadap perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan kerja perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan melamar pekerjaan". Oleh sebab itu reputasi perusahaan dan kompensasi saling keterkaitan satu sama lain. Karena perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik biasanya akan mempunyai tingkat kompensasi yang baik pula sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi calon karyawan yang akan melamar ke perusahaan tersebut.

Penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bilawal (2018) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan dan Kompensasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan mengenai pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat melamar pekerjaan dibank syariah. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh reputasi perusahaan (X1) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,408 > t$ tabel $1,995$. Artinya terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan (X1) terhadap minat melamar pekerjaan secara signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan jika secara langsung H_{a1} diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 Reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan (Y).
2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,547 > t$ tabel $1,995$, artinya terdapat pengaruh Kompensasi (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) Secara signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan jika secara langsung H_{a2} diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 Kompensasi terhadap Minat melamar pekerjaan (Y).
3. Berdasarkan Hasil uji F Menunjukkan bahwa nilai signifikan berpengaruh Reputasi Perusahaan (X1) dan Kompensasi (X2) terhadap Minat melamar pekerjaan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $537,091 > F$ tabel $3,13$. Artinya terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan (Y) secara signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan jika secara langsung H_{a3} diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X1) Reputasi Perusahaan dan Kompensasi (X2) Terhadap Minat Melamar pekerjaan (Y).

B. Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik Reputasi Perusahaan maupun Kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Temuan ini mengkonfirmasi pentingnya kedua variabel tersebut dalam membangun hubungan yang kuat oleh perusahaan. Implikasi praktisnya, perusahaan perlu lebih memperhatikan Reputasi perusahaan dan kompensasi perusahaan secara menyeluruh dan konsisten. Selain itu bagi penelitian lain penelitian ini membuka peluang untuk meneliti lebih lanjut mengenai mekanisme yang menghubungkan Reputasi Perusahaan, Kompensasi dan Minat melamar pekerjaan, serta pengaruh variabel kontekstual lainnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan diatas, maka berikut ini adalah sebagai berbagai saran yang dapat diajukan oleh peneliti:

1. Bagi pelamar kerja

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para calon pelamar kerja akan pentingnya memperhatikan faktor-faktor seperti Reputasi perusahaan, Kompensasi. Hal ini dikarenakan dengan mengkaji telah lebih dalam kedua faktor ini dapat semakin memberi keyakinan kepada diri calon pelamar kerja ketika akan melamar pada suatu perusahaan, sehingga nantinya bisa bekerja sesuai dengan potensi yang ada dalam dirinya.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya. Peneliti menyarankan kepada akademisi yang akan melakukan penelitian lebih lanjut dapat menambah lebih banyak referensi, data dan jumlah sampel agar tingkat keakuratan dari penelitian ini lebih baik. Dan dapat juga menambahkan variabel lain yang menjadi faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk memperluas penelitian yang akan dilakukan sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan. Selain itu sebaliknya peneliti menambah jumlah variabel mengingat penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, dan menggunakan metode lain agar data yang diperoleh tidak biasa, serta menggunakan alat analisis yang berbeda sehingga informasi dan hasil yang didapatkan akan semakin lengkap dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. (2021). Keadilan Distributif Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Community Empowerment*, 2(2), 39–45. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v2i2.242>
- Amelia, P. (2024). Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1130. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12117>
- Ananda, Candra Fajri. Menuju Sumber Daya Manusia Yang Berkualitas. www.kadin.id. (Diakses Pada 28 Desember 2024).
- Anne Gregory, Public Relations Dalam Praktik, Trjm. Sigit Purwanto, (London: Penerbit Erlangga, 2014)
- Annisa, S., & Muhyi, H. A. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness, Media Sosial, dan Reputasi Organisasi Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan Generasi Z. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 18(4), 816-825.
- Angga Swasdita Fridantara, Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Dan E-Rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan Generasi Y (Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi), Thesis: Universitas Islam Indonesia, (2018)
- Ahmad Bairizki, Manajemen Sumber Daya Manusia: Tinjauan Strategis Berbasis Kompetensi, (Surabaya: Pustaka Aksara, 2020)
- Arikunto, Suharsimi,. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek Jakarta: Rineka Cipta.
- Betty Riadini., Dan Abdul Bari, Perencanaan Sukses (Urgensi, Model Dan Implementasi), (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Burhanudin. (2018). *Kepuasan Pelanggan*. Bumi Aksara
- Candra Fajri Ananda, Menuju Sumber Daya Manusia Yang Berkualitas, www.kadin.id,
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*,
- Dharma, I. G. D. A. ., & Putra, M. S. (2013). Pengaruh Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Kinerja Karyawan pada PT United Indobali Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 1–16.

