

**PENGARUH EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT
MELAMAR KERJA DI BUMN PADA MAHASISWA
TINGKAT AKHIR FAKULTAS MIPA
UNIVERSITAS SYIAH KUALA**

SKRIPSI

Skripsi ini disusun untuk memenuhi
Sebagian syarat memperoleh
derajat sarjana
S-1Psikologi



Disusun Oleh :
Ayu Pratiwi
2109110025

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pen guji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Muhamma diyah Aceh
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

0 9 FEB 2026



Dewan Penguji

1. Rizka Dara Vonna, M.Psi, Psikolog
2. Nur Hasmalawati, M.Si
3. Sriana Septiawati, M.Si
4. Hanna Amalia., M.Psi., Psikolog

Tanda Tangan

The image shows four handwritten signatures in black ink, each written on a horizontal line. The signatures are arranged vertically, corresponding to the four members of the Exam Board listed on the left. The first signature is for Rizka Dara Vonna, the second for Nur Hasmalawati, the third for Sriana Septiawati, and the fourth for Hanna Amalia.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Pratiwi

NIM 2109110025

Fakultas : Psikologi

Menyatakan skripsi yang saya susun dengan judul “**PENGARUH EMPLOYER BRANDING TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DI BUMN PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS MIPA UNIVERSITAS SYIAH KUALA**” ini, secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima segala sanksi sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku.

Banda Aceh, 09 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Ayu Pratiwi

NPM: 2109110025

MOTTO

“We’ve been through all the ups and downs and we’ll continue to go through it all
No. matter what the future brings there’s nothing left to fear let’s go to the
absolute present to that super moment when we’re at our strongest and standing at
the top “

-Mark Lee-

“We’re going through a lot of obstacles there are a lot of hurdles that we’re gotta
overcome and a lot of pain that we have to overcome then in the and you can see
that the victory is ours through all that hard work you could win the fight we
could win the fight”

-Mark Lee-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang Paling Utama Dari Segalanya

Sembah sujud syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan segala kasih sayang mu atas limpahan Rahmat, Taufiq, hidayah dan inayah-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini pada waktunya. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan Skripsi Ini Kepada

Cinta pertama dan panutanku, ayahanda tercinta Alm. Bapak Sanusi laki-laki hebat yang tidak banyak bicara, yang cinta dan perjuangannya sering kali tak bersuara, ayah yang mungkin jarang memeluk, namun langkahnya selalu menopang dan diamnya adalah bentuk kasih paling dalam. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menyusun skripsi namun selama hidupnya telah menjadi sosok panutan, sumber semangat, dan inspirasi yang tidak tergantikan. Doa-doa ayah, didikan, dan nilai-nilai kehidupan yang ayah tanamkan akan selalu hidup dalam diri penulis. Terima kasih telah menjadi cahaya pertama dalam hidup saya, ayah akan selalu hidup dalam kenangan dan doa, serta menjadi bagian abadi dalam setiap langkah hidup saya. Alhamdulillah penulis kini telah sampai pada tahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai bentuk persembahan terakhir. Semoga Allah menepatkan ayah di tempat terbaik di sisi-nya. Amin ya rabbal' Alamiin.

Pintu syurgaku, separuh nyawaku, dan sosok wanita kuat yang jadi panutanku ibunda tercinta ibu Ainal Mardhiah. Terima kasih atas setiap pengorbananmu, ridho yang tulus dan doa yang selalu terlantun dalam setiap sujud bunda. sumber kekuatan dan cinta yang tak pernah habis, yang selalu percaya pada setiap langkahku, bahkan ketika aku sendiri masih ragu, engkaulah sosok yang selalu hadir dengan doa, dengan mata yang tak pernah lelah menunggu dan dengan semangat yang selalu menguatkan di setiap lelah, ragu dan jatuhku. Terimakasih telah menjadi cahaya paling setia, yang menyinari jalan ini dengan kasih yang tak bersyarat, untuk setiap dukungan kepercayaan, dan pelukan doamu, skripsi ini adalah bentuk kecil dari rasa terima kasihku padamu.

KATA PENGANTAR

Puji beserta syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi “Pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala” Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Sebagai bentuk rasa syukur penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Hanna Amalia, M.Psi., Psikolog, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Bapak Sukri Karim, M.Si. Selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Ibu Nur Hasmalawati, M.Si. Selaku Kepala Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Sekaligus dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Rizka Dara vonna, M.Psi., Psikolog. Selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Kepada Pihak Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala yang telah mengizinkan dan melancarkan penelitian, serta seluruh mahasiswa tingkat

akhir Fakultas MIPA yang mau membantu meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

7. Terkhususnya penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis yakni, ayahanda Alm. Bapak Sanusi dan ibunda Ainal Mardhiah. Ayah dan ibu adalah hal paling berharga yang penulis miliki. Teruntuk laki-laki hebat sekaligus panutanku dalam menjalani hidup ini, terimakasih atas segala usaha, dan keringat meskipun tidak dapat menemani penulis sampai akhir. Teruntuk wanita muliaku, terima kasih atas cinta yang tak bersyarat dan doa yang tak pernah putus. Engkau adalah perempuan tangguh yang telah mempertaruhkan nyawa agar penulis hadir di dunia ini. Terima kasih atas setiap nasihat, pelukan, dan kesabaranmu dalam menemani hari-hari penulis. Tolong hidup lebih lama lagi, temani jalanku yang masih panjang ini sampai penulis bisa membahagiakan dan membalas segala pengorbanan yang kalian berikan.
8. Kedua kakak dan abang tercinta, Ulfah Liana Sari dan Saifal Asna , yang selalu jadi panutan dalam diam, dan adik satu-satunya penulis yaitu Atika Puspa yang tak pernah lelah memberi semangat dengan caranya sendiri, terimakasih atas tawa candaan dan kehadiran kalian yang menjadikan hari-hari penuh tekanan terasa lebih ringan. Kalian adalah tempatku pulang, tempat dimana aku bisa menjadi diri sendiri tanpa syarat. Doa dan dukungan kalian meski tak selalu terucap namun selalu terasa nyata dan menguatkan.
9. Kepada Noni, Salsa, Zahratika dan Cynthia, sahabat seperjuangan dalam

lika-liku dunia perkuliahan. Meskipun kini kita jarang duduk bersama, tapi kenangan kita masih kuat tertanam, penulis tak lupa masa-masa kita bergadang mengerjakan tugas di satu rumah yang sama, dengan tawa, tekanan dan cerita yang tak pernah sederhana. Kita pernah berjarak, pernah marah, tapi pada akhirnya kita kembali lagi, karena yang tulus tidak pernah benar-benar pergi. Kalian akan selalu punya ruang dalam ingatan yang tak tergantikan bagi penulis.

10. Kepada leting 21 PSI Unmuha, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah mewarnai perjalanan ini. Semoga kenangan indah selama perkuliahan menjadi awal dari langkah sukses kita masing-masing.



DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Keaslian Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. <i>Employer Branding</i>	12
1. Definisi <i>Employer Branding</i>	12
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Employer Branding</i>	13
3. Aspek-aspek <i>Employer Branding</i>	15
B. Minat Melamar Kerja	17
1. Pengertian Minat Melamar Kerja	17
2. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Melamar Kerja.....	18
3. Aspek-Aspek Minat Melamar Kerja.....	21
C. Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Kerja di BUMN pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala..	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Variabel Penelitian.....	27
B. Definisi Operasional.....	27
1. <i>Employer branding</i>	27
2. Minat Melamar Kerja.....	28

C. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel.....	28
D. Metode Pengumpulan Data	30
1. <i>Employer Branding</i>	30
2. Minat melamar kerja	31
E. Validitas dan Reliabilitas.....	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	33
F. Metode Analisis Data	33
1. Uji Asumsi Syarat	33
G. Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Orientasi Kancan Penelitian.....	35
1. Profil Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala	35
B. Persiapan Penelitian.....	36
1. Pengurusan Surat Izin Penelitian.....	37
2. Penyusunan Alat Ukur.....	37
3. Pelaksanaan <i>Try Out</i>	37
C. Pelaksanaan Penelitian.....	38
D. Hasil Analisa Data Penelitian	38
1. Uji Instrumen Penelitian	38
2. Deskripsi Subjek Dan Data Penelitian.....	42
3. Uji Asumsi	44
E. Uji Hipotesis	45
F. Pembahasan.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Bobot Penilaian Pernyataan Favorable dan Unfavorable.....	30
Tabel 2. Blue Print Skala Employer Branding.....	31
Tabel 3. Blue Print Skala Minat Melamar Kerja.....	32
Tabel 4. Hasil analisis diskriminasi aitem skala Employer Branding.....	39
Tabel 5. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Employer Branding Sesudah Aitem Tidak Valid Dibuang	39
Tabel 6. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Minat Melamar Kerja Sebelum Item Tidak Valid Dibuang.	40
Tabel 7. Hasil Analisis Diskriminasi Item Skala Minat Melamar Kerja sebelum Aitem tidak Valid dibuang.....	40
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum dan sesudah Item Tidak Valid Dibuang	41
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum dan sesudah Item Tidak Valid Dibuang	42
Tabel 10. Deskripsi Data Penelitian.....	43
Tabel 11. Norma Pengkategorian.....	43
Tabel 12. Hasil Deskriptif Variabel Employer Branding dan Minat Melamar Kerja	44
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 14. Hasil Uji Linearitas	45
Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Employer branding	56
Lampiran 2. Tabulasi Employer Branding Try Out.....	62
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Skala Employer Branding Sebelum Item Dibuang	63
Lampiran 4. Minat Melamar Kerja	65
Lampiran 5. Tabulasi Minat Melamar Kerja	68
Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas dan Validitas Skala Minat Melamar Kerja.....	69
Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian Employer Branding	70
Lampiran 8. Tabulasi Data Penelitian Minat Melamar Kerja	79
Lampiran 9. Hasil Uji Deskripsi Data.....	87
Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas.....	91
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi	92
Lampiran 12. SK Pembimbing.....	93
Lampiran 13. Surat Izin Try Out.....	94
Lampiran 14. Surat Izin Penelitian	95
Lampiran 15. Surat Keterangan Selesai Penelitian	96
Lampiran 16. Biodata Penulis.....	94

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP MINAT
MELAMAR KERJA DI BUMN PADA MAHASISWA
TINGKAT AKHIR FAKULTAS MIPA
UNIVERSITAS SYIAH KUALA**

ABSTRAK

Ayu Pratiwi

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh
Ayupratiwi9898@gmail.Com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja di Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA) Universitas Syiah Kuala. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 891 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 276 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan dua skala psikologi, yaitu skala *employer branding* yang disusun berdasarkan aspek *development value* dan reputasi perusahaan, serta skala minat melamar kerja yang mencakup aspek kesesuaian nilai, peluang pengembangan karier, kompensasi dan *benefit*, serta lingkungan kerja. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$) yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *employer branding* terhadap minat melamar kerja. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,119 menunjukkan bahwa variabel *employer branding* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 11,9% terhadap minat melamar kerja, sedangkan sisanya sebesar 88,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin positif persepsi mahasiswa terhadap *employer branding* BUMN, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melamar pekerjaan di instansi tersebut.

Kata Kunci: *Employer Branding*, Minat Melamar Kerja, BUMN, Mahasiswa Tingkat Akhir.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketenagakerjaan di Indonesia menunjukkan bahwa generasi muda, terutama mahasiswa tingkat akhir, menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam menentukan arah karier mereka. Pilihan pekerjaan saat ini tidak lagi semata-mata didasarkan pada besaran gaji, tetapi juga dipengaruhi oleh citra perusahaan, kestabilan pekerjaan, reputasi institusi, serta kesesuaian nilai-nilai pribadi dengan budaya organisasi.

Di antara berbagai alternatif tempat bekerja, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) masih menjadi salah satu destinasi utama bagi para pencari kerja di Indonesia. Berdasarkan laporan Forum Human Capital Indonesia (FHCI), pada tahun 2023 tercatat lebih dari satu juta pelamar mengikuti program Rekrutmen Bersama BUMN, meskipun hanya sekitar 2.300 posisi yang tersedia (FHCI, 2023). Namun, daya tarik BUMN bukan berarti tanpa celah atau tantangan. Fenomena menarik muncul ketika beberapa perusahaan besar di bawah naungan BUMN, seperti PT Pertamina (Persero), sempat diterpa berbagai isu miring, mulai dari permasalahan hukum hingga dugaan kasus korupsi yang melibatkan jajaran petinggi di masa lalu. Secara teoritis, pemberitaan negatif terkait integritas dan tata kelola perusahaan seharusnya dapat menurunkan reputasi atau *employer branding* perusahaan tersebut di mata publik.

Meskipun demikian, fakta di lapangan menunjukkan hal yang kontradiktif. Minat pelamar untuk bergabung dengan PT Pertamina tetap menunjukkan angka

yang sangat masif di setiap pembukaan rekrutmen. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam; mengapa di tengah isu krisis integritas, minat melamar ke BUMN, khususnya Pertamina, tidak lantas merosot? Hal ini diduga kuat karena *employer branding* BUMN telah mengakar pada aspek lain yang lebih dominan bagi pencari kerja, seperti persepsi akan stabilitas karier jangka panjang, paket kompensasi yang di atas rata-rata industri, serta prestise sosial yang melekat pada status sebagai karyawan BUMN. Bagi banyak mahasiswa tingkat akhir, manfaat ekonomi dan keamanan kerja seringkali dipandang lebih krusial dibandingkan risiko reputasi akibat isu organisasi.

Fakta ini memperlihatkan bahwa daya tarik BUMN sebagai tujuan karier tetap sangat tinggi di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. BUMN selama ini dianggap menawarkan berbagai keunggulan, seperti gaji kompetitif, tunjangan yang menarik, jenjang karier yang jelas, serta jaminan kestabilan pekerjaan jangka panjang (Herlina & Wahyuni, 2022). Faktor-faktor tersebut menjadikan BUMN memiliki posisi yang kuat dalam membangun *employer branding* yang positif di mata public.

Employer branding sendiri merupakan konsep strategis yang mengacu pada upaya perusahaan dalam membentuk citra positif sebagai tempat kerja yang ideal bagi karyawan maupun calon karyawan. Menurut Tanwar dan Prasad (2017), *employer branding* berperan penting dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik, khususnya generasi muda yang sangat responsif terhadap reputasi digital dan nilai-nilai Perusahaan. Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan reputasi perusahaan di mata publik, tetapi juga mencakup

bagaimana perusahaan memposisikan dirinya sebagai tempat kerja yang ideal melalui komunikasi nilai, budaya, dan pengalaman kerja yang ditawarkan.

Beberapa kajian mutakhir menekankan bahwa *employer branding* bukan sekadar citra eksternal, melainkan juga melibatkan integrasi antara *employee value proposition* (EVP), reputasi organisasi, dan media digital (Saini, 2023). Dalam konteks praktik, Backhaus (2016) menyegarkan kembali gagasan *employer branding* dengan menyoroti bahwa perusahaan harus mengelola aspek internal (budaya, pengalaman karyawan) dan eksternal (komunikasi kepada calon talenta) secara simultan untuk menjaga kredibilitas merek sebagai pemberi kerja. Studi empiris terkini oleh Thang & Trang (2024) juga menemukan bahwa *employer branding* secara signifikan berkaitan dengan citra dan reputasi organisasi, yang kemudian memengaruhi minat calon pelamar untuk mengajukan lamaran ke perusahaan tersebut.

Minat melamar kerja merupakan aspek penting dalam perilaku pencarian kerja. Dalam konteks ketenagakerjaan, minat melamar kerja adalah niat individu untuk mencari informasi, menyiapkan berkas lamaran, mengikuti proses seleksi, hingga bersedia bekerja di institusi tertentu (Purborini & Basid, 2022). Minat ini tidak muncul secara spontan, tetapi dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepercayaan diri dan nilai-nilai pribadi, serta faktor eksternal seperti gaji dan tunjangan yang kompetitif (Handi & Safitri, 2023), serta kenyamanan lingkungan kerja dan budaya organisasi (Wicaksono & Pusparini, 2022). Wulandari (2021) menambahkan bahwa pengalaman magang dan ketersediaan

informasi yang jelas juga dapat memperkuat minat mahasiswa dalam melamar kerja.

Meskipun demikian, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan adanya perubahan preferensi karier di kalangan generasi muda, banyak mahasiswa kini mulai mempertimbangkan bekerja di startup, perusahaan teknologi, maupun sektor swasta multinasional yang dinilai lebih dinamis, fleksibel, dan sesuai dengan gaya hidup modern (Evrina & Wulansari, 2023). Pergeseran ini diperkuat dengan pengaruh media sosial (Instagram, TikTok, dan LinkedIn) yang menjadi sumber utama informasi terkait budaya kerja, testimoni karyawan, hingga pengalaman seleksi di berbagai perusahaan (Widarseno, 2025). Di sisi lain, meskipun BUMN masih dipandang bergengsi, muncul pandangan kritis terkait kesenjangan antara citra yang ditampilkan (*employer branding*) dengan pengalaman nyata di Perusahaan (Glassdoor, dalam Gajihub Blog 2025). Hal ini dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap *employer branding* BUMN.

Kondisi yang serupa juga terlihat di Provinsi Aceh. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Aceh tahun 2023, tingkat pengangguran terbuka di kalangan lulusan perguruan tinggi mencapai 6,87%. Angka ini menunjukkan adanya kesenjangan antara minat kerja lulusan dengan realisasi penyerapan tenaga kerja di daerah (BPS Aceh, 2023). Mahasiswa tingkat akhir di Aceh pun memiliki pandangan beragam terhadap BUMN.

Dalam wawancara awal, mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala menyampaikan:

"Sebagai mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA, saya kurang berminat melamar kerja di BUMN karena proses seleksi yang panjang dan persaingan yang sangat ketat. Menurut saya, employer branding BUMN memang cukup dikenal, tetapi tidak terlalu relevan dengan bidang keilmuan saya, sehingga saya lebih tertarik mencari peluang kerja di perusahaan swasta atau lembaga penelitian. BUMN memang punya citra baik dan stabilitas karier yang menjanjikan, tapi saya merasa branding mereka tidak terlalu menonjolkan bidang yang sesuai dengan jurusan saya di MIPA. Karena itu, saya lebih fokus melamar di sektor lain yang lebih sesuai dengan minat dan kompetensi. Bagi saya, meskipun reputasi BUMN cukup tinggi, employer branding mereka tidak terlalu memengaruhi minat saya. Saya lebih tertarik untuk melanjutkan studi atau bekerja di industri kimia swasta yang langsung berhubungan dengan keahlian saya."

