

**PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA
MAHASISWA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

FUAD ARDHI NASUTION
NIM. 17 402 003 19

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA
MAHASISWA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

FUAD ARDHI NASUTION
NIM. 17 402 003 19

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA
MAHASISWA**



SKRIPSI

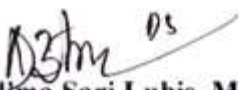
*Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

FUAD ARDHI NASUTION

NIM. 17 402 003 19

Pembimbing I


Delima Sari Lubis, M.A
NIP.19840512 201403 2 002

Pembimbing II


H. Ali Hardana, M.Si
NIDN.2013018301

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

Hal: Skripsi
An. Fuad Ardi Nasution

Padangsidempuan, 13 Mei 2024

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidempuan

di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an FUAD ARDI NASUTION yang berjudul *Pengaruh Employer Attractiveness dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

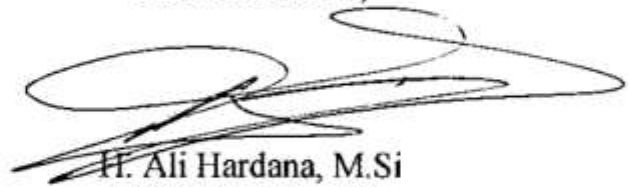
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I,



Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

PEMBIMBING II,



H. Ali Hardana, M.Si
NIDN. 2013018301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fuad Ardi Nasution
NIM : 17 402 00319
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Employer Attractiveness dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 13 Mei 2024

Saya yang Menyatakan,



Fuad Ardi Nasution
NIM. 17 402 00319

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fuad Ardi Nasution
NIM : 1740200319
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh *Employer Attractiveness* Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 13 Mei 2024
Saya yang menyatakan,



Fuad Ardi Nasution
NIM. 17 402 00319



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Fuad Ardi Nasution
NIM : 1740200319
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa

Ketua

Sekretaris

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Aliman Syahuri Zein, MEI
NIDN. 2028048201

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Aliman Syahuri Zein, MEI
NIDN. 2028046201

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

Ja'far Nasution, MEI
NIDN. 2004088205

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Ruang Munaqasyah, lantai 3
Hari/Tanggal : Kamis/ 27 Juni 2024
Pukul : 14.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/74,5 (B)
Indeks Prediksi Kumulatif : 3.03
Predikat : Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022
Website: www.uinsyahada.co.id

PENGESAHAN

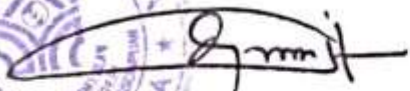
Judul Skripsi : Pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa

Nama : FUAD ARDIN NASUTION
NIM : 17 402 00319

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, Agustus 2024
Dekan,




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Fuad Ardi Nasution
Nim : 17 402 00319
Judul Penelitian : Pengaruh *Employer Atracctiveness* dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa

Penelitian ini dilatar belakangi persaingan perusahaan satu sama lain dalam mencapai keuntungan yang kompotitif untuk dapat bertahan dalam persaingan global yang kini semakin ketat. Tentunya dalam persaingan tersebut, sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting dalam keunggulan kompotitif perusahaan. Maka, untuk mendapatkan tenaga kerja yang kompoten, perusahaan harus mengetahui apasaja yang mempengaruhi adanya minat melamar di perusahaan tersebut. Menurut data Badan Pusat Statistik jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Agustus 2023 mencapai 147,71 juta orang. Sementara jumlah penduduk usia kerja 15 tahun ke atas yang telah bekerja pada Agustus 2023 sebesar 139, 85 juta orang. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2023 mencatat bahwa jumlah penggunaan internet mencapai 215,63 juta orang dari 278,7 total populasi penduduk Indonesia. Hal ini, menandakan bahwa masyarakat Indonesia memiliki konsumsi internet yang besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, sumber data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran angket. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam angkatan 2017 yaitu sebanyak 320 orang. Teknik Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Slovin* dengan jumlah data sebanyak 76 responden. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji reabilitas, uji validitas, statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Untuk mempermudah proses analisis data penelitian dibantu dengan program SPSS versi 23. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) *employer attractiveness*, dan penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan dan secara simultan (uji F) *employer attractiveness*, dan penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. dan kontribusi *employer attractiveness*, dan penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan 53,1 persen dan sisanya 46,9 persen di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : *Employer Attractiveness*, Sosial Media, Minat