- 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), 97–107. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.992>
- Enny, W. M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: Ubraha Manajemen Press.
- 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.
- Evrina, P., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh Employer Branding dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7, 603–619.
- Fahmi, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Ferizal, I. (2016). *Journey to be Employer of Choice*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. 2009. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: UNDIP
- Ghozali. 2012. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Hurriyati, R., Tjahjono, B., Yamamoto, I., Rahayu, A., Abdullah, A. G., & Danuwijaya, A. A. (2020). *Advances in Business, Management and Entrepreneurship: Proceedings of the 3rd Global Conference on Business Management & Entrepreneurship (GC-BME 3), 8 August 2018, Bandung, Indonesia*. CRC Press.
- Ilmiah, D. (2019). Optimalisasi Asset Wakaf Melalui Sukuk Wakaf di Indonesia. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(2), 142. <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/1251>
- Jorgi, S. (2023). Pengaruh Minat, Religiusitas, dan Prestasi Belajar Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Kesiapan Bekerja Pada Bank Syariah. *Ekobis Syariah*, 6, 24. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v6i1.13624>

- Kurnianto, E. 2009. *Pemuliaan Ternak*. Cetakan Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Kusuma, F. A., & Silvianita, A. (2017). Employer Branding, Job Burnout: Do They Effect on Employee Engagement in Certain Educational Foundation Sector in Indonesia? *In Journal of International Conference Proceedings*, 6(2), 158–169.
- Latansa, M Luthfan. 2020, *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Skripsi: Universitas Negeri Semarang.
- Lazar, L. (2020). *Human Resource Management in Education: A Study of Transformational Leadership in an Era of Globalization*. 01–135.
- Lever. (2022). *2022 Great Resignation: The State of Internal Mobility and Employee Retention Report*. Lever.co.
- Marwansyah. 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta
- Michael Spence.,1973. Signaling Theory: A Literatur Review; Harvard University
- Mujanah, S. (2019). *Manajemen Kompensasi*. CV. Putra Media Nusantara.
- Nurfadillah, Fauzia, R., Dinero, M. F., Yaqhzan, M., & Habibi, A. A. (2023). Analisis Strategi Penjualan Dalam Menghadapi Kondisi Global Di PT. Unilever Indonesia Tahun 2021-2022. *Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship (SAINS)*, 1(1), 54–59.
- Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). The roles of perceived risk and trust on e-payment adoption. In *International Econometric Conference of Vietnam* (pp. 926-940).Springer, Cham.
- Octavianus, W. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2014). The Influence of Work Experience and Job Training on Employee Performance of Pt . Telkom Indonesia Manado Branch. *Journal Management Business*, 6(3).
- Otniel, S., & Setyanto, Y. (2023). Peran Corporate Communication dalam Menjaga Reputasi Perusahaan Rekind. *Kiwari*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan Tahunan OJK*. Diperoleh Dari. [https://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Documents/Laporan Tahunan OJK2021.pdf](https://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Documents/Laporan%20Tahunan%20OJK2021.pdf)
- Parmujianto. (2017). Integrasi Manajemen Asset dan Liabilitas Perbankan Syari'ah. *Iqtishoduna*, 6, 65–89.

- Permadi, & Netra. (2019). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3256–3286.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding Terhadap Intensi Melamar Perkerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan Sebagai pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103–114.
- Putri, D. G., & Juniarti, A. T. (2021). Faktor-Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kinerja. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rao, S. A., & Shaikh, S. (2023). *A Brief Study on the Role of National Education Policy in Building Strategy , Branding and Marketing Management*. 15(2), 78–84.
- Ristriandita, A., Sunuharyo, B. S., & Aini, E. K. (2018). Pengaruh Employer Branding Terhadap Turnover Intention Dengan Dimediasi Kepuasan Kerja (Studi Pada Karyawan Tetap Pt . Angkasa Pura 1 (Persero) Kantor. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 7.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizvi, S. K. A., Naqvi, B., & Tanveer, F. (2018). Is Pakistan Ready to Embrace Fintech Innovation? *The Lahore Journal of Economics*, 23(2), 151–182. <https://doi.org/10.35536/lje.2018.v23.i2.a6>
- Rumangkit, S., & Aditiya, M. D. (2018). Minat Generasi Z pada Penggunaan E-Rekrutmen. *Seminar Nasional Teknologi Dan Bisnis. IIB Bandar Lampung*, 3(2), 46–50.
- Rumangkit, S., & Dwiyan, M. (2019). Dampak Employee Branding pada Efektivitas Rekrutmen (Case Study: Generasi Z Indonesia). *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 05(01), 1–12.
- Robert Tua Siregar., Dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020),
- Sagita, A. R. (2018). The Effect of Employer Branding on Turnover Intention with Employee Engagement as a Mediating Variable. *Management Analysis Journal*, 2(3), 121–134.
- 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.