"Sebagai mahasiswa tingkat akhir di MIPA, saya tetap sangat berminat melamar kerja di BUMN, terutama di Pertamina. Meskipun saya tahu ada pemberitaan negatif soal isu korupsi atau masalah hukum di sana beberapa waktu lalu, menurut saya itu tidak mengurangi nilai employer branding mereka secara keseluruhan. BUMN punya stabilitas karier dan tunjangan yang sangat menjanjikan bagi masa depan. Apalagi sebagai anak MIPA, saya rasa kompetensi saya di bidang sains sangat dibutuhkan di sana. Jadi, meskipun ada isu miring, reputasi besar BUMN tetap memengaruhi minat saya karena saya merasa keahlian saya relevan untuk posisi teknis yang mereka tawarkan."

Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat ambivalensi minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA yang dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap *employer branding*. Di satu sisi, sebagian mahasiswa tetap memiliki minat yang sangat tinggi karena memandang BUMN sebagai penyedia stabilitas karier dan kompensasi yang menjanjikan, bahkan cenderung mengabaikan isu negatif seperti kasus korupsi atau masalah hukum karena dianggap sebagai ulah oknum dan tidak merusak nilai fungsional perusahaan secara keseluruhan. Di sisi lain, terdapat kelompok mahasiswa yang kurang berminat akibat persepsi bahwa *branding* BUMN saat ini kurang menonjolkan relevansi dengan keahlian spesifik sains

(MIPA), ditambah dengan adanya hambatan struktural seperti proses seleksi yang panjang dan persaingan yang sangat ketat, sehingga mereka lebih memilih untuk berkarier di sektor swasta atau lembaga penelitian yang dianggap lebih linier dengan kompetensi mereka. Secara umum, fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun reputasi BUMN memiliki resiliensi terhadap isu integritas, efektivitas *employer branding*-nya dalam menarik minat lulusan eksakta sangat bergantung pada kemampuan instansi dalam mengomunikasikan relevansi karier dan posisi teknis yang ditawarkan. Pemilihan mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA) Universitas Syiah Kuala sebagai subjek penelitian ini juga didasari pada alasan strategis. Sebagai fakultas yang mencetak lulusan dengan keahlian spesifik di bidang sains, teknologi, dan analisis data, mahasiswa MIPA merupakan target utama bagi sektor industri energi dan infrastruktur yang dikelola oleh BUMN. Karakteristik mahasiswa MIPA yang cenderung memiliki pola pikir logis dan kritis dalam memilih karier memberikan perspektif yang unik. Di satu sisi, mereka sangat dibutuhkan oleh instansi seperti Pertamina untuk posisi teknis, namun di sisi lain, sebagai kaum akademisi, mereka juga terpapar secara intensif terhadap informasi mengenai dinamika organisasi. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat sejauh mana faktor-faktor *employer branding* ini mampu mempengaruhi minat melamar kerja pada kelompok mahasiswa yang memiliki latar belakang keilmuan eksakta tersebut di tengah dinamika isu yang ada pada BUMN.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir?

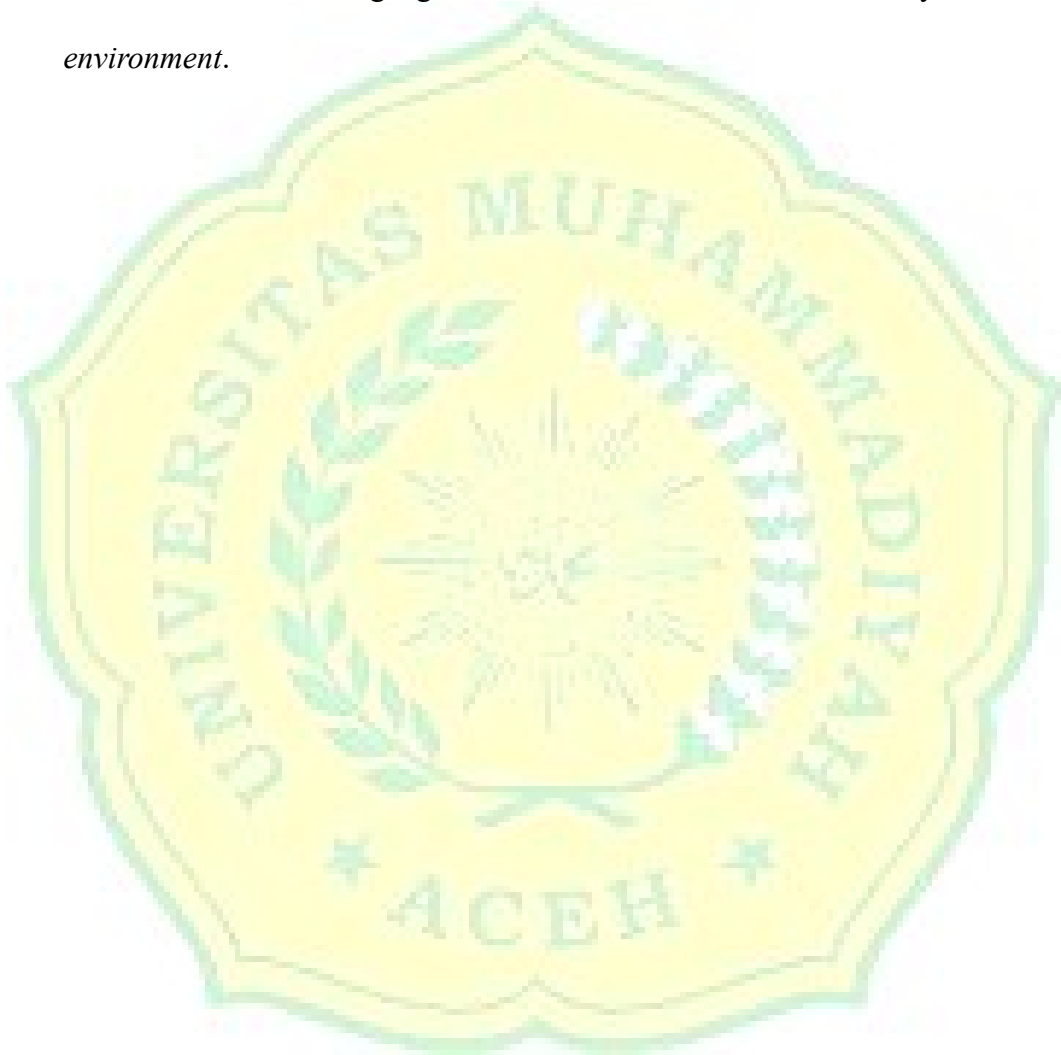
C. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini didasarkan pada perbandingan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki tema serupa namun berbeda dari segi variable, metode, maupun konteks yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir pada Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

1. Penelitian oleh Purborini dan Basid (2022), yang berjudul "Pengaruh *Employer branding* terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi," Purborini dan Basid meneliti bagaimana *employer branding* mempengaruhi niat melamar pekerjaan di perusahaan BUMN, dengan mempertimbangkan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. Studi kasus dilakukan pada mahasiswa tingkat akhir Universitas Pertamina, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner dari 240 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, yang pada gilirannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi melamar pekerjaan. Selain itu, reputasi perusahaan memediasi hubungan antara *employer branding* dan intensi melamar pekerjaan.

2. Penelitian oleh Widiанти dan Murti (2022), yang berjudul "Pengaruh *Employer Attractiveness* dan *Corporate Reputation* terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z pada *Startup Unicorn* Indonesia," mengeksplorasi bagaimana daya tarik perusahaan dan reputasi korporat memengaruhi niat melamar kerja di kalangan talenta digital Generasi Z. Menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS), mereka mengumpulkan data dari lulusan perguruan tinggi tahun 2020 di Pulau Jawa yang memiliki kemampuan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *employer attractiveness* maupun reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap intensi melamar kerja talenta digital Generasi Z pada *startup unicorn* di Indonesia.
3. Penelitian oleh Anggraini dan Nugroho (2021) dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat Melamar pada Perusahaan *Startup* di Jakarta" menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Fokus penelitian ini adalah mahasiswa tingkat akhir dari berbagai jurusan di perguruan tinggi swasta Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja pada perusahaan startup. Namun, konteks perusahaan yang diteliti berbeda karena fokusnya pada startup, bukan BUMN.
4. Penelitian oleh Siregar dan Hasanah (2023) berjudul "Pengaruh *Employer Branding* dan *Work Environment* terhadap Minat Melamar Kerja pada Mahasiswa Teknik di Wilayah Sumatera Utara" menggunakan metode

kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa *employer branding* dan lingkungan kerja secara bersama-sama memengaruhi minat melamar kerja mahasiswa teknik. Meski terdapat kesamaan pada variabel utama (*employer branding*), penelitian ini berbeda dalam konteks geografis dan menambahkan variabel lain yaitu *work environment*.



Dengan memahami temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi baru dengan fokus spesifik pada Pengaruh *Employer branding* terhadap Minat Melamar Kerja di BUMN pada Mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah adanya pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya mengenai pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja pada sektor publik seperti BUMN.

2. Manfaat Praktis:

Secara praktis manfaat hasil penelitian ini antara lain :

a. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, baik dalam lingkup *employer branding* maupun minat melamar kerja, dengan subjek atau pendekatan yang berbeda. Penelitian ini menyediakan dasar teoritis dan metodologis yang dapat dikembangkan, misalnya dengan menambahkan variabel lain seperti motivasi kerja, reputasi perusahaan, atau *e-recruitment*, serta memperluas cakupan populasi ke program studi lain atau wilayah geografis

yang berbeda. Selain itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menyusun alat ukur yang relevan di masa mendatang.

b. Manfaat bagi Fakultas MIPA

Penelitian ini memberikan manfaat bagi Universitas Syiah Kuala, khususnya Fakultas MIPA, sebagai bahan evaluasi untuk memahami bagaimana mahasiswa memandang peluang kerja di BUMN dan faktor apa saja yang memengaruhi minat mereka. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak prodi atau fakultas untuk mengembangkan program pembinaan karier, pelatihan *soft skill*, atau layanan bimbingan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. Selain itu, hasil ini juga dapat menjadi dasar untuk menjalin kerja sama strategis dengan instansi pemerintah atau BUMN dalam hal rekrutmen dan persiapan karier mahasiswa.

Nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam konteks menarik dan mempertahankan talenta dari Generasi Z.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Employer Branding*

1. Definisi *Employer Branding*

Employer branding pertama kali diperkenalkan sebagai konsep yang menggambarkan manfaat fungsional, ekonomi, dan psikologis yang ditawarkan perusahaan kepada karyawannya. Konsep ini mencerminkan reputasi perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik, di mana lingkungan kerja mendapat penilaian positif dari publik. *Employer branding* adalah cerminan reputasi perusahaan sebagai tempat kerja yang diidamkan, di mana lingkungan kerja mendapat penilaian positif dari publik. Silva & Dias (2022) mendefinisikan *employer branding* adalah strategi untuk mempromosikan organisasi sebagai tempat kerja yang menarik, bertujuan menarik, mempertahankan, dan melibatkan tenaga kerja berkualitas. Proses ini mencerminkan keunikan budaya dan nilai perusahaan, serta memastikan bahwa strategi dan inisiatif yang diterapkan selaras dengan visi organisasi.

Menurut Evrina & Wulansari (2023), *employer branding* mencakup aspek internal dan eksternal yang membantu perusahaan dalam membangun citra dan daya saing. Aspek internal meliputi budaya perusahaan, lingkungan kerja, dan nilai-nilai organisasi, sementara aspek eksternal mencakup reputasi perusahaan di mata publik dan calon karyawan. Pada dasarnya *employer branding* adalah sebuah konsep yang bisa diterapkan di dalam sebuah perusahaan untuk membuat para pekerja atau karyawan nyaman dan merasa Perusahaan tersebut adalah tempat yang baik untuk bekerja.

Employer branding sendiri merupakan hasil dari proses sosial yang mencerminkan karakteristik organisasi berdasarkan tindakan dan keputusan yang telah diambil sebelumnya . Menurut Christiaans (2013) *employer branding* sebagai upaya mengelola dan mempertahankan citra positif perusahaan sebagai pemberi kerja yang menarik dan mampu mempertahankan talenta terbaik. Menurut Indra & Widoatmodjo (2021) *employer branding* didefinisikan sebagai strategi perusahaan untuk membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik bagi calon karyawan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan minat melamar kerja, khususnya dari lulusan baru, dengan menonjolkan nilai-nilai yang ditawarkan perusahaan kepada karyawan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Employer Branding*

Employer Branding dapat terjadi karena dipengaruhi oleh keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi (*work-life balance*), yang mana *Work-life balance* semakin penting bagi karyawan. Perusahaan yang menawarkan fleksibilitas kerja, cuti yang cukup, dan program pendukung keluarga dapat meningkatkan *employer branding*. Sedangkan Menurut Collings & Mellahi (2020) faktor yang dapat mempengaruhi *employer branding* yaitu budaya perusahaan yang positif. Budaya perusahaan yang inklusif, kolaboratif, dan mendukung inovasi dapat daya tarik bagi calon karyawan dan dapat mempertahankan karyawan yang kompeten.

Menurut Armstrong (2008), terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi *employer branding*:

a. Pekerjaan Itu Sendiri

Pekerjaan yang menarik, menantang, serta memberikan tanggung jawab dan kebebasan bertindak dapat meningkatkan kepuasan kerja dan motivasi intrinsik karyawan.

b. Lingkungan Kerja

Suasana kerja yang menghargai dan menghormati karyawan menciptakan rasa nyaman. Sebaliknya, lingkungan yang kurang apresiatif dapat menurunkan semangat kerja.

c. Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan yang baik memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkembang dan berkontribusi. Umpan balik yang positif juga meningkatkan keterikatan mereka terhadap perusahaan.

d. Kesempatan Pengembangan Diri

Karyawan selalu ingin belajar dan berkembang. Jika perusahaan menyediakan peluang pengembangan yang sesuai dengan potensinya, mereka akan merasa dihargai dan lebih loyal.

e. Kesempatan Berkontribusi

Ketika karyawan didengar dan diberi ruang untuk menyampaikan ide serta inovasi, mereka akan merasa lebih terlibat dalam perkembangan perusahaan.

Indra & Widoatmodjo (2021) menyebutkan beberapa faktor penting yang mempengaruhi *employer branding*:

a. Daya Tarik Perusahaan (*Employer Attractiveness*)

Terutama dimensi *development value*, yang mencakup peluang pengembangan karier dan pelatihan yang ditawarkan perusahaan.

b. Penggunaan Media Sosial.

Pemanfaatan platform media sosial oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi dan membangun reputasi perusahaan secara positif di mata calon pelamar.

3. Aspek-aspek *Employer Branding*

Menurut Sullivan (2017), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam membangun *employer branding* yang kuat:

a. Menawarkan nilai yang jelas untuk karyawan

Perusahaan perlu merancang proposisi nilai yang menarik bagi calon karyawan maupun karyawan yang sudah ada. Hal ini bisa dilakukan dengan menyoroti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, serta kualitas karyawan saat ini. Dengan demikian, perusahaan dapat menciptakan citra positif sebagai tempat yang ideal untuk bekerja.

b. Menarik perhatian talenta dari luar

Perusahaan harus mampu menunjukkan kepada kandidat potensial bahwa mereka menawarkan nilai lebih yang menarik. Ini bisa dilakukan dengan strategi rekrutmen yang menonjolkan keunggulan perusahaan, sehingga lebih banyak talenta berkualitas tertarik untuk bergabung.

Marginingsih dan Kismono (2016) menyebutkan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membangun *employer branding*.

a. *Interest value*

Menyediakan suasana kerja yang menarik dan kesempatan bagi karyawan untuk berkreaitivitas.

b. *Social value*

Menciptakan atmosfer kerja yang menyenangkan dan hubungan kerja yang baik.

c. *Development value*

Memberikan pengakuan kepada karyawan melalui peluang pengembangan karier.

d. *Economic value*

Menawarkan kompensasi yang kompetitif dan keamanan kerja.

e. *Application value*

Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menerapkan pengetahuan atau keterampilan yang telah dipelajari.

Indra & Widoatmodjo (2021) juga menjelaskan beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam membangun *employer branding* :

a. *Development value* adalah peluang pengembangan diri dan karier yang ditawarkan perusahaan.

b. Reputasi perusahaan merupakan citra positif perusahaan yang terbentuk melalui komunikasi dan interaksi, termasuk melalui media sosial.

B. Minat Melamar Kerja

1. Pengertian Minat Melamar Kerja

Minat melamar kerja merupakan suatu dorongan atau keinginan yang muncul dari ketertarikan individu terhadap suatu pekerjaan. hal ini tercermin melalui upaya seseorang dalam mencari informasi lowongan pekerjaan hingga akhirnya mengambil keputusan untuk memperoleh pekerjaan yang diinginkan (Cannaby, 2018). Senada dengan itu, Rahayu (2018) menyatakan bahwa minat melamar kerja merupakan kecenderungan yang menetap pada diri individu untuk merasa senang dan tertarik terhadap kegiatan yang dilakukan secara sadar, baik secara fisik, psikis, mental, maupun sosial, demi memperoleh kepuasan, status, imbalan ekonomi, dan makna hidup. Selanjutnya, menurut Menurut Hapsari (2025), minat melamar kerja didefinisikan sebagai keinginan individu untuk bekerja di suatu perusahaan, yang dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap reputasi perusahaan dan strategi *employer branding* yang diterapkan.

Sementara itu, Rizky, Dwi, & Yuni (2023) menekankan bahwa minat melamar pekerjaan berkaitan erat dengan niat individu untuk bergabung dengan perusahaan berdasarkan daya tarik yang dimiliki perusahaan serta kompetensi karir yang ada pada individu, di mana kondisi kerja menjadi salah satu faktor pendorong utama. Sejalan dengan itu, Purborini & Basid (2022) menyatakan bahwa minat melamar kerja merupakan ketertarikan dan keinginan individu untuk bekerja di sebuah perusahaan, yang melalui serangkaian proses seperti pencarian informasi hingga pengambilan keputusan untuk memilih perusahaan

tertentu. Dengan demikian, minat melamar kerja dapat dipahami sebagai suatu bentuk ketertarikan aktif yang melibatkan proses kognitif dan emosional individu dalam upaya memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan harapannya.

Menurut Makrufa dan Saibat (2024), minat melamar pekerjaan adalah suatu proses di mana seseorang tertarik untuk menjadi bagian dari suatu perusahaan. Proses ini dimulai dengan mengumpulkan informasi tentang perusahaan dan posisi yang tersedia, hingga akhirnya mengirimkan lamaran kerja kepada perusahaan yang bersangkutan.

Dengan demikian, minat melamar dapat dipahami sebagai bentuk ketertarikan yang terstruktur, di mana individu tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan pribadi, tetapi juga menilai kesesuaian antara dirinya dengan perusahaan. Employer branding berperan penting dalam tahap ini karena mampu membentuk persepsi positif terhadap perusahaan, sehingga meningkatkan kemungkinan mahasiswa atau pencari kerja untuk akhirnya mengirimkan lamaran.

2. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Melamar Kerja

Menurut Shalahuddin, Sari & Hidayat (2022). Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar kerja, yaitu :

a. Kompensasi

Penelitian menunjukkan bahwa kompensasi yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap minat pelamar untuk melamar pekerjaan. Karyawan cenderung mencari tawaran yang memberikan imbalan finansial yang baik.

b. *E-Recruitment*

Metode rekrutmen berbasis internet juga berpengaruh positif. Dengan semakin banyaknya generasi milenial yang menggunakan internet, kemudahan akses informasi tentang lowongan pekerjaan melalui platform digital meningkatkan minat mereka untuk melamar.

c. Reputasi Perusahaan

Reputasi baik dari perusahaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan individu untuk melamar, karena reputasi mencerminkan stabilitas dan kualitas lingkungan kerja.

d. *Work-Life Balance*

Keselarasan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi juga menjadi pertimbangan bagi pelamar, di mana perusahaan yang menawarkan fleksibilitas dalam jam kerja atau kebijakan cuti yang baik lebih menarik bagi pencari kerja.

e. Pengembangan Karir

Peluang untuk berkembang dan mendapatkan promosi di masa depan juga menjadi motivator bagi individu untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan.

Hapsari (2025), mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi minat melamar kerja:

a. *Employer branding*

Citra positif perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik dapat meningkatkan minat individu untuk melamar.

b. Penggunaan Media Sosial *Linkedin*

Aktivitas perusahaan di platform profesional seperti LinkedIn dapat mempengaruhi persepsi calon pelamar terhadap Perusahaan.

c. Reputasi Perusahaan

Pandangan umum tentang perusahaan, termasuk nilai-nilai, budaya kerja, dan prestasi, dapat mempengaruhi keputusan individu untuk melamar.

Menurut Rizky, Puterisari, & Yustisi (2023), ada beberapa Faktor-factor yang mempengaruhi minat melamar kerja.

a. Kondisi Kerja Merupakan atribut daya tarik perusahaan dengan nilai rata-rata tertinggi. Ini mencakup suasana, fasilitas, dan lingkungan fisik serta non-fisik di tempat kerja yang membuat pelamar merasa tertarik.

b. Lokasi Kerja Merujuk pada penempatan geografis atau aksesibilitas tempat kerja, yang menjadi pertimbangan calon karyawan.

c. Citra Organisasi adalah Persepsi atau pandangan umum masyarakat terhadap perusahaan yang dapat memengaruhi keinginan seseorang untuk menjadi bagian dari perusahaan tersebut.

- d. Keamanan Kerja merupakan Perasaan jaminan atau stabilitas pekerjaan yang ditawarkan oleh perusahaan, seperti kontrak kerja yang jelas atau rendahnya risiko pemutusan hubungan kerja.

3. Aspek-Aspek Minat Melamar Kerja

Hapsari (2025) menjelaskan beberapa aspek minat melamar kerja yaitu:

- a. Kesesuaian Nilai

Sejauh mana nilai-nilai pribadi calon pelamar sejalan dengan nilai-nilai perusahaan.

- b. Peluang Pengembangan Karier

Kesempatan yang ditawarkan perusahaan untuk pertumbuhan dan pengembangan profesional.

- c. Kompensasi dan Benefit

Paket remunerasi yang kompetitif dan manfaat tambahan yang ditawarkan.

- d. Lingkungan Kerja

Kondisi fisik dan sosial di tempat kerja yang mendukung produktivitas dan kesejahteraan karyawan.

Makrufa dan Saibat (2024) mengemukakan aspek minat melamar kerja dapat dikategorikan menjadi empat yaitu:

- a. Kebutuhan Ekonomi

Tindakan melamar pekerjaan seringkali dipicu oleh kebutuhan finansial.

b. Minat Pribadi

Ketertarikan individu terhadap jenis pekerjaan tertentu yang sesuai dengan passion atau keahlian mereka.

c. Reputasi Perusahaan

Persepsi positif tentang perusahaan dapat meningkatkan minat untuk melamar.

d. Kesempatan Pengembangan Karir

Peluang untuk berkembang dalam karir sering menjadi faktor penentu bagi calon karyawan.

Rizky, Puterisari & Yustisi (2023) menjelaskan aspek minat melamar kerja dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu:

a. Daya tarik perusahaan

Daya tarik perusahaan mencakup atribut-atribut yang membuat perusahaan tersebut menarik bagi calon karyawan, seperti reputasi, kondisi kerja, dan peluang pengembangan karir. Daya tarik ini berperan penting dalam meningkatkan minat individu untuk melamar pekerjaan.

b. Kompetensi karir

Aspek ini meliputi kemampuan dan keterampilan yang dimiliki individu yang dianggap relevan dengan posisi yang dilamar. Individu dengan kompetensi yang baik cenderung memiliki minat lebih tinggi untuk melamar pekerjaan.

c. Kriteria perusahaan ideal

Calon pelamar memiliki kriteria tertentu mengenai perusahaan yang mereka anggap ideal, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk melamar.



C. Pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat Melamar Kerja di BUMN pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala

Employer branding merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk membentuk citra positif sebagai tempat kerja yang menarik. Menurut Ferizal (2016), *employer branding* adalah metode untuk menonjolkan keunikan, nilai, dan budaya kerja perusahaan guna menarik minat calon karyawan. Strategi ini menjadi penting karena dapat mempengaruhi bagaimana calon pelamar memandang perusahaan sebelum mereka mengambil keputusan untuk melamar pekerjaan.

Minat melamar kerja sendiri diartikan sebagai kecenderungan atau niat individu untuk mengajukan lamaran kerja di suatu perusahaan, yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap perusahaan tersebut. Ketika *employer branding* mampu menciptakan persepsi positif, seperti reputasi baik, lingkungan kerja yang kondusif, dan kesempatan pengembangan karier, maka minat untuk melamar cenderung meningkat.

Penelitian oleh Purborini dan Basid (2022) menunjukkan bahwa *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi melamar pekerjaan di BUMN, khususnya pada mahasiswa tingkat akhir. Penelitian ini menegaskan bahwa reputasi perusahaan sebagai bagian dari *employer branding* memainkan peran mediasi yang memperkuat hubungan tersebut. Demikian pula, Sainim & Jawahara (2015) menemukan bahwa *employer branding* bersama dengan faktor

seperti kompensasi dan budaya organisasi, memengaruhi keputusan pelamar kerja secara signifikan.

Secara logis, keterkaitan antara kedua variabel ini dapat diruntut dari bagaimana persepsi terhadap citra perusahaan (*employer branding*) memengaruhi evaluasi dan keputusan individu untuk melamar (minat). *Employer branding* membentuk ekspektasi, keyakinan, serta emosi positif terhadap perusahaan yang secara langsung mendorong seseorang untuk terlibat dalam proses lamaran kerja. Oleh karena itu, hubungan antara *employer branding* dan minat melamar kerja bersifat langsung dan kuat, baik secara teoritis maupun empiris.

D. Hipotesis

Berdasarkan pemaparan sebelumnya maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

Berdasarkan rumusan hipotesis di atas maka penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *employer branding* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir fakultas MIPA . Jika hasil analisisnya menunjukkan bahwa Ha diterima maka dapat disimpulkan bahwa *employer branding* memang berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar kerja. Sebaliknya jika Ho yang diterima maka tidak terdapat pengaruh

yang signifikan antara *employer branding* dan minat melamar kerja, yang berarti faktor *employer branding* tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa bimbingan konseling untuk melamar kerja di BUMN.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu:

1. Variabel bebas (X) : *Employer Branding*
2. Variabel terikat (Y) : Minat Melamar Kerja

B. Definisi Operasional

Menurut Utama (2016) operasional yaitu pemberian atau penetapan makna bagi suatu variabel dengan spesifikasi kegiatan atau pelaksanaan atau operasi yang dibutuhkan untuk mengukur, mengkategorisasi, atau memanipulasi variabel. Definisi operasional mengatakan pada pembaca laporan penelitian apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau pengujian hipotesis. Berikut adalah definisi *employer branding* dan minat melamar kerja.

1. *Employer branding*

Menurut Indra & Widoatmodjo (2021), *employer branding* didefinisikan sebagai strategi perusahaan untuk membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik bagi calon karyawan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan minat melamar kerja, khususnya dari lulusan baru, dengan menonjolkan nilai-nilai yang ditawarkan perusahaan kepada karyawan. Terdapat beberapa aspek yaitu : *Development Value* dan Reputasi Perusahaan.

2. Minat Melamar Kerja

Menurut Hapsari (2025), minat melamar kerja didefinisikan sebagai keinginan individu untuk bekerja di suatu Perusahaan. Terdapat beberapa aspek yaitu : kesesuaian nilai, peluang pengembangan karier, kompensasi benefit, dan lingkungan kerja.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Berdasarkan data yang diunggah di website milik Fakultas MIPA Populasi penelitian mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA yang berjumlah 891 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif. Apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subjeknya lebih dari 100 maka diambil antara 10% - 20% atau 20% - 30% atau lebih (Sugiyono, 2019).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 891 mahasiswa. Perhitungan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% (0,05) (Noor, 2011), yang dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Ket: n = Jumlah Sampel

 N = Jumlah Populasi

 e = Batas kesalahan maksimal dalam pengambilan sampel yang telah ditetapkan (5%)

Maka:

$$n = \frac{891}{1 + 891 \times (10\%)^2}$$

$$n = \frac{891}{1 + 891 (0,0025)}$$

$$n = \frac{891}{1 + 2,2275}$$

$$n = \frac{891}{3,2275}$$

$$n = 276,0$$

$$n = 276$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah, sampel yang diperoleh adalah 276 dari total 891 mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala angkata 2021 dan angkatan 2022. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Menurut Firmansyah (2022), teknik *probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, dengan menggunakan metode *simple random*

sampling. Simple random sampling adalah proses pemilihan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan tingkatan atau strata dalam populasi tersebut (Firmansyah, 2022).

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala, subjek diminta untuk merespon sejumlah pernyataan yang sesuai dengan keadaan dirinya. Tujuannya adalah untuk mengungkap hal-hal yang sedang diteliti. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *employer branding* dan minat melamar kerja. Penyekalaan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban. Skala disajikan dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Bobot penilaian untuk *favorable* adalah : SS (Sangat Setuju) = 4, S (Setuju) = 3, TS (Tidak Setuju) = 2, STS (Sangat Tidak Setuju) = 1. Sedangkan untuk *unfavorable* adalah : SS (Sangat Setuju) = 1, S (Setuju) = 2, TS (Tidak Setuju) = 3, STS (Sangat Tidak Setuju) = 4.

Tabel 1. Bobot Penilaian Pernyataan *Favorable* dan *Unfavorable*.

No.	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

1. *Employer Branding*

Pengukuran skala *employer branding* disusun oleh peneliti dengan mengacu aspek yang dikemukakan oleh Indra & Widoatmodjo (2021) meliputi, aspek *Development Value* dan Reputasi Perusahaan. Jumlah item dalam

skala ini adalah 30 aitem yang terdiri dari 16 item favorable dan 16 item unfavorable. Penulis menjabarkannya dalam bentuk *blue print employer branding* yang tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. *Blue Print* Skala *Employer Branding*.

No	Aspek	Indikator	Nomor item		Jumlah	Bobot
			<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>		
1	<i>Development Value</i>	Pengembangan kompetensi dan keterampilan	3	3	6	50%
		Kemajuan dan kepastian karier	3	3	6	
		Dukungan dan bimbingan	3	3	6	
2	Reputasi Perusahaan	Citra dan pengakuan eksternal	3	3	6	50%
		Kepercayaan calon pelamar	3	3	6	
		Tanggung jawab sosial	3	3	6	
Jumlah			16	16	36	100%

2. Minat melamar kerja

Pengukuran skala minat melamar kerja disusun oleh peneliti dengan mengacu pada aspek yang dikemukakan oleh Hapsari (2025) yaitu kesesuaian nilai, peluang pengembangan karir, kompensasi *benefit*, dan lingkungan kerja . Jumlah aitem dalam skala ini adalah 32 item yang terdiri dari 16 item *favorable* dan 16 item *unfavorable*. Penulis menjabarkannya dalam bentuk *blue print* minat melamar kerja yang tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. *Blue Print* Skala Minat Melamar Kerja.

No	Aspek	Indikator	Nomor item		Jumlah	Bobot
			Favorable	Unfavorable		
1	Kesesuaian nilai	Integrasi nilai dan etika	2	2	4	25%
		Keselarasan visi dan motivasi	2	2	4	
2	Peluang pengembangan karir	Peningkatan kompetensi dan potensi	2	2	4	25%
		Prospek kemajuan struktur	2	2	4	
3	Kompensasi dan benefit	Imbalan langsung dan daya saing	2	2	4	25%
		Jaminan Kesehatan dan fasilitas	2	2	4	
4	Lingkungan kerja	Lingkungan social	2	2	4	25%
		Lingkungan fisik dan teknologi	2	2	4	
Jumlah			16	16	32	100%

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Azwar (2017) mengemukakan validitas adalah sejauh mana ketetapan dan kecermatan akan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukur dengan cara melakukan pengujian validitas yang akan dilakukan dengan validitas isi yaitu validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap isi tes berdasarkan analisis rasional dari panel ahli yang berkompeten atau professional judgement, dan pada penelitian ini yang akan menjadi panel ahli yang berkompeten atau professional judgement adalah dosen pembimbing. Penguji validitas berdasarkan professional judgement maksudnya adakah menemukan jawaban sejauh mana aitem-aitem dalam tes mencakup keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur atau sejauh mana isi tes mencerminkan ciri atribut yang akan diukur (Azwar, 2017).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dapat dipercaya. Artinya, hasil dari pengukuran dapat dipercaya jika pengukuran dalam beberapa kali terhadap kelompok subjek yang sama dan diperoleh hasil yang relatif sama. Jika ada perbedaan dari waktu ke waktu maka hasil dari pengukuran tidak dapat dipercaya dan dikatakan tidak reliabel.

Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil skor yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2017). Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan formula Alpha Cronbach (α) dengan bantuan program Statistic Program for Social Science (SPSS) versi 23.0 for windows. Suatu item dikatakan memiliki reliabel apabila koefisien reliabilitas atau $P > 0,7$ begitu juga sebaliknya (Azwar, 2017).

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Sesuai dengan hipotesis dan tujuan penelitian yaitu mencari pengaruh, maka data yang diperoleh akan di uji terlebih dahulu dengan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linieritas yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Syarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorof Smirnov Test* dengan bantuan fasilitas komputer yaitu SPSS

23.00 for windows. Kaidah yang digunakan untuk menyetujui normalitas sebaran data adalah jika signifikansi $p > 0,05$ maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi $p < 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu *employer branding* dan variabel terikat yaitu minat melamar kerja yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai pengaruh yang linier apabila nilai $p < 0,05$, tetapi jika $p > 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak linier (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui kedua variabel mempunyai hubungan yang linier, maka penulis akan menggunakan *Test for Linearity* dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Special Science*) 23.00 for windows.

G. Uji Hipotesis

Analisis data yang akan digunakan untuk mengetahui hipotesis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah pengaruh secara linier satu variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam menganalisis data, penulis akan menggunakan bantuan fasilitas komputer yaitu program SPSS 27.00 for windows dengan kriteria pengujian jika nilai $p < 0,05$ maka hipotesis di terima dan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan Penelitian

Tahap orientasi kancan memiliki tahapan yang dilalui untuk mendapatkan pengenalan yang lebih jauh mengenai area penelitian yang spesifik dan mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai fenomena permasalahan yang akan diteliti. Penelitian yang akan dilakukan pada kesempatan ini adalah mengenai pengaruh Employer Branding terhadap minat melamar kerja di BUMN pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

1. Profil Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) Universitas Syiah Kuala beralamat di Jl. Syekh Abdur Rauf No. 3, Kopelma Darussalam, Kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Aceh 23111. Merupakan salah satu fakultas sains terkemuka yang terletak di kawasan strategis Kampus Darussalam, Banda Aceh. Fakultas ini menawarkan lingkungan akademik yang asri dan modern, dengan perpaduan gedung perkuliahan yang representatif serta fasilitas laboratorium yang lengkap. Sebagai pusat pengembangan sains di Aceh, Fakultas MIPA menjadi tempat favorit bagi mahasiswa dan peneliti untuk melakukan eksplorasi ilmiah, diskusi akademis, maupun pengembangan inovasi berbasis sumber daya lokal.

Fakultas ini beroperasi secara penuh untuk mendukung kegiatan tridharma perguruan tinggi dengan berbagai program studi yang telah terakreditasi baik

secara nasional maupun internasional. Lokasinya yang berada di jantung pusat pendidikan "Kota Pelajar Mahasiswa" membuat Fakultas MIPA sangat mudah diakses oleh berbagai kalangan. Suasana kampus yang tenang dan didukung dengan fasilitas penunjang seperti area hotspot Wi-Fi di setiap sudut gedung, perpustakaan fakultas, serta ruang terbuka hijau memperkuat posisinya sebagai pilihan utama bagi civitas akademika dalam menjalankan aktivitas riset di tengah Kota Banda Aceh.

Selain keunggulan infrastruktur, Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala juga dikenal memiliki tenaga pengajar dan staf ahli yang berpengalaman di bidangnya masing-masing. Fasilitas laboratorium yang tersedia senantiasa diperbarui untuk menjaga kualitas hasil penelitian agar tetap kompetitif dan akurat. Keberadaan laboratorium spesifik seperti Laboratorium Kimia, Biologi, hingga Pusat Riset Atsiri menjadikan fakultas ini sebagai lokasi penelitian yang sangat memadai bagi mahasiswa Fakultas MIPA.

B. Persiapan Penelitian

Langkah awal yang dilakukan peneliti adalah mempersiapkan diri secara optimal guna mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan yang tidak diharapkan selama pelaksanaan penelitian. Persiapan penelitian diawali dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap sejumlah subjek yang menjadi target di lokasi penelitian. Setelah observasi serta wawancara pendahuluan selesai dilaksanakan, peneliti menyusun instrumen pengukuran yang akan dipakai untuk mengumpulkan data, sekaligus mengurus surat izin guna melaksanakan uji coba (try out) instrumen dan mengurus izin pelaksanaan penelitian. Setelah semua

tahapan tersebut selesai, peneliti kemudian melanjutkan ke tahap pelaksanaan penelitian hingga tuntas.

1. Pengurusan Surat Izin Penelitian

Peneliti memperoleh izin melakukan penelitian yang dikeluarkan oleh Fakultas Psikologi UNMUHA pada tanggal 20 Januari 2026, kemudian surat izin penelitian tersebut diberikan kepada pihak tata usaha Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala, kemudian pada tanggal Januari 2026 pihak Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala memberikan surat yang ditanda tangani dan di stempel langsung oleh Dekan Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

2. Penyusunan Alat Ukur

Penelitian ini, menggunakan skala likert sebagai alat ukur untuk mengukur skala employer branding dan minat melamar kerja untuk skala employer branding terdiri dari 36 aitem berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Utama (2016). Sedangkan untuk skala minat melamar kerja peneliti menyusun 32 aitem berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Indra & Widoatmodjo (2021).