Abstract

Name : Fuad Ardi Nasution
Nim : 17 402 00319
Research Title : **The Influence of Employer Attractiveness and Use of Social Media on Interest in Applying for Jobs in Students**

This research is motivated by companies competing with each other in achieving competitive advantages to be able to survive in global competition which is now increasingly fierce. Of course, in this competition, human resources have a very important role in the company's competitive advantage. So, to get competent workers, companies must know what influences interest in applying to the company. According to data from the Central Statistics Agency, the total workforce in Indonesia in August 2023 will reach 147.71 million people. Meanwhile, the number of working age population 15 years and over who will be working in August 2023 will be 139.85 million people. According to the 2023 survey results of the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII), the number of internet users reached 215.63 million people out of 278.7 of Indonesia's total population. This indicates that Indonesian people have large internet consumption. This research aims to determine the influence of employer attractiveness and the use of social media on interest in applying for jobs among students at the Faculty of Islamic Economics and Business. The research method used is a quantitative research method with multiple linear regression analysis, the data source used is primary data through the distribution of questionnaires. The population in this study was all students of the 2017 faculty of Islamic economics and business, namely 320 people. The sample technique in this research used the Slovin method with a total of 76 respondents. The tests carried out in this research are reliability tests, validity tests, descriptive statistics, classical assumption tests and hypothesis tests. To simplify the research data analysis process, the SPSS version 23 program was assisted. Based on the research results, it shows that partially (t test) employer attractiveness and use of social media influence interest in applying for jobs and simultaneously (f test) employer attractiveness and use of social media influence interest in applying for jobs. and the contribution of employer attractiveness, and the use of social media influence interest in applying for jobs by 53.1 percent and the remaining 46.9 percent is influenced by other variables outside this research.

Keywords: Employer Attractiveness, Social Media, and Interest

خلاصة

الاسم : فؤاد أرضي ناسوتيون
الرقم : ١٧٤٠٢٠٠٣١٩
عنوان البحث : تأثير جاذبية صاحب العمل واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الاهتمام
بالتقدم للوظائف بين طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية

الدافع وراء هذا البحث هو تنافس الشركات مع بعضها البعض في تحقيق المزايا التنافسية لتتمكن من البقاء في المنافسة العالمية التي أصبحت الآن شرسة بشكل متزايد. وبطبيعة الحال، في هذه المنافسة، يكون للموارد البشرية دور مهم للغاية في الميزة التنافسية للشركة. لذلك، للحصول على عمالة أكفاء، يجب على الشركات معرفة ما يؤثر على الاهتمام بالتقدم إلى الشركة. وبحسب بيانات الجهاز المركزي للإحصاء، فإن إجمالي القوى العاملة في إندونيسيا في أغسطس ٢٠٢٣ سيصل إلى ١٤٧.٧١ مليون شخص. وفي الوقت نفسه، فإن عدد السكان في سن العمل ١٥ سنة فما فوق والذين سيعملون في أغسطس ٢٠٢٣ سيبلغ ١٣٩.٨٥ مليون شخص. وفقاً لنتائج استطلاع عام ٢٠٢٣ الذي أجرته جمعية مقدمي خدمات الإنترنت الإندونيسية، وصل عدد مستخدمي الإنترنت إلى ٢١٥.٦٣ مليون شخص من أصل ٢٧٨.٧ من إجمالي سكان إندونيسيا. يشير هذا إلى أن الشعب الإندونيسي لديه استهلاك كبير للإنترنت. يهدف هذا البحث إلى تحديد تأثير جاذبية صاحب العمل واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الاهتمام بالتقدم للوظائف لدى طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية. طريقة البحث المستخدمة هي طريقة بحث كمية مع تحليل الانحدار الخطي المتعدد، ومصدر البيانات المستخدم هو البيانات الأولية من خلال توزيع الاستبيانات. كان مجتمع الدراسة في هذه الدراسة جميع طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية ٢٠١٧، أي ٣٢٠ شخصاً. استخدمت تقنية العينة في هذا البحث طريقة أخذ العينات السلوفينية مع إجمالي ٧٦ مستجيباً. الاختبارات التي أجريت في هذا البحث هي اختبارات الموثوقية، اختبارات الصلاحية، الإحصاء الوصفي، اختبارات الافتراضات الكلاسيكية واختبارات الفرضيات. ولتبسيط عملية تحليل بيانات البحث، يساعدها برنامج الإصدار ٢٣. وبناءً على نتائج البحث، يظهر أن جزئياً (اختبار جاذبية صاحب العمل واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثران على الاهتمام بالتقدم للوظائف وفي نفس الوقت اختبار جاذبية صاحب العمل واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على الاهتمام بالتقدم لوظيفة. ومساهمة جاذبية صاحب العمل، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على الاهتمام بالتقدم للوظائف بنسبة ٥٣.١ في المئة والنسبة المتبقية ٤٦.٩ في المئة تتأثر بمتغيرات أخرى خارج هذا البحث.

الكلمات المفتاحية: جاذبية صاحب العمل، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الاهتمام بالتقدم للوظائف

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warrahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, madinatul ilmi, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya. Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Employer Attractiveness Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi (SE) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap,

- M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
 3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Serta Bapak/Ibu Dosen dan juga Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
 4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku pembimbing I dan Bapak H.Ali Hardana.,M.Si. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
 5. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik dan Seluruh Bapak/Ibu Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidempuan.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum. Selaku kepala Perpustakaan Serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada kedua orangtua saya yaitu Ayahanda Eliyar Helmi Nasution dan Ibunda Safrida Siregar yang telah menjadi orangtua terhebat serta memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan, perhatian, materi demi kesuksesan studi sampai saat ini, dan doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan untuk putranya ini. Serta adek saya Aisyah Dita Safitri Nasution, yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga mereka selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin Ya Rabbal Alamiin.
9. Teman-teman seperjuangan di Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih saya ucapkan atas dukungan, motivasi, serta saran yang diberikan kepada saya selaku peneliti.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan

penelitian mengucap rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT.

Karena atas karunianya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Padangsidempuan, Mei 2024
Peneliti

FUAD ARDI NASUTION
NIM. 17 402 00319

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian di lambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	H	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdanya
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokaltunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
— —	Kasrah	I	I
— ء	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Na ma
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua :

- Ta marbutah hidup, yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati, yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya tamar butah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata *sandang* dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf/ l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, ituhanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

7. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penelitian kata tersebut biasa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan

huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awalkapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, hurufkapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber : Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBINGBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBINGBING	
SURAT KETERANGAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA MUNAQOSYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Idenfikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Defenisi Opeaional Variabel	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori	11
1. Minat Melamar Pekerjaan	11
a. Pengertian minat melamar pekerjaan	11
b. Indikator minat melamar pekerjaan.....	14
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan	15
d. Karekteristik minat melamar pekerjaan	17
e. Unsur-unsur minat melamar pekerjaan	17
2. Employer Attractiveness	18
a. Pengertian employer attractiveness	18
b. Dimensi employer attractiveness	19
c. Peran employer attractiveness	23
3. Penggunaan Sosial Media	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis Penelitian	30
C. Populasi dan sampel	30
D. Sumber Data Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32

F. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
G. Teknik Analisis Data	34
1. Normalitas.....	35
2. Uji Statistik Deskriptif	35
3. Uji Asumsi Klasik.....	35
4. Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
B. Deskripsi Data Penelitian	45
C. Analisis Data.....	47
D. Pembahasan Hasil Penelitian	58
E. Keterbatas hasil Penelitian.....	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Implikasi hasil penelitian	62
C. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era sekarang ini semua perusahaan saling bersaing satu samalain dalam keuntungan kompetitif untuk dapat bertahan dalam persaingan global yang kini semakin ketat. Keunggulan kompetitif sendiri dapat digambarkan dengan berhasilnya sebuah perusahaan dan memiliki nilai lebih melalui strategi yang dimana tidak dimiliki pesaingnya. Tentunya dalam persaingan tersebut, sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keunggulan kompetitif perusahaan. Sumber daya manusia sendiri dalam perusahaan dianggap merupakan aset paling penting dalam perusahaan, karena kualitas sumber daya manusia menjadi modal utama sebuah perusahaan dalam mencapai keberhasilan.

Hal ini disebabkan karena tenaga kerja yang ada di pasar tidak semua memiliki standar dari perusahaan, sehingga perusahaan-perusahaan berebut untuk mendapatkan tenaga kerja yang memiliki kualifikasi tinggi. Untuk mendapatkan tenaga kerja yang kompeten, maka perusahaan harus mengetahui apa aja yang mempengaruhi adanya minat untuk melamar di perusahaan tersebut. Apabila perusahaan mampu mendapatkan dan mempertahankan tenaga kerja yang kompeten, maka perusahaan tersebut memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan yang lainnya.¹

¹ Tiffanie Rahmasari Kusuma, "Pengaruh Employer Attractiveness Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa FBE UAJY," "(Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta,2020), hlm. 1.

Minat Melamar Pekerjaan adalah proses ketertarikan seseorang untuk mempunyai pekerjaan yang dimulai dari berbagai upaya mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan, baik dari memutuskan organisasi mana yang akan dilamar. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan memperhatikan semua aspek perusahaan dilamar.² Dewasa ini, Lapangan pekerjaan banyak diisi dengan Genarasi Y yang identik dengan generasi yang menyukai lingkungan kerja yang positif dan peluang kerja untuk kemajuan dan kesuksesan yang menarik serta adanya keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan. Para pencari kerja mempertimbangkan beberapa perusahaan ketika mereka akan melamar pekerjaan, mereka bisa menggunakan reputasi organisasi sebagai informasi tentang kondisi kerja di berbagai organisasi. Setiap organisasi terus mengembangkan upaya dalam mendapatkan calon karyawan agar dapat secara optimal memenuhi tujuan dan kebutuhan organisasinya. Organisasi memiliki sebuah tujuan untuk membuat para calon karyawan yang memenuhi syarat untuk dapat tertarik melihat organisasi sebagai sebuah perusahaan yang berkualitas dengan meningkatkan banyak upaya dalam hal perekrutan. Hal bisnis dan penelitian akademis saat ini. karena itu perusahaan harus mampu mengetahui dan memahami beberapa hal yang ada pada dasarnya dianggap menarik dan dicari oleh para tenaga kerja. *Employer Attractiveness* merupakan sesuatu yang penting dimiliki oleh perusahaan ketika akan merekrut tenaga kerja potensial karena melalui

² Tongkow Liedfray,dkk, "Peran Media Social Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa ", Jurnal Ilmah Society, Volume 2 No.2 , 2022, hlm.2.

konstruk tersebut perusahaan dapat melihat hal-hal yang dapat dianggap menarik oleh tenaga kerja.³

Employer attractiveness atau daya Tarik perusahaan merupakan keuntungan atau manfaat yang dibayangkan oleh calon karyawan Ketika bekerja pada suatu perusahaan. Dengan adanya *employer attractiveness* perusahaan dapat mengatasi masalah yang berhubungan dengan keterbatasan bakat dengan membangun citra dan identitas perusahaan.