- Segal, E. (2022). *How and Why Managing Gen Z Employees Can Be Challenging for Companies*.
- Setiawan, E., & Marginingsih, R. (2021). Employer Branding Towards the Intention to Apply for a Job Through Company Reputation as Mediation Variable. *Andalas Management Review*, 5(2), 73–94.
- Shalahuddin, I., Maulana, I., & Eriyani, T. (2022). *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan*. Deepublish.
- Sharma, R., & Prasad, A. (2018). Employer brand and its unexplred impact on inten to join. *International Journal of Organizational Analysis*.
- Soeling, P. D., Ajeng Arsanti, S. D., & Indriati, F. (2022). Organizational Reputation: Does it Mediate The Effect of Employer Brand Attractiveness On Intention To Apply in Indonesia? *Heliyon*, 8(4), e09208. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09208>
- Sokro, E. (2012). Impact Of Employer Branding On Employee Attraction and Retention. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 4(18), 164–174. <https://doi.org/10.53555/jrtdd.v6i7s.2532>
- Solikhin, A., & Lubis, T. A. (2019). Kinerja Perusahaan Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR. In *Knerja perusahaan* (Vol. 1, Issue 1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet.1). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Sulastri, L., & Uriawan, W. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Pegawai Di Era Industri 4.0. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 43–49. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i1.8288>
- Susilo Susiawan and Abdul Muhid, “Kepemimpinan Transformasional, Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi,” *Jurnal Psikologi Indonesia* 4, no. 3 (2015)
- Shalahuddin, Meilia Fatika Sari, Nurul Hidayat, Peran Kompensasi dan ERecruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial, *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 6, No. 1, 2015
- Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 184-192.

- Suprihatin, L., & Gunarda, G. (2019). Pengaruh Disiplin Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pegawai Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2(2), 278-289.
- Susiawan. (2015). War of talents: Persaingan tenaga kerja dan peluang tenaga pekerjaan. hal 45-47.
- Taufiq, Q. (2024). *Analisis Tunggakan Listrik Dalam Meningkatkan Perolehan Pendapatan Pada PT PLN UP3 Tanjung Karang*.
- Theurer, C., Tumasjan, A., Welp, I., & Lievens, F. (2016). Employer Branding: A Brand Equity-based Literature Review and Research Agenda: Brand Equity-Based Employer Branding. *International Journal of Management Reviews*, 20. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12121>
- Umar, Husein. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Victor H. Vroom ., 1964. Work and motivation; John Wiley & Sons
- Wallace, J. E. (2019). Meaningful Work and Well-Being: A Study of The Positive Side of Veterinary Work. *Veterinary Record*, 185(18), 571. <https://doi.org/https://doi.org/10.1136/vr.105146>
- Wang, C.-J., Tsai, H.-T., & Tsai, M.-T. (2006). Linking Transformational Leadership and Employee Creativity in The Hospitality Industry: The Influences of Creative Role Identity, Creative Self-Efficacy, and Job Complexity. *Tourism Management*, 40, 79–89.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Handoko, A., Santamoko, R., & Cahyono, Y. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Bumi Aksara Group.
- Zahari, M., Sujatmiko, W., Kembauw, E., Tabun, M. A., Ihwanudin, N., Noekent, V., Suparto, S., Kristanto, T., Sihombing, L., Mu'ah, M., & others. (2022). *Manajemen SDM: (Strategi Organisasi Bisnis Modern)*. Seval Literindo Kreasi.
- Zeeshan, M., Uallah, Z., Ullah, K., Baloch, M. K., Rauf, A., & Ullah, R. (2021). Evaluation of Genetic Diversity in Barley Germplasm of Khber Pakhtunkhwa and Northern Areas on the Basis of Agro Morphological and Biochemical Traits. *Intl J of Green and Herbal Chem*, 1(2), 186-202.