3. Pelaksanaan *Try Out*

Sebelum pelaksanaan penelitian utama, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba (*try out*) instrumen penelitian pada tanggal 9 Januari 2026. *Try out* ini dilakukan terhadap 30 mahasiswa tingkat akhir angkata 2021 dan 2022 dengan tujuan menguji validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan digunakan. Kegiatan *try out* dilaksanakan secara virtual menggunakan google form yang dibagikan menggunakan *direct message/instant messaging* kepada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala. Hasil *try out* ini kemudian dianalisis

untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner layak digunakan dalam penelitian utama.

C. Pelaksanaan Penelitian

Pengumpulan data Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala dilaksanakan selama tiga (3) hari pada tanggal 22-24 Januari 2026. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan langsung satu persatu kepada 276 mahasiswa Tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala. Pembagian kuesioner ini dilakukan dengan cara membagikan menggunakan *direct message/instant messaging* kepada mahasiswa tingkat akhir FMIPA USK. Setelah skala terkumpul dan terisi, data selanjutnya dianalisis oleh peneliti menggunakan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*) versi 27.0 for Windows.

Hambatan yang ditemui dalam melaksanakan penelitian adalah banyaknya mahasiswa yang lupa untuk mengisinya sehingga harus di ingatkan berulang kali.

D. Hasil Analisa Data Penelitian

a. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah suatu item valid atau tidak. Proses pengujian validitas dilakukan melalui penilaian dari dosen pembimbing sebagai ahli, yang akan menelaah serta memberikan masukan terkait item-item yang diuji. Setelah item-item tersebut dirancang dan direvisi sesuai saran, dosen pembimbing menentukan apakah item pada variabel tersebut telah valid. Jika ada item yang dinyatakan tidak valid, maka penelitian dapat tetap dilanjutkan.

b. Diskriminasi Item Uji Coba

Analisis diskriminasi aitem dilakukan untuk menilai kelayakan setiap aitem dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Penilaian didasarkan pada nilai *corrected item-total correlation*. Dalam penelitian ini, aitem dinyatakan gugur apabila memiliki nilai di bawah batas yang ditentukan, yaitu 0,30. Sebaliknya, aitem valid apabila nilai korelasinya berada pada atau di atas angka tersebut.

Tabel 4. Hasil analisis diskriminasi aitem skala *Employer Branding*

No	Indikator	Nomor aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
1	Pengembangan kompetensi dan keterampilan	1, 11, 21	2, 12, 22	6
2	Kemajuan dan kepastian karier	3, 14, 23	4, 13, 24	6
3	Dukungan dan bimbingan	31, 33, 36	32, 34, 35	6
4	Citra dan pengakuan eksternal	6, 15, 25	5, 16, 26	6
5	Kepercayaan calon pelamar	7, 17, 27	8, 18, 28	6
6	Tanggung jawab sosial	10, 20, 30,	9, 19, 29	6
	Jumlah	18	18	36

Ket: Nomor yang dicetak tebal merupakan item yang tidak valid

Setelah aitem yang tidak valid dibuang, berikut ditampilkan hasil analisis diskriminasi aitem yang tersisa:

Tabel 5. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala *Employer Branding* Sesudah Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Indikator	Nomor Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pengembangan kompetensi dan keterampilan	21	2, 12, 22	4
2	Kemajuan dan kepastian karier	23	4, 13, 24	4
3	Dukungan dan bimbingan	33, 36	32, 34, 35	5
4	Citra dan pengakuan eksternal	15	5, 16, 26	4
5	Kepercayaan calon pelamar	17, 27	8, 18, 28	5
6	Tanggung jawab sosial	10, 20, 30	9, 19, 29	6
	Jumlah	10	18	28

Setelah dilakukan analisis, ada sisa 28 dari 36 aitem yang masih layak digunakan pada skala *employer branding*, sementara 8 aitem dianggap tidak layak dan harus dihapus dari penelitian.

Berikut peneliti menjabarkan analisis aitem skala Minat Melamar Kerja tersedia pada tabel dibawah ini :

Tabel 6. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Minat Melamar Kerja Sebelum Item Tidak Valid Dibuang.

No	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Integrasi nilai dan etika	1, 10	9, 2	4
2	Keselaran visi dan motivasi	17, 25	18, 26	4
3	Peningkatan kompetensi dan potensi	3, 12	4, 11	4
4	Prospek kemajuan struktur	19, 27	20, 28	4
5	Imbalan langsung dan daya saing	5, 14	6, 13	4
6	Jaminan Kesehatan dan fasilitas	21, 29	22, 30	4
7	Lingkungan social	7, 16	8, 15	4
8	Lingkungan fisik dan teknologi	23, 31	24, 32	4
	Jumlah	16	16	32

Ket: Nomor yang dicetak tebal merupakan item yang tidak valid

Setelah aitem yang tidak valid dibuang, berikut ditampilkan hasil analisis diskriminasi aitem yang tersisa:

Tabel 7. Hasil Analisis Diskriminasi Item Skala Minat Melamar Kerja sebelum Aitem tidak Valid dibuang

No	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		Valid		
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Integrasi nilai dan etika	1, 10	9, 2	4
2	Keselaran visi dan motivasi	17, 25	18, 26	4
3	Peningkatan kompetensi dan potensi	3, 12	4, 11	4
4	Prospek kemajuan struktur	19, 27	20, 28	4
5	Imbalan langsung dan daya saing	5, 14	6, 13	4
6	Jaminan Kesehatan dan fasilitas	21, 29	22, 30	4
7	Lingkungan social	7, 16	8, 15	4
8	Lingkungan fisik dan teknologi	23, 31	24, 32	4
	Jumlah	16	16	32

berdasarkan hasil analisis terdapat 32 item variable Y di peroleh hasil bahwa seluruh item memiliki nilai $r_{hitung} > 0,3$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrument ini dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian tanpa perlu melakukan pengurangan atau perbaikan butir item.

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien formula *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*) versi 27.0 for windows. Suatu item dikatakan memiliki reliabel apabila koefisien reliabilitas atau $P > 0,7$ begitu juga sebaliknya (Azwar, 2017). Hasil uji reliabilitas dari skala *employer branding* dengan jumlah 36 aitem menunjukkan hasil yang reliabel dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,913. Setelah item yang tidak bagus dibuang, ada 28 aitem yang tersisa dengan koefisien reliabilitas meningkat hingga 0,921.

Hasil uji reabilitas pada skala minat melamar kerja uji reliabilitas dengan jumlah 32 item menunjukkan hasil yang reliabilitas dengan nilai koefisien sebesar 0,934. Angka tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik sehingga skala *employer branding* dan skala minat melamar kerja pada penelitian ini dikatakan reliabel dan baik serta layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum dan sesudah Item Tidak Valid Dibuang

Skala <i>Employer Branding</i>	Formula Alpha Cronbach	Jumlah
Sebelum	0,913	36
Sesudah	0,921	28

Sumber : Olahan data spss 27.0 for windows, tahun 2026

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum dan sesudah Item Tidak Valid Dibuang

Skala Minat Melamar Kerja	Formula Alpha Cronbach	Jumlah
Sebelum	0,934	32
Sesudah	0,934	32

Sumber : Olahan data *spss 27.0 for windows*, tahun 2026

2. Deskripsi Subjek Dan Data Penelitian

a. Deskripsi Subjek Penelitian

Partisipan atau subjek dalam penelitian ini Adalah mahasiswa Tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 891 mahasiswa, dan untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5% (0,05) (Noor, 2011). Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 276 mahasiswa Tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala.

Sebagian besar subjek dalam penelitian ini Adalah mahasiswa Tingkat akhir Angkatan 2021 sebanyak 172 mahasiswa, namun terdapat pula beberapa responden mahasiswa Tingkat akhir Angkatan 2022 sebanyak 105 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan berasal dari kelompok mahasiswa Tingkat.

b. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian disajikan untuk mengetahui karakteristik data pokok yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, peneliti membagi kategori *employer branding* dan minat melamar kerja menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, tinggi. Deskripsi data diperoleh dari nilai M (*mean*) dan nilai standar deviasi (SD). Selanjutnya dilakukan proses pengaktegorisasian dengan menggunakan norma sebagai berikut:

Tabel 10. Deskripsi Data Penelitian

	N	Min	Max	Mean	Standar deviasi
<i>Employer Branding</i>	276	55.00	106.00	79	13
<i>Minat Melamar Kerja</i>	276	58.00	126.00	92	15

Sumber: Olah data SPSS 27.0 For windows, tahun 2026

Selanjutnya dilakukan proses pengaktegorisasian dengan menggunakan norma sebagai berikut:

Tabel 11. Norma Pengkategorian

No	Tingkatan/Kategori	Skor
1	Rendah	$X < (M - 1.SD)$
2	Sedang	$X < (M - 1.SD) \text{ X } (M + 1.SD)$
3	Tinggi	$(M + 1.SD) \leq X$

Berdasarkan norma standar pada tabel maka diketahui skor masing-masing kategori adalah sebagai berikut:

a. *Employer Branding*

$$\text{Rendah} = X < (79 - 1 \cdot 13)$$

$$= X < 66$$

$$\text{Sedang} = X < (79 - 1 \cdot 13) \text{ X } (79 + 1 \cdot 13)$$

$$= X < 66 \leq X 92$$

$$\text{Tinggi} = (79 + 1 \cdot 13) \leq X$$

$$= 92$$

b. *Minat Melamar Kerja*

$$\text{Rendah} = X < (92 - 1 \cdot 15)$$

$$= X < 76,98$$

$$\text{Sedang} = X < (92 - 1 \cdot 15) \text{ X } (92 + 1 \cdot 15)$$

$$= X < 76,98 \leq X 107,10$$

$$\text{Tinggi} = (92 + 1 \cdot 15) \leq X$$

$$= 107,10$$

Tabel 12. Hasil Deskriptif Variabel Employer Branding dan Minat Melamar Kerja

Variabel	Rendah Frekuensi Presentase data penelitian			total
	Rendah	Sedang	Tinggi	276
<i>Employer Branding</i>	55 – 65 34 (12,3%)	66 - 91 172 (62,3%)	92 - 106 70 (25,4%)	100%
Minat Melamar Kerja	58 – 75 41 (14,9%)	76 - 106 180 (65,2%)	107 - 126 55 (19,9%)	100%

Berdasarkan hasil deskriptif variabel perilaku *employer branding* diatas dari 276 subjek mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA USK yang diteliti didapatkan 34 orang dengan kategori rendah dengan persentase 12,3%, untuk kategori sedang berjumlah 172 orang dengan persentase 62,3% dan untuk kategori tinggi berjumlah 70 orang guru dengan persentase 25,4%. Adapun berdasarkan hasil dari deskriptif variabel minat melamar kerja terdapat 41 mahasiswa dengan kategori rendah persentase sebesar 14,9%, untuk kategori sedang berjumlah 180 orang dengan persentase 65,2% adapun dengan kategori tinggi berjumlah 55 orang dengan persentase 19,9%.

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, dilakukan pengujian normalitas menggunakan metode teknik *Kolmogorof Smirnov Test* untuk mengevaluasi sebaran data dalam suatu kelompok dan menentukan apakah distribusinya bersifat normal atau tidak (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Kolmogorof	Nilai Sig
<i>Employer branding</i> dan minat melamar	0,036	0,200

Sumber: Olah data SPSS 27.0 For windows, tahun 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukkan nilai 0,200 dengan nilai signifikansi $p = 0,05$, yang artinya data variabel berdistribusi normal, karena nilai signifikansi $p > 0,05$. Dengan demikian uji asumsi normalitas data pada variabel penelitian ini telah terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Test For Linearity* untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antara dua variabel. Hubungan antara kedua variabel dianggap linear jika nilai signifikansi $p < 0,05$, sedangkan jika nilai signifikansi $p > 0,05$, maka hubungan dianggap tidak linear. Hasil uji penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai F	Nilai Sig
<i>Employer Branding</i> dan Minat Melamar Kerja	1,733	0.004

Sumber: Olah data SPSS 27.0 For windows, tahun 2026

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas terlihat bahwa kedua variabel menunjukkan nilai F sebesar 1,733 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 atau $p < 0,05$. Hal ini menandakan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel *employer branding* dan minat melamar kerja.

E. Uji Hipotesis

Setelah memenuhi uji asumsi, peneliti melanjutkan dengan melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui tingkat ketergantungan suatu variabel terhadap variabel lainnya, menilai signifikasinya, serta memprediksi besarnya nilai variabel terikat (Y) minat melamar kerja dipengaruhi variabel bebas (X) *employer*

branding sugiyono (2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan regresi linear sederhana karena hanya melibatkan satu variabel bebas yaitu *employer branding* dan satu variabel terikat yaitu minat melamar kerja.

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variable	R Square	Nilai Sig
Employer branding dan minat melamar kerja	0,119	0,001

Sumber: Olah data SPSS 27.0 For windows, tahun 2026

Berdasarkan hasil olah data tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diterima adalah H_a , sedangkan H_o ditolak. Hal ini dikarenakan nilai *R Square* sebesar 0,119 menunjukkan adanya kontribusi nyata dari variabel *employer branding* dalam menjelaskan variabel minat melamar kerja. Meskipun pengaruhnya berada pada angka 11,9% sementara mayoritas sisanya sebesar 88,1% ditentukan oleh faktor-faktor eksternal lain di luar model penelitian ini angka tersebut tetap membuktikan bahwa *employer branding* memiliki peran sebagai salah satu prediktor yang mempengaruhi minat melamar kerja, sehingga pernyataan bahwa "tidak ada pengaruh" (H_o) secara otomatis gugur.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai sebesar $0,004 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala. Selain itu, temuan ini diperkuat dengan nilai *R square* sebesar 0,119 atau 11,9%, hal ini menunjukkan bahwa variabel *employer branding* memberikan kontribusi pengaruh terhadap minat melamar kerja, sedangkan sisanya sebesar 88,1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti pengaruh teman sebaya, kompensasi atau Prestise dan Kebanggaan Sosial yang tidak diteliti

dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin positif *employer branding* yang dipersepsikan oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melamar pekerjaan di instansi terkait (BUMN).

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purborini dan Basid (2022). Dalam penelitian tersebut, yang dilakukan khusus pada mahasiswa tingkat akhir, ditemukan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar kerja di perusahaan BUMN. Korelasi antara penelitian Purborini & Basid dengan penelitian ini terletak pada fokus subjek penelitian (mahasiswa tingkat akhir) dan objek tujuan karier (BUMN), yang membuktikan bahwa citra perusahaan sebagai pemberi kerja adalah faktor krusial dalam menarik minat lulusan baru.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Ekhsan dan Fitri (2021). Dalam penelitiannya, variabel *employer branding* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti lingkungan kerja, nilai sosial, dan peluang pengembangan diri yang ditawarkan perusahaan menjadi daya tarik utama bagi para pencari kerja muda. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa meskipun kontribusinya 11,9%, *employer branding* tetap berperan nyata dalam mengarahkan preferensi karier mahasiswa FMIPA USK di tengah persaingan pasar kerja yang kompetitif.

Penelitian yang dilakukan oleh Ananda dan Januardi (2024) memberikan kontribusi penting dalam memperkuat hasil temuan pada penelitian ini. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa strategi *employer branding* yang efektif

mampu memprediksi perubahan minat melamar kerja pada Generasi Z secara signifikan. Konsep ini selaras dengan fenomena yang ditemukan pada mahasiswa FMIPA USK, di mana persepsi mereka mengenai stabilitas dan prestise BUMN yang dikomunikasikan melalui berbagai kanal informasi membentuk *social piety* dan kebanggaan tersendiri bagi calon pelamar dari bidang sains.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kesadaran akan reputasi perusahaan dan nilai-nilai yang ditawarkan (seperti *development value*) menjadi pendorong utama tindakan melamar kerja. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa FMIPA USK yang menunjukkan minat melamar kerja mencerminkan bentuk ketertarikan terhadap organisasi yang mampu menjamin pengembangan potensi akademik mereka ke dalam dunia profesional. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa signifikansi 0,004 menandakan keterkaitan erat antara persepsi merek pemberi kerja dengan tindakan afirmatif mahasiswa untuk bergabung dengan organisasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *employer branding* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa tingkat akhir FMIPA USK, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,004 ($<0,05$) dan kontribusi sebesar 11,9% (R square 0,119). Temuan ini sejalan dengan penelitian Purborini & Basid (2022) dan Ekhsan & Fitri (2021) yang menyatakan bahwa citra positif perusahaan sangat dominan dalam memengaruhi minat melamar di perusahaan BUMN. Selain itu, penelitian Ananda & Januardi (2024) memperkuat hasil ini dengan mengemukakan bahwa di era digital, komunikasi merek yang kuat menjadi kunci bagi perusahaan untuk memenangkan hati talenta muda, sehingga dapat disimpulkan bahwa penguatan *employer*

branding sangat diperlukan untuk menarik lulusan terbaik di lingkungan universitas.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil olah data menggunakan regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$), yang berarti hubungan antara variabel *employer branding* dengan minat melamar kerja adalah signifikan. Hasil dari olah data yang dilakukan pada SPSS di atas menunjukkan bahwa nilai *R Square* adalah 0,119, artinya adalah *employer branding* mempengaruhi minat melamar kerja sebesar 11,9%, sedangkan sisanya 88,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel *employer branding*.

Secara umum, penelitian ini membuktikan bahwa *employer branding* berperan penting dalam menarik minat mahasiswa tingkat akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala untuk berkarir di instansi BUMN. Meskipun kontribusinya tidak mendominasi secara mutlak, citra perusahaan sebagai pemberi kerja yang menawarkan pengembangan kompetensi dan nilai sosial tetap menjadi daya tarik bagi calon lulusan baru. Hasil ini menunjukkan perlunya sinergi antara pihak universitas dan instansi perusahaan dalam memberikan informasi karier yang komprehensif agar tercipta keselarasan antara ekspektasi mahasiswa dengan nilai-nilai profesional yang ditawarkan oleh organisasi.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Instansi Perusahaan (BUMN)

Saran dari peneliti diharapkan perusahaan dapat terus memperkuat strategi *employer branding* mereka melalui media informasi yang mudah dijangkau oleh mahasiswa. Perusahaan disarankan untuk lebih menonjolkan keunggulan lingkungan kerja dan peluang pengembangan karier jangka panjang, sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi talenta muda, khususnya dari latar belakang sains, agar mereka merasa yakin untuk melamar dan berkontribusi secara profesional di instansi tersebut.