Pasar tenaga kerja juga tidak lepas dari penggunaan internet. Di era digital ini, internet memungkinkan perusahaan untuk menemukan karyawan yang memiliki potensial lebih cepat, begitu sebaiknya calon karyawan menjadi lebih mudah dalam mencari lowongan pekerjaan melalui internet. Melalui situs web dan sosial media, perusahaan dapat membagikan informasi mengenai lowongan pekerjaan yang terbuka pada perusahaan tersebut. Dalam informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia, beberapa perusahaan menggunakan situs web resmi perusahaan. Selain itu ada juga yang menggunakan media sosial. Sehingga, calon pelamar melakukan pencarian di internet, melalui sosial media tentu akan memudahkan calon pelamar untuk mendapatkan informasi mengenai lowongan pekerjaan.⁴

Jumlah pengguna media sosial pada era globalisasi ini juga semakin bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data riset dari Data Reportal (2023), jumlah pengguna media sosial yang ada di Indonesia telah meningkat dari 21

³ Rosalinda Riana Damayanti, "Pengaruh Employer Attractiveness Dan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z," Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022, hlm.15-16.

⁴ Tiffanie Rahmasari Kusuma, hlm.4.

juta pengguna atau 12,6 persen di tahun 2022 sampai sebesar 191,4 juta pengguna pada bulan Januari 2023. Hal ini dapat menjadi sebuah peluang besar bagi perusahaan untuk memanfaatkan internet dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menarik para calon karyawan potensial dengan lebih cepat. Calon karyawan juga akan mendapatkan keuntungan untuk mengakses berbagai macam informasi dengan cepat terkait perusahaan pilihannya sehingga calon karyawan akan lebih mengetahui lowongan pekerjaan yang tersedia dan sesuai dengan minatnya terhadap perusahaan yang ada.⁵

Penggunaan Sosial Media adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk bisa lebih mudah berpartisipasi berbagi informasi, dan menciptakan melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁶Penggunaan sosial media juga mampu merubah pola hidup masyarakat apalagi pada saat ini. Peningkatan yang signifikan dari pengguna internet dengan dominasi penggunaan media sosial menunjukkan bahwa masyarakat telah semakin melakukan media atau yang lebih sering disebut literasi digital.

Menurut data Badan Pusat Statistik (2023) jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Agustus 2023 mencapai 147,15 juta orang, naik 1,93 juta orang dibanding Agustus 2022. Sementara jumlah penduduk usia kerja yang telah bekerja pada Agustus 2023 sebesar 139, 85 juta orang. Jumlah itu naik 2,60 juta orang dibanding tahun sebelumnya. Penduduk yang termasuk

⁵Rosalinda Riana Damayanti, hlm.18.

⁶ Tongkow Liedfray,dkk, hlm.2.

angkatan kerja adalah penduduk usia kerja lima belas tahun ke atas yang bekerja, atau punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja dan pengangguran. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2023 mencatat bahwa jumlah penggunaan internet mencapai 215, 63 juta orang atau 278, 7 total populasi penduduk Indonesia. Hal ini, menandakan bahwa masyarakat Indonesia memiliki konsumsi internet yang besar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh portal lowongan kerja JobsDB, 82% pencari kerja di Indonesia lebih memilih mencari lowongan pekerjaan melalui portal pencari kerja online. Hal ini dikarenakan lowongan kerja pada portal online lebih berkualitas dan lebih sesuai dengan pekerjaan yang pencari kerja inginkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul" **Pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian adalah persaingan perusahaan global yang semakin ketat dan 82% pencari kerja lebih memilih mencari lowongon kerja melalui portal pencarian kerja online.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi batasan masalah pada penelitian ini adalah pengaruh *employer*

attractiveness dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan demikian batasan masalah pada variabel bebas (X1) yaitu *employer attractiveness* dan (X2) yaitu penggunaan sosial media, sedangkan variabel terikat (Y) yaitu minat melamar pekerjaan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan secara tegas terhadap variabel yang menjadi bagian dari faktor-faktor yang akan diukur ataupun definisi yang diberikan kepada suatu variabel operasional dengan karakteristik yang akan diamati.