2. Bagi Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala

Saran dari peneliti disarankan untuk terus menjalin kerja sama dengan berbagai instansi BUMN melalui program magang (*internship*) atau *career talk*. Hal ini penting dilakukan untuk memperkenalkan budaya kerja dan nilai-nilai perusahaan secara langsung kepada mahasiswa tingkat akhir, sehingga mahasiswa memiliki gambaran yang lebih nyata mengenai dunia kerja dan dapat memotivasi mereka untuk mempersiapkan diri dalam proses seleksi pekerjaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran dari peneliti disarankan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat melamar kerja, seperti pengaruh teman sebaya (*social influence*), kompensasi (gaji), atau lokasi geografis tempat

kerja. Penelitian lebih lanjut juga dapat menggunakan subjek yang lebih luas atau mempertimbangkan pendekatan kualitatif agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang alasan spesifik yang mendasari preferensi karier mahasiswa di era digital saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The employer brand. *The Journal of Brand Management*, 4(3), 185–206.
- Anggraini, I., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh employer branding terhadap minat melamar pada perusahaan startup di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 103–114.
- Armstrong, M. (2008). *Armstrong's handbook of human resource management practice* (11th ed.). Kogan Page Publishers.
- Backhaus, K. (2016). Employer branding revisited. *Organization Management Journal*, 13(4), 187–195.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. (2023). *Keadaan ketenagakerjaan Aceh Februari 2023*.
- Collings, D. G., & Mellahi, K. (2020). Strategic talent management: A review and research agenda. *Journal of Management*, 46(2), 173–197.
- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh employer branding dan reputasi organisasi terhadap intention to apply pada generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 603–619.
- Ferizal. (2016). *Strategi pengembangan sumber daya manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Ferizal, I. (2016). *Journey to be employer of choice*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Forum Human Capital Indonesia (FHCI). (2023). *Lebih dari 2.000 lowongan kerja di Rekrutmen Bersama BUMN (RBB) 2023*.
- Gajihub Blog. (2025). *9 tanda employer branding berhasil dan trennya di tahun 2025*.
- Handi, K., & Safitri, L. (2023). Pengaruh gaji dan tunjangan kompetitif terhadap minat melamar kerja. *Jurnal Manajemen SDM*.
- Hapsari, A. S. (2025). Peran employer branding dan penggunaan media sosial LinkedIn terhadap minat fresh graduate dalam melamar pekerjaan di perusahaan BUMN di Semarang dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. *eCo-Buss: Economics and Business*, 7(3), 1934–1950.

- Herlina, N., & Wahyuni, H. (2022). Impact of oil palm plantation on economy and environment in Bengkulu province. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 11(2), 146–152.
- Indra, I. R., & Widoatmodjo, S. (2021). Analisa strategi employer branding terhadap minat melamar kerja. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(4), 215–224.
- Makrufa, S. N., & Saibat. (2024). Pengaruh branding perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan bagi mahasiswa dan alumni perguruan tinggi kota Surabaya di PT. BMA. *Soetomo Management Review*, 2(4), 560–577.
- Marginingsih, R., & Irawan, D. (2018). Employer branding: Persepsian terhadap kepercayaan pemimpin dan dampaknya pada intensi keluar (Studi pada karyawan bank di Indonesia). *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 8(1).
- Marginingsih, R., & Kismono, G. (2016). Pengaruh dimensi employer branding terhadap intensi melamar kerja. *Jurnal Manajemen*, 20(2), 167–180.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). Pengaruh employer branding terhadap intensi melamar pekerjaan di perusahaan BUMN dengan reputasi perusahaan sebagai pemediasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103–114.
- Rahayu, S. K. (2018). *Psikologi industri dan organisasi*. Penerbit Salemba Empat.
- Rizky, G., Puterisari, D. U., & Yustisi, Y. P. (n.d.). Daya tarik perusahaan dan kompetensi karir yang memengaruhi niat melamar pekerjaan pada mahasiswa tingkat akhir. *E-Kombis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(12).
- Saini, G. K. (2023). Employer branding: A critical review and future research. *NHRD Network Journal*, 16(3), 220–232.
- Shalahuddin, M., Sari, Y. N., & Hidayat, Z. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar kerja. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(2), 101–110.
- Silva, A. J., & Dias, H. (2022). The relationship between employer branding, corporate reputation and intention to apply to a job offer. *Emerald Insight*.

- Siregar, R., & Hasanah, U. (2023). Pengaruh employer branding dan work environment terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa teknik di wilayah Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 123–135.
- Tanwar, K., & Prasad, A. (2017). Exploring the relationship between employer branding and employee retention. *Global Business Review*, 17(3_suppl), 186S–206S.
- Thang, C. M., & Trang, N. T. T. (2024). Employer branding and its impact on intention to apply in digital era. *Journal of Strategic Marketing*, 32(4), 389–405.
- Wicaksono, B., & Pusparini, Y. (2022). Kenyamanan lingkungan kerja dan budaya organisasi terhadap minat melamar kerja. *Jurnal Manajemen SDM*.
- Widarseno, D. C. (2025). *Pengaruh employer branding dan social media engagement terhadap minat melamar pekerjaan gen Z di Bekasi* [Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika].
- Widianti, D. F., & Murti, A. Y. (2022). Pengaruh employer attractiveness dan corporate reputation terhadap intensi melamar kerja talenta digital generasi Z pada startup unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 24(1), 64–67.
- Wulandari, P. (2021). Pengaruh employer branding terhadap minat melamar pekerjaan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 8–17.

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Employer branding*

Try Out Employer branding

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya yakin BUMN menyediakan program pelatihan yang terencana dan berkelanjutan bagi karyawan baru.				
2	Saya merasa pelatihan di BUMN seringkali hanya sekedar formalitas dan kurang meningkatkan keahlian.				
3	Saya merasa BUMN adalah tempat yang menawarkan jalur karier yang jelas dan menjanjikan hingga masa tua.				
4	Saya merasa jalur karier di BUMN cenderung kaku dan sulit diprediksi oleh karyawan muda.				
5	Saya merasa citra BUMN di mata publik masih kental dengan sistem manajemen yang lambat dan kurang berkembang.				
6	Saya merasa bangga jika orang lain mengetahui bahwa saya bekerja di salah satu Perusahaan BUMN karena citra positif di masyarakat.				
7	Saya yakin bahwa proses rekrutmen di BUMN dilakukan secara transparan, adil, dan objektif bagi seluruh calon pelamar.				
8	Saya memiliki kekhawatiran bahwa faktor koneksi atau orang dalam masih menjadi penentu utama kelulusan seleksi di BUMN.				
9	Saya merasa kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan BUMN hanya bertujuan untuk pencitraan perusahaan semata.				
10	Komitmen BUMN dalam menjalankan program bantuan sosial dan lingkungan membuat saya tertarik untuk berkontribusi di sana.				
11	Saya percaya bekerja di BUMN akan memberikan kesempatan besar untuk menguasai keahlian teknis terbaru di bidangnya.				

12	Saya khawatir kemampuan saya tidak akan berkembang secara maksimal jika bekerja di instansi BUMN.				
13	Saya beranggapan bahwa kenaikan jabatan di BUMN lebih didasarkan pada masa kerja (senioritas) daripada prestasi kerja.				
14	Saya melihat adanya kesempatan yang luas bagi karyawan berprestasi untuk naik jabatan dengan cepat di BUMN.				
15	Saya merasa BUMN dikenal secara luas sebagai instansi yang memiliki standar etika kerja dan profesionalisme yang tinggi.				
16	Popularitas BUMN di mata masyarakat lebih disebabkan oleh statusnya sebagai usaha milik negara daripada kualitas kinerjanya.				
17	Saya merasa sangat aman untuk merencanakan masa depan jangka panjang jika berhasil diterima bekerja di instansi BUMN.				
18	Saya merasa ragu dengan janji kesejahteraan yang ditawarkan BUMN mengingat beban kerja yang dipersepsikan cukup tinggi.				
19	Menurut saya program bantuan sosial BUMN tidak memberikan dampak jangka panjang bagi masyarakat.				
20	Saya melihat BUMN sebagai institusi yang memiliki kepedulian tinggi terhadap pembangunan masyarakat Indonesia.				
21	Saya yakin BUMN sangat mendukung karyawannya untuk mengikuti seminar atau sertifikasi guna meningkatkan keahlian.				
22	Saya merasa beban kerja di BUMN cenderung berulang-ulang sehingga kurang memberikan tantangan untuk belajar hal baru.				
23	Sistem penilaian kerja di BUMN yang transparan memberikan keyakinan bagi saya untuk mencapai posisi manajerial.				
24	Saya khawatir struktur organisasi BUMN yang besar justru membuat peluang untuk menonjol menjadi sangat kecil.				

25	Saya menganggap BUMN sebagai representasi simbol kesuksesan profesional yang diakui oleh berbagai pihak luar.				
26	Banyaknya pemberitaan negatif di media massa mengenai tata kelola BUMN menurunkan minat saya untuk melamar ke sana.				
27	Saya percaya BUMN adalah tempat kerja yang menawarkan stabilitas ekonomi dan keamanan kerja yang sangat terjamin.				
28	Saya merasa informasi mengenai budaya kerja asli di dalam BUMN masih tertutup dan sulit dipercayai kebenarannya.				
29	Besarnya kontribusi sosial BUMN tidak membuat saya merasa lebih tertarik untuk melamar kerja di perusahaan tersebut.				
30	Saya merasa bangga bergabung dengan organisasi yang secara nyata menyisihkan keuntungannya untuk program beasiswa.				
31	Saya percaya atasan di BUMN memiliki peran sebagai mentor yang membimbing juniornya secara maksimal.				
32	Saya khawatir budaya birokrasi di BUMN akan menghambat komunikasi terbuka antara atasan dan bawahan.				
33	Saya merasa sistem kerja di BUMN mendukung adanya transfer ilmu dari karyawan senior secara efektif.				
34	Saya merasa karyawan baru di BUMN cenderung dibiarkan belajar sendiri tanpa dukungan bimbingan yang memadai.				
35	Saya merasa persaingan antar karyawan di BUMN dapat menghambat proses berbagi pengetahuan yang tulus.				
36	Saya percaya kerja di BUMN akan memberikan akses ke jaringan profesional yang sangat luas.				

Skala Penelitian *Employer branding*

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa pelatihan di BUMN seringkali hanya sekedar formalitas dan kurang meningkatkan keahlian.				
2	Saya merasa jalur karier di BUMN cenderung kaku dan sulit diprediksi oleh karyawan muda.				
3	Saya merasa citra BUMN di mata publik masih kental dengan sistem manajemen yang lambat dan kurang berkembang.				
4	Saya memiliki kekhawatiran bahwa faktor koneksi atau orang dalam masih menjadi penentu utama kelulusan seleksi di BUMN.				
5	Saya merasa kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan BUMN hanya bertujuan untuk pencitraan perusahaan semata.				
6	Komitmen BUMN dalam menjalankan program bantuan sosial dan lingkungan membuat saya tertarik untuk berkontribusi di sana.				
7	Saya khawatir kemampuan saya tidak akan berkembang secara maksimal jika bekerja di instansi BUMN.				
8	Saya beranggapan bahwa kenaikan jabatan di BUMN lebih didasarkan pada masa kerja				
9	Saya merasa BUMN dikenal secara luas sebagai instansi yang memiliki standar etika kerja dan profesionalisme yang tinggi.				
10	Popularitas BUMN di mata masyarakat lebih disebabkan oleh statusnya sebagai usaha milik negara daripada kualitas kinerjanya.				
11	Saya merasa sangat aman untuk merencanakan masa depan jangka panjang jika berhasil diterima bekerja di instansi BUMN.				
12	Saya merasa ragu dengan janji kesejahteraan yang ditawarkan BUMN mengingat beban kerja yang dipersepsikan cukup tinggi.				
13	Menurut saya program bantuan sosial BUMN tidak memberikan dampak jangka panjang bagi masyarakat.				

14	Saya melihat BUMN sebagai institusi yang memiliki kepedulian tinggi terhadap pembangunan masyarakat Indonesia.				
15	Saya yakin BUMN sangat mendukung karyawannya untuk mengikuti seminar atau sertifikasi guna meningkatkan keahlian.				
16	Saya merasa beban kerja di BUMN cenderung berulang-ulang sehingga kurang memberikan tantangan untuk belajar hal baru.				
17	Sistem penilaian kerja di BUMN yang transparan memberikan keyakinan bagi saya untuk mencapai posisi manajerial.				
18	Saya khawatir struktur organisasi BUMN yang besar justru membuat peluang untuk menonjol menjadi sangat kecil.				
19	Banyaknya pemberitaan negatif di media massa mengenai tata kelola BUMN menurunkan minat saya untuk melamar ke sana.				
20	Saya percaya BUMN adalah tempat kerja yang menawarkan stabilitas ekonomi dan keamanan kerja yang sangat terjamin.				
21	Saya merasa informasi mengenai budaya kerja asli di dalam BUMN masih tertutup dan sulit dipercayai kebenarannya.				
22	Besarnya kontribusi sosial BUMN tidak membuat saya merasa lebih tertarik untuk melamar kerja di perusahaan tersebut.				
23	Saya merasa bangga bergabung dengan organisasi yang secara nyata menyisihkan keuntungannya untuk program beasiswa.				
24	Saya khawatir budaya birokrasi di BUMN akan menghambat komunikasi terbuka antara atasan dan bawahan.				
25	Saya merasa sistem kerja di BUMN mendukung adanya transfer ilmu dari karyawan senior secara efektif.				
26	Saya merasa karyawan baru di BUMN cenderung dibiarkan belajar sendiri tanpa dukungan bimbingan yang memadai.				

27	Saya merasa persaingan antar karyawan di BUMN dapat menghambat proses berbagi pengetahuan yang tulus.				
28	Saya percaya kerja di BUMN akan memberikan akses ke jaringan profesional yang sangat luas.				



Lampiran 2. Tabulasi *Employer Branding Try Out*

N O	A 1	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 1	A 2	A 2	A 1	A 1	A 2	A 2	A 1	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1
1	4	1	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	4	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	1	2	3	1	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	3	2	3	2	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	4	4	
5	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	
6	3	1	3	1	1	2	1	1	3	2	3	3	2	3	3	1	2	1	1	2	3	2	1	3	3	4	2	1	3	2	2	1	3	2	3	3	
7	4	3	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	1	3	2	2	4	
8	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	2	2	2	1	3	3	1	1	3	3	4	4	3	3	1	1	1	3		
9	4	3	3	1	4	4	2	2	3	3	4	1	3	2	2	2	2	3	2	1	4	1	2	2	2	3	3	1	1	4	4	3	2	3	3		
10	3	3	3	3	4	1	3	4	2	3	2	3	1	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	1	3	2	4	2	2	1	2	
11	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3		
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
13	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	
14	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
16	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	
17	4	2	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	4	2	1	3	4	2	4	2	4	2	4	2	1	3	4	2	4	2	1	3	
18	4	3	4	3	3	1	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	
19	4	4	4	4	1	1	1	4	1	1	4	3	3	1	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	
20	2	2	2	1	2	2	1	1	3	4	2	2	3	4	1	2	2	1	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	
21	1	4	1	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	1	2	2	2	1	1	3	3	
22	3	4	3	4	4	3	1	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	
23	3	3	3	3	4	3	1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	2	2	3	3	3		
24	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	1	4	3	4	3	3	4	
25	3	3	3	3	1	2	1	1	3	3	1	2	4	4	2	1	3	2	4	4	1	2	1	3	4	3	2	1	2	1	3	4	2	3	2	3	
26	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4		
27	3	3	3	4	4	3	1	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	
28	3	2	3	2	2	4	1	1	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	4	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	3	
29	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
30	3	3	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Skala Employer Branding Sebelum Item Dibuang

Reliability Statistics				
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	.913	36		

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	100.77	229.013	.284	.912
V2	101.03	221.551	.515	.910
V3	100.90	229.886	.248	.913
V4	101.17	218.489	.592	.908
V5	101.23	216.185	.612	.908
V6	101.13	226.947	.294	.913
V7	101.83	230.489	.105	.917
V8	101.23	216.875	.547	.909
V9	101.20	226.166	.331	.912
V10	101.20	225.200	.370	.911
V11	100.90	227.610	.291	.912
V12	101.13	223.154	.533	.910
V13	101.20	220.786	.497	.910
V14	100.93	230.547	.188	.913
V15	100.97	224.102	.436	.911
V16	101.10	220.714	.480	.910
V17	100.87	223.154	.533	.910
V18	101.27	219.444	.560	.909
V19	101.27	219.789	.482	.910
V20	101.23	218.254	.643	.908
V21	100.80	224.510	.397	.911
V22	101.13	217.223	.684	.907
V23	101.17	218.351	.627	.908
V24	100.97	221.137	.597	.909
V25	101.00	228.000	.281	.913
V26	101.00	224.207	.444	.911
V27	100.90	225.679	.462	.910
V28	101.37	212.861	.797	.905
V29	101.37	221.206	.459	.910
V30	101.20	221.407	.497	.910
V31	101.10	229.679	.220	.913
V32	101.00	224.138	.362	.912
V33	101.13	221.568	.508	.910
V34	101.23	217.978	.624	.908
V35	101.20	221.821	.459	.910
V36	100.87	228.947	.398	.911

Setelah Item Dibuang

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	28

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V2	77.60	177.352	.553	.918
V4	77.73	174.754	.622	.917
V5	77.80	173.614	.602	.917
V8	77.80	172.993	.583	.918
V9	77.77	181.840	.352	.921
V10	77.77	182.944	.303	.922
V12	77.70	179.321	.549	.919
V13	77.77	177.220	.509	.919
V15	77.53	181.568	.384	.921
V16	77.67	176.713	.508	.919
V17	77.43	180.392	.493	.919
V18	77.83	175.730	.584	.918
V19	77.83	175.178	.536	.919
V20	77.80	176.166	.601	.918
V21	77.37	181.757	.356	.921
V22	77.70	172.907	.749	.915
V23	77.73	176.616	.569	.918
V24	77.53	176.189	.681	.917
V26	77.57	179.909	.476	.919
V27	77.47	182.602	.423	.920
V28	77.93	169.789	.825	.914
V29	77.93	177.651	.468	.920
V30	77.77	178.944	.458	.920
V32	77.57	179.289	.411	.921
V33	77.70	178.976	.473	.920
V34	77.80	174.234	.657	.917
V35	77.77	176.875	.523	.919
V36	77.43	185.289	.366	.921

Lampiran 4. Skala Minat Melamar Kerja

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa prinsip kejujuran dan tanggung jawab yang saya pegang sangat sejalan dengan nilai Amanah di BUMN.				
2	Nilai-nilai budaya organisasi di BUMN terasa kurang cocok dengan kepribadian dan gaya hidup saya sehari-hari.				
3	Saya berminat melamar di BUMN karena percaya perusahaan tersebut memiliki program pelatihan yang unggul.				
4	Menurut saya BUMN bukan tempat yang tepat jika saya ingin mencari tantangan untuk meningkatkan potensi diri.				
5	Standar gaji yang kompetitif di BUMN menjadi faktor utama yang mendorong saya untuk melamar kerja di sana.				
6	Besaran gaji yang ditawarkan BUMN menurut saya kurang menarik bagi mahasiswa tingkat akhir seperti saya.				
7	Saya tertarik melamar ke BUMN karena mempersepsikan hubungan antar karyawan di sana sangat suportif.				
8	Hubungan kerja yang bersifat birokratif di BUMN membuat saya kurang berminat untuk mendaftar.				
9	Saya merasa standar etika yang kaku di BUMN akan membatasi cara saya bekerja secara profesional.				
10	Budaya kerja di BUMN yang menekankan kolaborasi membuat saya sangat tertarik untuk memulai karier di sana.				
11	Saya ragu melamar ke BUMN karena merasa kemampuan saya tidak akan berkembang secara maksimal di sana.				
12	Kesempatan untuk mengasah keahlian baru di BUMN menjadi alasan utama saya ingin berkarier di sana.				