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Minat Melamar Pekerjaan (Y)	suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi tersebut calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan. ⁷	1. Pembuatan Keputusan 2. Penentuan Pilihan Pekerjaan 3. Pencarian Informasi Pekerjaan 4. Kebutuhan akan Pekerjaan	Ordinal

⁷ Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri, "Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, Volume 1, No.2, Juli 2021, hlm. 99.

<i>Employer attractiveness</i> (X1)	manfaat yang dilihat oleh karyawan potensial dalam suatu pekerjaan pada organisasi tertentu. Dengan adanya <i>employer attractiveness</i> perusahaan dapat mengatasi masalah yang berhubungan dengan keterbatasan bakat dengan membangun citra dan identitas perusahaan.	1. Tanggung jawab Peran 2. Ketetapan Waktu 3. Kualitas Pekerjaan	Ordinal
Penggunaan Sosial Media (X2)	proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui <i>smartphone</i> (telepon genggam). ¹	1. Adanya Konten 2. Informasi yang menarik 3. Menghibur dapat mendorong orang untuk melihat	Ordinal

E. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh *employer attractiveness* terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
2. Apakah ada pengaruh penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
3. Apakah ada pengaruh *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *employer attractiveness* terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam hal *employer attractiveness*, penggunaan sosial media dan minat melamar pekerjaan yang berguna di masa yang akan datang.

2. Bagi Universitas

Sebagai upaya untuk mengembangkan pengetahuan dibidang ilmu ekonomi terkait dengan *employer attractiveness*, penggunaan sosial media dan minat melamar pekerjaan dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan menjadi salah satu bahan pertimbangan dan menentukan penelitian yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam mengatasi permasalahan minat melamar pekerjaan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan suatu pembahasan secara garis besar dan bab-bab yang akan dibahas. Untuk memudahkan pencarian berdasarkan pembahasan yang ada, peneliti menggunakan sistematika pembahasan. Hal ini dimaksudkan agar laporan penelitian yang sistematis, jelas dan dapat dipahami. Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang mana membahas pengenalan dan penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Pembahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk teliti. Masalah yang muncul akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah yang tela ditentukan akan membahas mengenai defenisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan lembaga terkait.

BAB II Landasan Teori membahas teori-teori dan penelitian sebelumnya yang mendasari penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya.

BAB III Metode Penelitian membahas berupa pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang akan menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna untuk memperlancar pelaksanaan penelitian. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV Membahas tentang gambaran objek, serta pembahasan tentang hasil penelitian yang merupakan hasil yang diteliti.

BAB V merupakan penutup dari seluruh skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah dengan saran-saran kemudian dilegkapi literatur.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat melamar pekerjaan

a. Pengertian Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Bahasa minat adalah usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Dan menurut terminologi minat adalah keinginan, kesukaan, dan kemauan terhadap suatu hal. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas suasana tnpa ada yang menyuruh.⁸

Melamar Pekerjaan adalah meminta pekerjaan dikantor ataupun diperusahaan yang sesuai dengan skill ataupun kemampuan yang dimiliki atau melamar pekerjaan disebut juga dengan upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan. Menurut Moorthy minat melamar pekerjaan adalah sebuah kondisi dimana pencari kerja melakukan evaluasi informasi tentang hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari suatu posisi pekerjaan di dalam perusahaan. Menurut Permadani dan Netra minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi informasi lowongan pekerjaan yang bisa

⁸ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia," (Skripsi, Fakultas Agama Islam, UNISMA Bekasi), Hlm.15.

didapat dari sumber internal maupaun eksternal perusahaan, menentukan pilihan kemudian pengambilan suatu keputusan perusahaan mana yang akan dilamar.