13	Saya kurang tertarik melamar kerja ke BUMN karena menganggap bonus dan insentifnya tidak terlalu besar.				
14	Saya berniat melamar ke BUMN karena percaya sistem pengupahan jauh lebih baik dibanding perusahaan lain.				
14	Saya ragu melamar ke BUMN karena khawatir dengan budaya kerja yang terkesan kaku dan terlalu senioritas.				
16	Suasana kerja yang kekinian dan dinamis di BUMN menjadi daya tarik utama bagi saya untuk melamar.				
17	Saya bersemangat melamar ke BUMN karena ingin menyelaraskan tujuan karier saya dengan pembangunan negara.				
18	Saya merasa tujuan jangka panjang saya tidak akan tercapai jika saya bekerja di instansi milik negara.				
19	Adanya jenjang karier yang jelas di BUMN membuat saya sangat tertarik untuk mengirim lamaran kerja.				
20	Sistem promosi di BUMN yang dipersepsikan kaku membuat saya kurang tertarik untuk berkarier di sana.				
21	Adanya jaminan hari tua di BUMN membuat saya sangat yakin untuk mendaftarkan diri.				
22	Fasilitas non-finansial (seperti asuransi/tunjangan) di BUMN tidak terlalu mempengaruhi minat saya untuk melamar.				
23	Fasilitas kantor yang modern dan lengkap di BUMN meningkatkan keinginan saya untuk memulai karier di sana.				
24	Saya merasa teknologi yang digunakan di BUMN belum cukup modern sehingga saya kurang berminat melamar.				
25	Visi BUMN untuk memberikan dampak sosial yang luas memotivasi saya untuk menjadi bagian dari perusahaan tersebut.				

26	Tujuan hidup saya adalah mencari keuntungan finansial pribadi yang cepat, yang kurang relevan dengan misi BUMN.				
27	Saya melihat BUMN sebagai tempat yang menawarkan stabilitas dan kemajuan posisi yang terjamin.				
28	Saya merasa kenaikan jabatan di BUMN sulit dicapai sehingga minat saya untuk melamar menjadi berkurang.				
29	Saya tertarik bergabung dengan BUMN karena adanya jaminan kesejahteraan kesehatan yang lengkap bagi karyawan.				
30	Saya merasa tunjangan yang diberikan BUMN tidak cukup untuk menjamin kenyamanan ekonomi jangka panjang.				
31	Keinginan saya melamar ke BUMN didorong oleh persepsi bahwa lingkungan fisiknya sangat nyaman.				
32	Kondisi lingkungan kerja di BUMN yang dianggap kurang fleksibel menurunkan minat saya untuk melamar.				

Lampiran 5. Tabulasi Minat Melamar Kerja

N O	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	
1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2	
3	3	4	3	4	3	3	3	4	1	2	1	1	2	1	2	4	3	3	4	3	1	3	3	3	1	3	2	4	3	3	1	2	3	1	
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	1	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	
5	3	4	3	2	4	4	2	2	1	2	1	3	4	4	1	2	2	2	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	
6	2	1	3	2	1	3	1	1	2	1	2	2	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	1	1	1	
7	4	3	4	1	4	2	3	2	1	4	2	4	3	4	3	4	4	2	4	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	
8	4	3	4	3	4	4	3	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	
9	4	2	2	2	2	1	3	3	2	1	2	1	2	3	3	1	3	3	1	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	
10	4	1	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	1	3	2	4	3	1	4	2	2	2	4	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	
14	2	2	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	4	3	2	3	2	4	2	3	3	3	1	3	4	3	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
16	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
17	4	2	4	2	4	2	4	2	1	3	1	3	1	3	1	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4
18	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	1	1	1	1	
19	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	
20	3	2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	
21	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	1	2	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	
22	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	
23	3	3	3	4	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	
24	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	
25	3	3	3	3	1	2	1	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	4	3	
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	1	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	
27	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
29	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
30	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	

Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas dan Validitas Skala Minat Melamar Kerja

Reliability Statistics				
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	.934	32		

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V37	93.53	225.154	.452	.933
V38	93.90	218.024	.643	.931
V39	93.73	226.961	.387	.934
V40	93.83	216.420	.589	.932
V41	93.83	221.730	.460	.933
V42	93.80	221.062	.562	.932
V43	93.73	223.582	.452	.933
V44	94.00	216.414	.706	.931
V45	94.10	216.024	.582	.932
V46	94.00	220.621	.560	.932
V47	93.93	214.478	.627	.931
V48	94.03	225.068	.322	.935
V49	93.83	220.213	.454	.934
V50	93.80	225.407	.367	.934
V51	93.93	214.064	.692	.930
V52	93.97	223.620	.391	.934
V53	93.63	222.033	.521	.933
V54	93.63	216.378	.632	.931
V55	93.77	226.323	.317	.935
V56	93.67	220.644	.559	.932
V57	93.67	221.195	.535	.932
V58	93.80	217.062	.744	.930
V59	93.67	221.885	.505	.933
V60	93.90	220.990	.549	.932
V61	93.70	220.079	.597	.932
V62	93.70	217.114	.689	.931
V63	93.57	222.944	.579	.932
V64	93.70	221.597	.565	.932
V65	93.67	225.333	.446	.933
V66	93.90	214.093	.650	.931
V67	93.97	218.654	.591	.932
V68	93.93	219.651	.487	.933

Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian Employer Branding

NO	A 2	A 2	A 2	A 2	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 1	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1
1	2	2	2	2	2	3	4	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3
2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3
3	3	3	4	2	3	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	2	3	2	3	3	2	4	1	4	3	1	4	4	3	3	3	2	3	1	2	2	2	3	2	2	4
5	2	2	2	1	3	3	3	1	3	2	2	1	2	3	4	3	3	1	2	3	2	2	4	2	4	2	2	3
6	3	3	4	3	3	1	4	2	4	2	2	3	3	3	4	3	3	1	2	4	2	4	3	3	3	3	4	3
7	1	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3
8	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4
10	3	2	3	2	2	2	1	3	4	2	4	2	1	2	4	3	4	1	2	1	2	4	4	3	2	4	1	2
11	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3
12	1	2	2	3	2	3	2	4	4	1	4	3	2	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	4	2	3	4
13	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
14	4	4	3	3	4	2	4	3	1	3	1	4	3	1	2	4	3	3	3	1	4	3	2	4	2	4	3	1
15	3	4	3	4	4	1	4	3	2	4	1	3	3	1	2	4	2	4	3	1	4	4	1	4	2	3	3	2
16	2	3	2	1	2	3	3	2	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3
17	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3
18	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	4	2	1	4
19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4	4	4	4	4
22	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	1	3	1	4	2	1	1	4	1	2	4	1	2	2	2	3	3	3
23	3	3	3	3	4	4	3	4	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	2	1	4	2	2	2	2	3	1	4
24	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
25	4	3	3	2	4	2	1	4	4	4	1	3	2	2	2	1	1	2	3	2	4	4	2	2	4	2	4	4
26	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4

27	4	2	4	2	3	3	4	2	2	2	2	1	4	4	1	2	1	1	4	3	4	2	1	1	1	2	3	4	
28	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	1	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	
29	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	
30	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	
31	3	2	3	3	3	1	2	3	2	3	4	3	1	2	2	3	3	4	2	2	1	3	3	4	2	2	3	4	
32	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
33	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	
34	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
35	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	
36	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	
37	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	1	4	3	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	
38	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	
39	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	2	4	
40	2	4	4	3	4	2	1	2	2	2	1	3	4	4	3	3	2	1	4	4	4	1	1	2	2	2	4	3	
41	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	4	1	2	2	2	3	1	3	
42	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	
43	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
44	2	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	1	2	1	4	2	2	1	2	2	3	3	
45	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	
46	4	3	3	3	3	1	1	3	2	1	2	2	3	2	3	1	4	4	1	2	3	1	1	1	1	2	4	4	
47	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
48	3	2	4	2	3	4	4	1	1	3	4	4	2	1	2	2	2	3	3	3	4	1	3	2	2	4	2	4	
49	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	1	3	2	1	1	4	4	2	2	3	4	3	2	1	2	3	
50	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	
51	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	1	4	1	2	1	4	1	2	4	1	1	1	1	4	1	4	
52	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	1	4	2	1	2	4	1	2	4	1	2	1	2	3	1	4	
53	3	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	3	1	1	3	4	3	4	1	1	1	4	1	1	2	2	2	2	
54	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	
55	4	1	3	3	4	4	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	1	3	4	4	4	1	1	
56	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	1	3	1	1	2	3	1	1	3	1	2	1	3	1	2	4	

57	4	3	3	1	3	4	4	4	2	3	4	1	2	2	1	1	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3
58	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
59	3	3	2	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	2	1	3	3	4	3	1	1	2	1	1	2	4	2	3
60	3	3	3	3	3	2	1	4	2	1	2	1	3	1	4	1	1	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
61	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
62	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
63	3	2	3	4	1	2	1	3	4	3	4	2	2	2	2	4	1	3	2	2	3	2	2	2	1	1	4	4
64	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4
65	3	3	2	3	1	2	2	4	4	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	4	3	1	1	2	1	2	4	4
66	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	1	2	2	1	3	2	2	3	1	4
67	3	3	2	4	1	1	3	1	1	1	1	2	4	4	3	2	4	3	3	4	2	2	1	1	1	2	3	4
68	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
69	3	2	3	3	1	2	2	3	4	3	2	1	3	4	1	2	2	1	4	4	4	1	1	1	3	4	1	3
70	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	1	3	2	1	2	1	4	1	4
71	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
72	4	3	1	4	2	1	1	4	4	3	4	3	1	2	3	3	3	4	2	2	3	2	1	3	2	4	2	1
73	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	1	3	3	4	2	2	1	2	2	4	4
74	3	3	3	1	4	4	4	2	2	4	4	2	3	4	3	1	2	2	3	2	1	3	1	2	1	1	4	2
75	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	1	2	1	3	4
76	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	2	1	2	1	3	3	2	3	2	1	2	2	2	1
77	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	1	2	1	1	4	1	4
78	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	1	2	1	3	4
79	3	2	3	2	3	3	3	1	2	3	2	1	2	1	3	4	3	2	2	2	1	4	4	4	2	1	3	4
80	3	4	4	3	3	4	2	3	3	1	1	4	3	3	4	3	3	3	1	2	2	3	4	3	4	3	1	1
81	4	2	3	1	4	3	4	2	2	2	2	1	3	1	3	4	3	2	3	3	4	1	1	3	3	4	4	4
82	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	2	1	3	1	1	2	1	3	4
83	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
84	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
85	2	3	4	2	4	4	4	2	4	1	1	2	3	3	4	3	2	2	2	1	1	4	3	4	3	3	1	4
86	3	3	4	1	2	2	4	1	2	2	2	1	4	3	2	1	1	2	4	3	2	3	1	1	1	2	4	3

87	4	3	4	3	1	2	2	4	3	1	1	3	2	4	2	4	3	3	1	3	2	1	2	4	3	2	4	3
88	1	2	3	2	1	2	1	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	4	4
89	4	3	2	3	3	4	2	4	4	2	2	1	3	2	4	4	3	4	1	3	3	1	1	2	1	2	3	3
90	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	4	3	1	2	4	4	2	3	3
91	2	3	4	3	2	1	1	3	3	2	1	2	4	4	1	1	2	4	2	2	4	2	1	2	2	1	4	3
92	4	3	4	1	2	3	4	2	4	1	4	3	4	1	2	2	3	3	3	2	1	3	1	2	1	1	3	3
93	4	4	3	2	3	4	3	2	1	2	1	1	4	3	1	2	1	2	2	2	1	3	3	4	3	4	3	4
94	3	4	3	4	3	1	1	2	2	4	3	2	4	4	1	2	1	2	1	3	4	2	1	1	2	2	4	3
95	3	4	3	3	2	2	2	4	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	2	2	1	3	4	3	4	3	2	3
96	2	2	3	1	3	3	4	2	2	1	3	4	2	1	4	3	4	4	2	4	3	2	2	1	1	3	2	4
97	2	4	1	4	2	2	3	4	3	2	2	3	1	2	4	3	3	4	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2
98	2	3	3	4	1	3	3	1	1	2	2	2	3	1	3	3	4	4	2	2	1	3	3	4	3	4	1	2
99	2	3	1	2	3	4	3	1	2	1	2	2	2	1	4	3	3	4	2	1	1	3	4	4	3	3	1	1
100	2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	2	4	3	1	2	4	4	2	2	2	2	2	1	1	2	4	3
101	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
102	3	2	4	1	3	2	2	3	4	4	4	3	2	1	4	4	2	1	3	4	4	2	1	1	1	2	3	4
103	3	1	3	2	4	3	3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	2	4	1	3	2	3	4	3	1	2	1	3
104	2	3	3	3	1	2	4	2	3	4	3	1	3	2	2	4	4	4	1	2	3	1	3	3	3	3	1	4
105	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	4	1	1	2	4	1	1	4	1	1	2	1	4	4	4
106	3	3	2	4	2	2	4	2	1	1	2	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	3	4	2	2	2	4	4
107	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
108	3	2	4	2	2	2	1	4	3	4	3	3	4	3	1	2	1	3	1	3	4	1	1	2	1	1	3	4
109	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
110	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	1	3	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	4
111	4	2	4	1	3	4	4	2	1	1	2	3	1	1	3	1	2	3	1	1	3	2	1	1	1	2	3	4
112	3	1	3	3	4	4	3	4	2	2	1	3	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	2	4	3
113	4	3	4	3	2	2	3	2	4	3	1	2	3	2	4	4	2	3	2	1	3	1	2	3	4	3	3	4
114	2	4	1	3	1	1	3	4	4	1	3	2	4	2	3	4	3	4	1	1	2	3	3	3	4	4	2	3
115	3	4	4	3	4	3	3	1	1	2	1	1	4	4	2	1	2	2	3	2	4	2	4	4	2	1	4	3
116	3	2	3	1	3	1	1	3	2	3	4	1	4	3	1	2	4	3	3	3	4	3	1	2	1	1	3	2

117	2	4	3	4	3	3	2	3	4	2	2	4	3	1	2	1	2	3	1	2	2	4	3	4	4	3	4	3	
118	2	3	3	3	4	4	3	3	2	1	2	1	4	4	3	2	3	3	2	4	3	1	2	2	1	2	2	4	
119	3	2	3	4	3	1	1	3	3	3	2	2	4	3	1	2	2	3	1	1	2	3	3	3	4	2	2	2	
120	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	
121	2	4	2	3	1	2	3	3	1	2	1	4	4	4	2	4	3	3	1	1	3	1	3	4	2	1	3	3	
122	2	4	3	4	1	2	2	4	3	2	3	3	3	1	3	3	1	2	3	1	3	4	3	4	3	4	1	2	
123	3	4	2	4	3	3	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	1	2	1	1	2	2	2	4	3	3	2	4	
124	2	3	3	2	4	2	2	4	2	3	4	2	4	2	4	3	3	4	2	1	2	3	4	4	3	3	1	2	
125	3	2	4	2	3	3	4	2	3	4	2	3	4	3	1	1	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	
126	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	
127	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	1	2	2	4	3	4	1	2	4	3	4	1	3	
128	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	1	4	
129	2	4	3	4	1	3	4	3	1	2	2	2	4	1	2	1	3	2	4	4	3	2	1	2	1	3	2	4	
130	1	4	2	3	1	2	4	3	1	1	2	1	2	2	2	4	2	4	1	2	2	4	3	4	4	3	2	3	
131	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	1	2	3	1	2	4	3	1	3	2	4	1	2	3	3	1	2	3	
132	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	2	1	2	2	4	4	
133	4	3	3	3	3	3	4	1	2	2	1	2	4	3	2	1	2	1	4	3	2	4	3	3	4	4	2	3	
134	2	4	2	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	
135	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	
136	3	3	4	4	1	1	4	2	1	3	3	3	2	1	4	2	3	3	4	3	4	1	1	2	2	2	4	4	
137	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
138	3	2	3	1	4	3	3	1	1	1	2	1	4	2	1	2	2	3	4	4	3	2	1	2	2	1	4	3	
139	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	
140	3	4	2	4	3	1	3	1	1	2	2	1	4	3	2	1	1	3	1	2	3	2	1	1	2	4	1	3	
141	2	4	2	4	2	1	3	4	2	4	4	4	2	1	4	3	1	2	4	4	3	3	3	4	4	4	1	3	
142	3	3	3	4	3	4	4	1	1	1	2	4	1	3	1	1	1	3	1	1	4	1	2	1	2	4	1	3	
143	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	
144	1	2	3	3	4	4	4	2	1	2	1	2	4	4	1	2	1	1	3	4	4	2	1	1	1	2	4	3	
145	3	3	3	3	3	1	2	4	4	2	1	1	4	3	2	1	1	2	4	4	2	4	4	2	1	2	3	4	
146	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

147	3	2	4	2	3	2	4	1	3	4	2	2	4	4	1	1	1	2	3	4	3	1	1	2	1	1	3	4
148	4	3	4	4	4	2	4	3	1	3	1	3	4	3	1	1	3	4	1	1	1	4	2	1	2	2	4	3
149	2	4	3	2	3	1	1	4	2	1	1	3	2	3	2	3	1	3	4	3	3	1	1	1	2	2	3	4
150	3	3	4	3	2	2	4	1	1	4	4	4	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3
151	4	2	4	4	3	1	2	3	2	2	1	2	4	2	4	4	2	4	1	2	2	4	4	4	4	3	2	4
152	3	4	4	3	2	1	1	3	1	1	3	4	3	1	4	3	4	4	2	1	2	4	3	1	1	1	3	4
153	3	4	2	4	1	2	2	4	3	1	1	2	3	3	1	1	2	4	3	3	3	2	1	3	4	4	4	4
154	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	1	1	4	3	1	2	1	4	1	2	2	4	4	4	1	2	4	4
155	3	3	4	4	1	3	3	1	2	4	4	2	4	4	2	2	2	1	3	1	1	2	1	1	1	3	3	3
156	2	4	2	2	3	1	3	3	4	4	3	3	1	1	3	3	3	3	1	2	1	4	3	4	3	3	1	1
157	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	1	2	4	2	3	2	2	1	4	2	1	4	2	2	2	1	3	4
158	3	4	2	4	4	4	3	2	4	4	3	3	1	2	3	4	4	4	2	1	2	4	3	3	4	3	2	1
159	2	3	4	1	4	3	3	2	2	1	2	4	2	3	1	3	4	3	2	1	3	1	2	2	2	4	1	3
160	2	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	1	3	1	4	1	1	2	3	1	1	4	1	1	1	1	3	4
161	3	4	3	4	1	3	3	1	2	2	2	2	4	2	3	2	2	1	4	3	3	2	2	3	3	4	1	4
162	2	4	1	3	2	1	1	3	3	3	3	4	1	1	4	3	3	4	2	1	1	3	3	2	2	2	3	4
163	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	1	3	2	4	3	3	1	2	4	3	3	3	4	3	2	4
164	2	4	2	3	1	1	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	2	1	2	4	4	4	3	3	4	3
165	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
166	2	4	4	3	2	4	3	3	1	1	1	1	3	1	4	1	3	3	4	3	3	2	2	1	1	2	2	4
167	3	4	2	3	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
168	3	1	3	3	2	1	3	1	1	1	2	4	1	3	1	1	1	3	3	4	3	2	4	3	4	4	2	4
169	3	2	3	1	3	4	4	2	1	1	2	1	4	3	2	1	1	2	4	3	4	1	1	2	1	1	3	3
170	3	4	2	3	2	2	3	1	2	1	2	4	1	3	2	2	2	2	4	4	1	3	4	3	1	2	3	3
171	1	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4
172	3	4	2	4	2	3	3	1	2	2	1	3	2	4	1	1	2	2	1	1	1	3	4	1	2	1	1	4
173	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4
174	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
175	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	4	4
176	2	4	1	3	3	2	1	3	1	1	2	1	4	3	4	2	1	1	3	4	1	4	3	1	2	1	4	4

177	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	3	1	3	4	1	3	4	3	1	4	4	1	2	1	3	1	3	4
178	3	1	4	2	4	4	3	2	3	3	4	4	2	4	1	2	1	1	3	3	4	1	1	2	4	4	4	4
179	1	3	3	1	2	4	3	3	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	2	1	1	1	1	2	4	3	3
180	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
181	3	2	4	2	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
182	3	3	1	4	3	4	4	2	4	4	4	4	1	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4
183	2	4	1	3	1	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	3	4	1	2	2	4	4	3	4	4	3	4
184	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
185	3	3	1	4	2	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	4
186	3	2	4	2	4	4	3	2	4	3	4	4	2	3	3	2	4	4	1	4	3	2	4	3	3	4	2	4
187	2	4	2	3	1	2	2	4	4	3	3	3	1	1	3	4	1	2	3	4	3	1	1	2	2	1	4	3
188	3	4	3	4	3	1	1	3	2	2	2	1	4	2	3	2	1	2	3	1	1	3	2	1	2	2	4	4
189	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
190	2	4	2	4	2	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	1	3	4	2	3	3	4	4	3	3
191	2	4	1	2	1	1	3	2	1	2	2	1	4	3	1	1	1	1	3	1	2	3	4	4	4	4	2	3
192	3	4	3	4	3	1	2	4	4	4	3	4	1	3	1	1	2	2	4	2	4	1	1	2	1	2	3	4
193	1	3	2	4	1	2	2	4	4	4	3	4	2	2	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	4	3	1	4
194	2	1	4	2	3	4	4	2	2	1	1	1	3	3	1	1	2	4	1	1	2	3	4	4	4	4	2	4
195	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
196	3	4	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
197	3	2	4	1	4	3	4	1	2	2	1	1	4	3	2	1	1	2	4	4	4	2	2	1	1	3	1	4
198	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3
199	2	4	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	3	1	4	3	4	4	2	1	1	4	3	3	4	4	4	4
200	2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4
201	2	3	2	3	2	2	4	1	2	1	2	3	1	3	1	1	2	2	1	1	4	1	1	1	2	3	1	4
202	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	1	3	3	4	1	2	2	4	2	4	4	3	4	4
203	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	1	1	4	2	3	1	2	2	4	4	4	3
204	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	3	1	4	4	3	3	3	3
205	3	4	2	4	1	1	2	4	4	3	4	4	2	1	4	4	3	4	1	2	1	4	3	4	4	3	2	4
206	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4

207	3	1	4	2	4	4	3	2	1	1	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
208	2	4	1	4	2	2	1	4	3	4	4	3	2	1	4	2	4	4	2	2	1	4	4	3	4	3	4	4
209	2	3	1	4	2	1	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	4	4	2	1	1	4	3	4	4	3	1	2
210	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	1	4	4	2	3	4	4	2	3	4
211	2	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	2	3	4	2	4	2	3	4	4	3
212	2	3	1	4	1	2	1	4	3	3	4	3	4	4	2	1	1	3	2	2	4	1	1	1	2	4	1	3
213	4	2	3	3	4	4	3	1	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	1	2	2	3	4
214	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4
215	2	4	4	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	2	2	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4
216	3	2	3	3	1	3	4	2	1	2	2	2	4	4	2	4	4	3	2	1	2	2	2	2	3	4	2	3
217	2	4	4	3	1	1	3	1	1	1	2	4	1	3	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	2	3	1	3
218	2	3	1	3	1	1	1	3	4	3	4	4	2	3	2	3	4	4	1	3	3	1	1	1	2	2	2	4
219	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	2	4	2	4	4
220	3	2	3	4	1	3	3	1	3	1	2	3	1	3	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	4	4
221	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	1	4	4	4	4	3	4	3
222	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4
223	3	4	2	3	1	2	1	4	4	3	4	4	2	2	1	1	2	2	4	4	3	1	1	2	2	1	3	3
224	3	4	2	4	2	1	1	4	2	4	4	3	2	1	4	4	3	4	1	1	2	4	4	4	3	4	4	4
225	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	1	3	3	4	3	4	2	1	1	4	4	4	4	4	1	2
226	3	3	2	3	4	3	4	2	1	2	1	1	4	3	1	1	1	2	3	4	4	1	1	1	2	1	4	3
227	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	4	3	3	4	4	1	4	4	1	1	1	1	1	4	4
228	4	4	3	4	3	4	3	1	2	1	1	2	4	3	1	4	4	3	2	1	1	4	4	4	3	4	3	4
229	2	2	4	2	3	4	4	2	1	1	2	1	4	3	1	1	1	2	3	4	4	2	2	1	2	1	4	4
230	3	2	1	4	1	1	2	4	4	4	3	3	2	2	4	2	3	4	3	1	2	3	3	4	3	4	4	4
231	1	3	2	3	1	1	2	4	4	4	3	3	1	1	3	3	4	4	1	1	2	3	4	4	3	4	3	4
232	2	2	4	1	4	4	4	2	1	2	1	2	4	3	1	1	1	2	4	4	3	1	1	1	2	1	4	3
233	2	4	2	4	1	1	2	4	4	4	3	4	1	1	3	3	4	4	2	1	2	4	4	4	2	3	4	4
234	3	3	1	4	1	1	1	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	1	2	2	3	2	1	3	3	2	4
235	3	1	3	1	3	4	3	1	1	1	2	1	3	4	1	1	2	2	4	4	3	2	1	1	3	4	1	2
236	1	4	2	2	2	2	1	4	3	3	1	1	4	3	1	1	1	3	2	1	1	4	2	1	3	3	4	4

237	3	4	1	3	2	1	1	3	3	3	4	4	2	1	4	3	4	4	2	1	1	4	3	4	4	4	2	4
238	2	3	1	3	1	2	2	4	4	4	3	3	2	1	4	3	3	4	1	1	2	4	4	3	3	4	1	3
239	2	2	3	2	1	1	3	1	3	3	4	3	1	1	4	4	3	4	1	1	2	1	3	1	3	2	1	3
240	2	3	4	3	1	3	4	2	3	1	1	1	3	4	2	2	1	1	3	3	4	2	1	2	2	1	4	4
241	2	2	3	1	4	3	4	1	2	2	1	1	3	4	1	2	1	1	4	3	4	1	2	1	1	2	2	3
242	3	1	3	1	3	4	2	1	2	2	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	4	2	2	2	1	3	2	2
243	4	4	3	2	4	3	4	2	2	1	1	1	4	3	1	1	1	3	2	1	1	4	3	4	4	4	1	2
244	3	2	4	1	3	4	4	2	1	1	2	1	3	4	2	1	2	1	3	3	3	2	2	1	3	1	3	4
245	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
246	2	4	3	2	2	4	4	3	1	2	2	1	4	4	2	1	1	1	3	3	4	1	1	1	1	2	4	4
247	2	2	2	3	2	4	4	1	1	2	2	1	4	4	2	1	2	2	3	4	4	1	2	1	2	2	3	3
248	1	3	1	4	2	2	1	4	4	4	4	3	2	1	4	3	4	3	1	1	2	4	2	1	2	1	3	4
249	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
250	2	3	1	4	1	1	2	4	3	4	4	3	1	3	4	4	3	4	1	2	1	3	4	4	4	3	2	2
251	2	2	3	2	4	4	4	1	1	1	3	1	4	4	1	2	1	2	4	4	4	1	2	1	1	1	3	4
252	2	3	2	3	1	1	3	1	2	3	4	4	2	1	4	2	1	1	3	4	4	2	1	1	2	1	3	4
253	3	3	4	3	1	1	2	4	3	4	4	4	3	4	1	2	2	4	4	4	3	2	2	1	1	2	3	4
254	1	3	2	3	1	1	2	3	4	4	3	3	1	1	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4	4	1	4
255	3	4	2	4	1	1	1	4	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	1	1	2	4	4	2	2	1	3	3
256	3	2	4	3	2	1	3	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	4	1	1	1	2	1	1	2	4	1	3
257	3	3	4	3	4	4	3	1	2	4	4	3	2	2	3	1	2	2	3	1	1	4	2	1	1	1	3	3
258	3	4	3	3	2	1	1	4	3	3	3	4	1	2	4	4	2	4	1	1	3	2	1	1	1	2	3	3
259	1	3	2	3	1	1	1	4	4	3	4	4	2	4	1	3	3	4	1	1	2	4	4	3	3	4	1	2
260	3	1	3	3	1	1	1	4	4	2	4	3	1	2	4	4	3	3	1	1	2	3	3	3	4	4	1	2
261	1	4	2	4	1	2	1	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	1	1	2	3	4	4	2	3	4	4
262	2	2	2	1	4	4	4	3	1	2	2	1	4	4	1	2	1	1	2	1	2	4	3	1	2	1	4	3
263	3	3	4	1	2	2	4	2	4	4	2	2	4	4	2	3	4	4	2	2	1	4	2	1	1	2	4	4
264	1	3	1	4	2	2	2	4	4	3	4	3	1	1	3	4	4	3	1	2	1	4	3	3	4	3	1	1
265	2	4	2	3	4	4	4	2	2	2	2	3	2	1	4	4	3	2	3	4	4	1	1	2	1	3	4	3
266	2	4	2	4	4	3	1	2	1	1	2	3	1	3	2	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	4	2	4

267	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
268	3	3	2	3	1	2	3	1	1	1	2	2	3	4	1	2	1	2	2	3	3	1	1	1	2	2	3	3
269	3	2	3	1	4	4	4	2	1	1	2	2	4	3	2	1	1	2	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4
270	3	3	3	1	3	4	4	2	1	1	2	2	3	2	4	1	3	4	2	4	3	2	2	2	1	1	3	4
271	4	4	3	4	3	4	3	1	1	1	1	4	1	3	1	2	1	4	1	1	4	1	2	2	1	3	3	4
272	3	4	1	3	1	2	1	3	1	1	2	2	4	3	4	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	1	4	3
273	3	4	2	4	2	1	1	3	3	4	4	3	2	1	4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	4	4	2	4
274	3	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
275	4	3	4	4	2	1	4	2	2	1	1	4	2	3	2	1	2	4	1	2	4	1	2	1	1	3	1	3
276	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3

Lampiran 8. Tabulasi Data Penelitian Minat Melamar Kerja

NO	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2	A 1	A 2
1	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	4	1	4	1	3	3
5	3	2	4	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	3	1	4	3	2	4	1	3	1	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2
6	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
7	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
9	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	2	1	1	1	1	3	3	4	4	1	3	3	4	1	2	3	2	3	2	1	2	3	3	1	4	1	1	4	1	3	2
11	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3
12	4	3	4	1	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	2	4	3	4	3
13	4	1	4	1	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3
14	4	2	4	2	3	3	4	2	1	2	1	3	2	4	2	3	2	1	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2
15	4	2	3	1	3	2	3	1	2	4	1	3	2	2	3	3	4	1	3	2	3	1	3	3	3	3	2	1	2	1	2	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2
18	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
20	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4

101	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	1	3	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	3	
102	4	4	4	3	3	4	3	3	2	1	1	2	3	1	2	2	4	4	3	3	4	4	2	1	1	2	1	1	2	2	2	4	
103	4	3	2	1	2	1	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	1	2	3	4	3	3	4	4	4		
104	4	3	3	4	2	3	4	3	1	2	4	4	2	2	1	1	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	1	
105	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	
106	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	2	
107	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	
108	3	3	3	3	1	1	2	2	3	3	4	4	3	2	2	1	2	2	2	4	3	4	3	1	1	1	1	2	1	2	2	1	
109	3	3	4	3	4	4	3	4	1	1	1	2	2	2	1	1	3	4	3	4	4	4	2	2	2	1	2	2	2	4	3	3	
110	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	2	2	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	1	1	3	4	1	2
111	3	3	4	4	3	2	1	2	2	1	4	4	3	2	1	1	3	4	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	
112	4	3	4	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	2	4	4	2	2	4	
113	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	
114	3	4	4	4	3	3	4	2	2	1	2	4	2	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	
115	2	4	4	3	3	4	3	3	2	1	2	1	1	2	1	1	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	
116	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	
117	4	4	3	4	1	2	2	4	2	4	2	2	2	1	2	1	2	1	4	2	1	2	4	3	2	2	2	2	2	2	1	1	
118	4	3	4	3	3	3	4	4	1	1	1	2	2	1	1	1	3	3	4	3	4	4	4	3	1	1	2	1	1	2	2	1	
119	3	4	4	4	4	3	4	3	2	1	3	2	1	3	4	3	1	1	2	1	1	3	4	4	1	2	2	1	2	2	2	1	
120	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	1	1	1	1	2	2	3	1	1	3	4	3	4	4	3	
121	2	3	1	1	2	1	2	2	3	4	4	3	4	3	3	4	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	
122	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	
123	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	4	3	3	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1		
124	3	2	2	2	2	1	1	2	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	1	1	2	4	4	1	4	2	2	3	4	2	1	2	
125	4	3	2	4	4	2	2	1	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	2	3	4	
126	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	
127	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	4	4	2	1	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3		
128	4	3	4	3	4	3	4	2	2	1	1	2	2	1	1	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	
129	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	
130	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	2	4	3	3	4	3	1	2	1	1	
131	3	4	3	3	4	3	2	1	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	
132	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	1	1	2	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	
133	2	4	3	4	4	4	3	4	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	
134	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	1	1	2	1	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	
135	4	3	3	4	3	4	3	4	1	2	2	2	2	1	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	
136	2	4	3	4	4	4	3	4	1	2	2	1	1	1	2	1	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	
137	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	1	2	1	1	1	2	1	3	4	3	3	4	3	4	3	
138	3	3	4	4	3	3	2	3	1	2	1	2	1	1	2	1	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	
139	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
140	3	4	4	4	3	4	3	4	1	1	2	1	1	2	2	1	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	

141	4	3	3	4	4	4	3	4	1	2	3	4	4	3	2	1	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	1	3	4	3	4
142	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
143	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
144	3	4	3	1	1	3	3	2	3	1	1	2	2	3	1	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
145	3	3	3	3	4	4	4	4	1	2	2	2	1	1	2	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	1	1	1	2	1	2
146	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1
147	2	4	4	3	3	4	4	3	2	1	1	1	2	3	3	1	3	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	3	4	3	1	4
148	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	1	2	2	1	3	4	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	3
149	3	3	4	4	2	1	2	1	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3
150	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	1	2	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
151	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	2	2	1	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
152	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3
153	2	3	3	4	3	3	4	4	1	2	2	1	2	1	1	1	3	4	2	2	2	1	1	2	2	1	1	3	2	1	1	3
154	3	3	3	4	4	3	1	1	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	1	2	2	1	2	2	1	1	3	2	4
155	3	2	1	2	3	4	4	3	1	1	2	2	1	2	2	1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
156	2	2	1	1	2	1	1	1	4	3	3	4	3	3	3	4	2	1	1	2	2	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1
157	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
158	2	3	2	2	1	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	1	1	2	2
159	3	4	3	3	3	3	3	4	2	1	1	1	3	1	1	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
160	2	4	3	4	4	3	4	4	2	1	2	2	1	1	2	1	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
161	3	4	3	4	3	3	4	3	2	1	1	1	2	2	1	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3
162	2	2	2	1	2	2	1	1	4	3	3	4	4	3	3	4	1	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4
163	3	3	4	3	4	4	3	4	1	2	1	1	2	1	1	1	3	3	3	4	4	2	2	1	2	1	1	1	2	2	4	3
164	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
165	4	4	3	3	4	3	4	4	2	1	2	2	1	1	2	1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
166	4	4	3	2	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
167	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	4
168	2	2	2	1	1	2	2	1	4	1	1	2	1	1	1	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	2	1	1	2	1	3	4
169	3	4	4	3	3	4	4	4	2	1	1	2	1	1	2	1	4	3	3	4	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	3
170	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	3	4
171	3	3	4	4	3	4	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
172	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	1	3	1	1	4
173	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	3
174	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
175	3	4	1	2	1	2	1	2	4	4	3	3	4	4	3	4	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	4
176	3	4	4	3	3	4	4	4	2	1	1	2	2	1	1	2	4	4	3	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1
177	2	1	1	2	1	1	2	4	1	2	2	2	1	1	1	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
178	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	1	2	4	4	2	2	1	2	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4
179	3	4	3	3	4	4	3	4	2	1	1	1	1	1	1	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	1	2	3	3	4	4	4
180	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4