Jadi dapat disimpulkan minat melamar pekerjaan adalah sebagai suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi tersebut calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan.

Minat melamar pekerjaan dapat diidentifikasi pada tindakan pencari kerja yang berusaha mencari informasi terkait perusahaan yang ingin dilamar. Individu yang berminat untuk melamar kerja tentunya mempunyai inisiatif mencari informasi tentang posisi pekerjaan yang akan dilamar. Seperti yang telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an Surah Al-Muzzamil ayat 20.⁹

﴿ إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ ۚ وَثُلُثَهُ ۚ وَطَآئِفَةٌ مِّنَ الَّذِينَ مَعَكَ ۚ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۚ عَلِمَ أَن لَّنْ نُحِصُّهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ ۖ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ ۚ عَلِمَ أَن سَيَكُونُ مِنكُمْ مَّرْضَىٰ ۚ وَءَاخِرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ

⁹ Margaretha Noprisda Sinaga, "Pengaruh Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan," JAM Vol.34 No.3, 2023, hlm. 226.

مِنْ فَضْلِ اللَّهِ^ل وَعَآخِرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ^ط فَاقْرَأُوا مَا تَيَسَّرَ
 مِنْهُ^ج وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا^ج
 وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ
 أَجْرًا^ج وَأَسْتَغْفِرُوا اللَّهَ^ط إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwa engkau (Muhammad) berdiri (salat) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersamamu. Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu tidak dapat menentukan batas-batas waktu itu, maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Qur'an; Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit, dan yang lain berjalan di bumi mencari sebagian karunia Allah; dan yang lain berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Qur'an dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.¹⁰

Islam akan membukakan pintu kerja bagi setiap muslim agar ia dapat memilih pekerjaan yang sesuai dengan minatnya dan kemampuannya. Namun demikian masih banyak orang yang enggan untuk bekerja dan berusaha dengan alasan bertawakal kepada Allah SWT serta menunggu-nunggu rizki dari langit. Mereka telah salah memahami ajaran Islam. Pasrah pada Allah tidak berarti meninggalkan amal berupa bekerja. Allah memang telah berjanji akan memberikan rizki kepada semua makhluk-Nya. Akan tetapi janji ini tidak dengan “cek kosong”,

¹⁰ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bogor: Halim, 2007), hlm. 574.

seseorang akan mendapatkan rizki kalau ia mau berusaha, berjalan dan bertebaran di penjuru-penjuru bumi. Karena Allah menciptakan bumi dan seisinya untuk kemakmuran manusia. Siapa yang mau berusaha dan bekerja ialah yang akan mendapat rizki dan rahmat dari Allah.

Pada ayat ini ditegaskan bahwa Allah SWT memberikan belaian kasih sayang, pengakuan, dan penghargaan kepada setiap manusia dalam wujud memaafkan dan meringankan pelaksanaan ibadah yang dilakukan oleh manusia setiap harinya.

b. Indikator minat melamar pekerjaan

Terdapat beberapa indikator pada ketertarikan melamar pekerjaan, yaitu:

1) Kebutuhan akan pekerjaan

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

2) Pencarian informasi pekerjaan

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

3) Penentuan pilihan pekerjaan

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

4) Pembuatan keputusan

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

c. Faktor- faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan

Menurut Slameto, bahwa “Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya”. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan.

Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian.

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktivitas.¹¹

faktor – faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu pekerjaan yaitu:

¹¹ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003, hlm.180.

1) Kondisi pekerjaan

Tempat kerja yang memiliki suasana yang menyenangkan dengan didukung oleh kerja sama yang profesional dan saling bantu dapat meningkatkan produktivitas.

2) Sistem pendukung

Dalam bekerja sangat diperlukan sistem pendukung yang memadai bagi para pekerjanya sehingga diperoleh hasil produksi yang maksimal, misalnya. fasilitas kendaraan, perlengkapan pekerjaan yang memadai, kesempatan promosi, kenaikan pangkat/kedudukan.