181	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4		
182	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	3	4	4	3	4	3	1	2	3	1	2	1	2	2	1	2	3	2	4	3	3	3	
183	3	3	4	4	3	1	2	1	4	2	1	1	1	1	2	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
184	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	
185	3	4	4	3	3	4	1	1	3	4	4	4	3	3	4	4	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	4	4	
186	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	
187	4	4	3	3	4	3	3	4	2	2	2	1	1	1	3	3	1	1	1	2	1	1	1	4	3	3	4	2	2	1	1	2	
188	4	4	3	4	3	3	4	4	2	1	2	1	1	1	1	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	
189	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	4	
190	2	4	3	3	3	4	4	3	1	1	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	3	4
191	3	4	4	3	3	4	1	2	4	3	4	4	3	4	3	4	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	4	
192	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	3	4	
193	2	2	2	2	1	1	3	1	4	3	3	4	4	3	3	4	1	2	2	1	1	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	
194	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
195	3	4	3	4	4	4	3	4	1	1	1	1	2	1	1	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
196	4	4	3	4	4	3	4	3	1	1	2	1	1	1	1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
197	3	4	4	4	3	1	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	
198	3	4	4	3	4	4	3	4	1	2	2	1	1	1	2	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
199	1	1	1	1	2	1	1	2	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	
200	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	
201	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	4	
202	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	1	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
203	3	4	3	3	3	4	3	3	1	1	2	2	1	1	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	
204	1	2	2	2	1	2	1	1	4	3	4	4	3	4	3	3	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	4	
205	3	4	4	4	3	4	4	4	1	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	4	4	
206	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	4	
207	1	1	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	4	4	
208	4	4	3	4	3	4	4	4	2	1	1	2	1	2	1	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	
209	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	2	
210	3	3	4	4	3	2	4	4	3	1	1	1	2	2	1	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
211	4	3	3	4	4	4	3	4	1	2	1	1	2	2	1	1	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	
212	3	4	3	4	4	3	3	4	1	2	2	2	1	3	1	4	4	3	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	4	4	
213	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	4	4	
214	3	4	3	3	3	4	3	4	1	2	2	1	1	1	2	1	3	4	3	3	3	3	4	3	2	1	3	2	1	2	3	4	
215	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	1	1	2	1	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
216	3	4	4	3	4	4	3	4	1	1	3	4	4	3	3	4	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	4	4	
217	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	1	2	4	3	4	3	4	3	4	4	2	2	1	1	1	
218	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	4	1	
219	4	3	4	4	4	3	3	4	1	1	1	1	2	1	1	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	
220	2	4	3	4	4	3	4	3	2	1	1	2	2	1	1	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	

221	2	3	3	4	4	4	4	3	1	2	2	1	1	1	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	1	1	2	1	3	4
222	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	1	1	1	1	1	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	1	3	3	4	3
223	4	3	4	3	4	3	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
224	3	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	1	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	
225	3	4	4	4	4	3	4	4	2	1	2	1	2	2	1	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	
226	3	4	4	4	3	4	4	3	1	1	2	1	1	1	2	1	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
227	4	4	3	3	3	3	4	4	1	2	1	2	1	1	2	1	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
228	3	3	4	4	3	4	4	4	2	1	1	1	1	1	2	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
229	3	4	3	4	2	3	3	4	2	1	1	3	1	1	1	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
230	4	3	2	3	3	1	2	1	4	4	3	3	3	2	3	4	1	2	1	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	3	3	4
231	3	4	3	4	4	4	3	4	1	2	1	2	1	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
232	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	1	1	2	1	1	1	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
233	3	4	4	4	4	3	3	4	1	1	2	2	2	2	1	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
234	3	4	3	4	3	4	4	4	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	4	2	1	1	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4
235	4	2	2	2	2	1	1	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	2	1	1	2	2	1	2	4	3	3	4	3	3	3	4
236	2	2	1	2	1	1	2	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3	4	4	2	1	2	2	1	2	2	2	2
237	4	3	3	4	3	3	4	4	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	4	4	1	2	1	2	1	4	4
238	2	4	3	4	4	4	3	4	1	2	1	1	1	2	1	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
239	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	1	2	2	2	1	2	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3
240	2	3	4	4	3	2	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
241	3	4	4	4	3	4	4	4	2	1	1	1	2	1	1	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
242	3	1	1	1	1	1	1	2	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	3	3
243	4	4	3	4	4	4	3	4	1	1	2	2	1	1	1	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4
244	2	2	2	1	1	1	2	1	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2	4	3	3	1	2	3	2	3	1	1
245	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	1	1	1	2	1	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
246	2	1	2	1	2	1	1	1	4	3	4	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
247	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
248	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
249	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	1	1	1	1	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
250	3	4	4	2	2	1	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1
251	3	4	3	4	3	4	4	4	1	1	1	2	2	1	1	2	4	4	3	4	3	4	2	1	1	2	1	2	2	2	1	4
252	2	1	1	2	1	1	2	1	4	3	4	3	3	4	4	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
253	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	3	4
254	1	1	2	2	2	1	1	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3
255	1	2	2	3	4	4	3	4	2	1	1	2	1	2	1	1	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
256	2	3	3	4	3	4	4	4	1	2	1	1	1	1	2	1	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
257	3	3	3	4	4	4	4	4	1	1	1	2	1	3	1	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
258	3	3	3	4	4	4	3	4	1	1	3	4	3	2	2	1	4	4	4	4	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
259	3	2	1	1	1	4	3	4	1	2	1	1	3	1	1	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
260	4	4	3	3	2	3	4	3	2	2	1	2	4	1	1	3	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	3

261	4	2	1	2	1	2	3	3	1	1	1	2	1	1	3	3	1	2	1	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	
262	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	1	1	3	3	3	1	1	2	2	2	2	1	1	1	
263	3	3	3	4	3	4	4	3	1	2	2	1	1	2	2	1	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	
264	2	3	4	4	3	1	1	3	2	1	1	3	3	4	3	1	3	4	4	3	3	4	2	2	1	2	4	3	3	4	3	
265	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	
266	3	4	3	4	4	4	3	4	1	2	2	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	1	
267	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
268	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	
269	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	4	3	4	3	2	1	1	3	3	4	3	3	4	4	3	
270	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	
271	3	4	4	3	4	4	3	3	1	1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	
272	2	4	3	4	4	3	1	1	3	4	4	3	4	4	4	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	
273	2	1	1	2	2	1	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	4
274	3	4	4	3	3	3	4	4	1	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	1	1	3	3
275	2	2	2	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	4	4	2	3	3
276	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3



Lampiran 9. Hasil Uji Deskripsi Data

		Statistics	
		EMPLOYER	MINATMELA MARKERJA
N	Valid	276	276
	Missing	0	0
Mean		79.2464	92.0072
Median		76.0000	93.0000
Mode		97.00	98.00
Std. Deviation		12.78170	15.07605
Minimum		55.00	58.00
Maximum		106.00	126.00
Sum		21872.00	25394.00

Frequency Table

EMPLOYER BRANDING					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	55.00	2	.7	.7	.7
	56.00	1	.4	.4	1.1
	57.00	1	.4	.4	1.4
	58.00	1	.4	.4	1.8
	59.00	1	.4	.4	2.2
	61.00	5	1.8	1.8	4.0
	62.00	1	.4	.4	4.3
	63.00	5	1.8	1.8	6.2
	64.00	5	1.8	1.8	8.0
	65.00	12	4.3	4.3	12.3
	66.00	8	2.9	2.9	15.2
	67.00	10	3.6	3.6	18.8
	68.00	12	4.3	4.3	23.2
	69.00	10	3.6	3.6	26.8
	70.00	11	4.0	4.0	30.8
	71.00	7	2.5	2.5	33.3
	72.00	6	2.2	2.2	35.5
	73.00	13	4.7	4.7	40.2
	74.00	13	4.7	4.7	44.9
	75.00	8	2.9	2.9	47.8
	76.00	10	3.6	3.6	51.4
	77.00	10	3.6	3.6	55.1
	78.00	9	3.3	3.3	58.3
	79.00	5	1.8	1.8	60.1
	80.00	6	2.2	2.2	62.3
	81.00	6	2.2	2.2	64.5
	82.00	6	2.2	2.2	66.7
	83.00	7	2.5	2.5	69.2
	84.00	2	.7	.7	69.9
	85.00	2	.7	.7	70.7
	86.00	1	.4	.4	71.0
	87.00	2	.7	.7	71.7

88.00	3	1.1	1.1	72.8
89.00	2	.7	.7	73.6
90.00	1	.4	.4	73.9
91.00	2	.7	.7	74.6
92.00	1	.4	.4	75.0
93.00	8	2.9	2.9	77.9
94.00	5	1.8	1.8	79.7
95.00	2	.7	.7	80.4
96.00	4	1.4	1.4	81.9
97.00	14	5.1	5.1	87.0
98.00	8	2.9	2.9	89.9
99.00	6	2.2	2.2	92.0
100.00	9	3.3	3.3	95.3
101.00	3	1.1	1.1	96.4
102.00	1	.4	.4	96.7
103.00	3	1.1	1.1	97.8
104.00	3	1.1	1.1	98.9
105.00	2	.7	.7	99.6
106.00	1	.4	.4	100.0
Total	276	100.0	100.0	

MINAT MELAMAR KERJA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	58.00	2	.7	.7	.7
	60.00	1	.4	.4	1.1
	61.00	1	.4	.4	1.4
	62.00	1	.4	.4	1.8
	64.00	4	1.4	1.4	3.3
	65.00	2	.7	.7	4.0
	66.00	2	.7	.7	4.7
	67.00	1	.4	.4	5.1
	68.00	1	.4	.4	5.4
	69.00	2	.7	.7	6.2
	70.00	4	1.4	1.4	7.6
	71.00	2	.7	.7	8.3
	72.00	4	1.4	1.4	9.8
	73.00	7	2.5	2.5	12.3
	74.00	4	1.4	1.4	13.8
	75.00	3	1.1	1.1	14.9
	76.00	2	.7	.7	15.6
	77.00	6	2.2	2.2	17.8
	78.00	9	3.3	3.3	21.0
	79.00	8	2.9	2.9	23.9
	80.00	6	2.2	2.2	26.1
	81.00	9	3.3	3.3	29.3
	82.00	7	2.5	2.5	31.9
	83.00	4	1.4	1.4	33.3
	84.00	7	2.5	2.5	35.9
	85.00	2	.7	.7	36.6

86.00	4	1.4	1.4	38.0
87.00	6	2.2	2.2	40.2
88.00	9	3.3	3.3	43.5
89.00	2	.7	.7	44.2
90.00	6	2.2	2.2	46.4
91.00	3	1.1	1.1	47.5
92.00	6	2.2	2.2	49.6
93.00	3	1.1	1.1	50.7
94.00	2	.7	.7	51.4
95.00	4	1.4	1.4	52.9
96.00	15	5.4	5.4	58.3
97.00	5	1.8	1.8	60.1
98.00	16	5.8	5.8	65.9
99.00	11	4.0	4.0	69.9
100.00	6	2.2	2.2	72.1
101.00	6	2.2	2.2	74.3
102.00	2	.7	.7	75.0
103.00	4	1.4	1.4	76.4
104.00	4	1.4	1.4	77.9
105.00	2	.7	.7	78.6
106.00	4	1.4	1.4	80.1
107.00	4	1.4	1.4	81.5
108.00	2	.7	.7	82.2
109.00	3	1.1	1.1	83.3
110.00	6	2.2	2.2	85.5
111.00	6	2.2	2.2	87.7
112.00	3	1.1	1.1	88.8
113.00	7	2.5	2.5	91.3
114.00	5	1.8	1.8	93.1
115.00	3	1.1	1.1	94.2
116.00	4	1.4	1.4	95.7
117.00	1	.4	.4	96.0
118.00	2	.7	.7	96.7
119.00	5	1.8	1.8	98.6
120.00	1	.4	.4	98.9
121.00	2	.7	.7	99.6
126.00	1	.4	.4	100.0
Total	276	100.0	100.0	

KAT_EB				
Valid	Frequency		Valid Percent	
	Percent		Cumulative Percent	
1.00	34	12.3	12.3	12.3
2.00	172	62.3	62.3	74.6
3.00	70	25.4	25.4	100.0
Total	276	100.0	100.0	

KAT_MINAT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	41	14.9	14.9	14.9
	2.00	180	65.2	65.2	80.1
	3.00	55	19.9	19.9	100.0
	Total	276	100.0	100.0	



Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Mean Square	F
MINATMELAMARKERJA * EMPLOYER	Between Groups	(Combined)	347.591	1.733
		Linearity	7410.537	36.950
		Deviation from Linearity	203.449	1.014
	Within Groups		200.553	
	Total			

ANOVA Table

			Sig.
MINATMELAMARKERJA * EMPLOYER	Between Groups	(Combined)	.004
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.455
	Within Groups		
	Total		



Lampiran 11. Hasil Uji Regresi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics R Square Change	F Change
1	.344 ^a	.119	.115	14.17995	.119	36.855

Model Summary ^b			
Model	df1	Change Statistics df2	Sig. F Change
1	1	274	.000

a. Predictors: (Constant), EMPLOYER

b. Dependent Variable: MINATMELAMARKERJA



Lampiran 12. SK Pembimbing



**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
NOMOR: 044/UM.M/KEP/F/2025**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2024-2025
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi mahasiswa pada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk pembimbing Skripsi Mahasiswa Tahun Akademik 2024-2025;
2. Bahwa namanya yang tercantum dalam surat keputusan ini dianggap cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012, Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
3. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 6007/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021 Menyatakan Bahwa Program Studi Sarjana Psikologi Unmuha Terakreditasi Dengan Peringkat B;
5. Surat Keputusan Rektor Unmuha Nomor : 494/UM.M/KEP/D/2020 Tanggal 29 Rabiul Akhir 1442 H/ 14 Desember 2020 M Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Psikologi Unmuha Masa Jabatan 2020-2024.
- Memperhatikan** Keputusan tim penguji proposal skripsi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh pada bulan Januari 2025
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** :
Pertama : **Menunjuk Saudara;**
Rizka Dara Vonna, M.Psi., Psikolog
Nur Hasmalawati, M.Si
Untuk Membimbing Skripsi:
Nama : Ayu Pratiwi
NPM : 2109110025
Prodi : Psikologi
Judul : Pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat Melamar Kerja di BUMN pada Mahasiswa Tingkat Akhir Prodi Bimbingan Konseling UIN Ar-Raniry
- Kedua** : Kepada pembimbing yang tercantum di atas berwenang untuk membimbing Skripsi Mahasiswa dan diberi honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- Ketiga** : Surat Keputusan pembimbing ini berlaku hanya satu tahun, terhitung sejak tanggal ditetapkan.
- Keempat** : Segala sesuatu akan diperbaiki dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh,
Pada Tanggal : 18 Sya'ban 1446 H
17 Februari 2025 M



Hanna Amalia, M.Psi., Psikolog
NIK: 198108102013052001

Tembusan:
1. Biro Keuangan & Bendahara
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip

Lampiran 13. Surat Izin Try Out



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
Jalan Syech Abdurrauf Nomor 3, Darussalam, Banda Aceh 23111, Gedung A
Telepon: (0651) 8012505, Faksimile: (0651) 8012505
Laman: www.fmipa.usk.ac.id, Surel: fmipa@usk.ac.id

Nomor : 4862/UN11.F8/TA.00.03/2025

8 Agustus 2025

Perihal : Izin Melakukan *Try Out*

Yth. Dekan Akademik Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh
Banda Aceh

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor: 321/UM.M6/F/2025 tanggal 5 Agustus 2025 tentang Permohonan Izin Melakukan *Try Out* guna mengumpulkan data skripsi oleh mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dengan ini kami sampaikan bahwa dapat memberikan izin kepada mahasiswa yang tercantum di bawah ini dalam proses *Try Out* dimaksud. Adapun mahasiswa dimaksud adalah :

Nama	: Ayu Pratiwi
NPM	: 2109110025
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Minat Melamar Kerja di BUMN Pada Mahasiswa Tingkat Akhir

Selanjutnya, mahasiswa tersebut diminta untuk melapor pada Ketua Departemen/Program Studi yang berkaitan.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



a.n. Dekan
Wakil Dekan Akademik, *[Signature]*
Dr. Nasrullah, S.Si., M.Si., M.Sc
NIP. 197501021999031001

Lampiran 14. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
Jalan Syech Abdurrauf Nomor 3, Darussalam, Banda Aceh 23111, Gedung A
Telepon: (0651) 8012505, Faksimile: (0651) 8012505
Laman: www.fmipa.usk.ac.id, Surel: fmipa@usk.ac.id

Nomor : 2062/UN11.F8/TA.00.03/2026
Perihal : Izin Pengumpulan Data Penelitian

3 Februari 2026

Yth. Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh
Banda Aceh

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor: 018/UM.Me/F/2025 tanggal 20 Januari 2026 tentang Permohonan Izin Penelitian guna mengumpulkan data skripsi oleh mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dengan ini kami sampaikan bahwa dapat memberikan izin kepada mahasiswa yang tercantum di bawah ini dalam proses pengumpulan data yang dimaksud. Adapun mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : Ayu Pratiwi
NPM : 2109110025
Judul Skripsi : Pengaruh *Employer Branding* Terhadap Minat Melamar Kerja di
BUMN Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas MIPA Universitas
Syiah Kuala

Selanjutnya, mahasiswa tersebut diminta untuk melapor pada Ketua Departemen/Program Studi yang berkaitan.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Akademik, f

Dr. Nasrullah, S.St., M.Si., M.Sc
NIP.197501021999031001

Lampiran 15. Surat Keterangan Selesai Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
Jalan Syech Abdurrauf Nomor 3, Darussalam, Banda Aceh 23111, Gedung A
Telepon: (0651) 8012505, Faksimile: (0651) 8012505
Laman: www.fmipa.usk.ac.id, Surel: fmipa@usk.ac.id

Nomor : 2257/UN11.F8/TA.00.03/2026

18 Februari 2026

Perihal : Surat Telah Selesai Penelitian Tugas Akhir

Yth. Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh
Darussalam, Banda Aceh

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor: 059/UM.M6/F/2026 tanggal 13 Februari 2026 tentang Permohonan tela melakukan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa yang tercantum dibawah ini:

Nama	: Ayu Pratiwi
NPM	: 2109110025
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Minat Melamar Kerja di BUMN Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas MIPA Universitas Syiah Kuala

telah melakukan penelitian dalam proses pengumpulan data dimaksud.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Dr. Nasrullah, S.Si., M.Si., M.Sc
NIP 197501021999031001

BIODATA PENULIS**A. PENULIS**

Nama : Ayu Pratiwi
Tempat, Tanggal Lahir : Sinyeu, 18 Juni 2003
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Indrapuri
Pekerjaan : Mahasiswa

B. ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Alm. Ir. Sanusi
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Ainal Mardhiah
Pekerjaan : IRT
Alamat : Indrapuri

C. RIWAYAT HIDUP

TK AISYIYAH B.A : 2009-2010
MIN INDRAPURI : 2010-2015
MTSN TGK. CHIEK UMAR DIYAN : 2015-2018
SMK-SMTI BANDA ACEH : 2018-2021
Universitas Muhammadiyah Aceh : 2021-2026