3) Pribadi pekerja

Pribadi pekerja meliputi semangat kerja, pandangan pekerja terhadap pekerjaannya, kebanggan memakai atribut bekerja, sikap terhadap pekerjaannya. Berdasarkan faktor-faktor diatas dapat disimpulkan bahwa faktor kondisi pekerjaan yang menjadi pertimbangan seseorang untuk melamar pekerjaan di sebuah perusahaan. Kondisi lingkungan yang menyenangkan dapat terbentuk dari perasaan yang baik atau senang dengan citra perusahaan dan memiliki kepercayaan dengan perusahaan. Kerjasama yang profesional dapat terbentuk melalui kesamaan visi dan misi antara karyawan dengan perusahaan, selain itu lingkungan kerja yang baik dan mendukung dapat meningkatkan produktivitas karyawan.¹²

¹² M.Lutfhan Latansa, "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang," Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2020, hlm.14–16.

d. Karakteristik Minat Melamar Pekerjaan

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Terbentuknya minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif. Terdapat tiga karakteristik minat, yaitu sebagai berikut.

- 1) Minat menimbulkan sikap positif dari suatu obyek.
- 2) Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek.
- 3) Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan, dan kegairahan untuk mendapat sesuatu yang diinginkan.

e. Unsur-Unsur Minat Melamar Pekerjaan

Seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain:

1) Perhatian

Seseorang dikatakan berminat apabila individu disertai adanya perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu obyek, jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu obyek yang pasti perhatiannya akan memusat terhadap sesuatu obyek tersebut.

2) Kesenangan

Perasaan senang terhadap sesuatu obyek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, orang merasa tertarik kemudian pada gilirannya timbul keinginan yang dikehendaki agar

obyek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian maka individu yang bersangkutan berusaha untuk mempertahankan obyek tersebut.

3) Kemauan

Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu obyek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat individu yang bersangkutan.

2. *Employer attractiveness*

a. Pengertian *Employer Attractiveness*

Employer adalah suatu perusahaan atau badan pemerintah yang membayar upah seseorang untuk bekerja untuk mereka.

Attractiveness (daya tarik) adalah yang mengacu pada diri yang dianggap sebagai yang menarik untuk dilihat dalam kaitannya dengan konsep kelompok tertentu dengan daya Tarik fisik. *Attractiveness* (daya tarik) juga dapat diartikan kualitas yang menyebabkan minat, keinginan, atau tarikan pada seseorang atau sesuatu.

Menurut Widiyanti dan Murni *employer attractiveness* merupakan suatu kesan tentang ciri-ciri dan keuntungan yang terkait dengan organisasi, yang dirasakan oleh calon karyawan sebagai potensi imbalan dari bekerja di dalam organisasi tersebut.

Menurut Jiang dan Iles dalam Priyadarshini, *employer attractiveness* merupakan derajat mengenai sejauh mana calon pelamar kerja dan karyawan terkait persepsinya terhadap organisasi.

Menurut Highhouse dalam Ahmad, *employer attractiveness* merupakan sesuatu yang diasosiasikan oleh individu ataupun pelamar kerja terkait persepsi dari suatu organisasi sebagai tempat yang baik untuk bekerja.

Jadi dapat disimpulkan *employer attractiveness* adalah manfaat yang dilihat oleh karyawan potensial dalam suatu pekerjaan pada organisasi tertentu. Dalam hal ini *employer attractiveness* bisa dilihat dari sudut pandang calon karyawan maupun karyawan yang sudah bekerja disuatu organisassi ataupun perusahaan.¹³ *Employer Attractiveness* adalah manfaat yang diharapkan oleh calon pelamar kerja yang bisa didapatkan dengan bekerja di suatu perusahaan. *Employer Attractiveness* dapat diidentifikasi dari sudut pandang pelamar kerja maupun karyawan yang telah bekerja di perusahaan.

b. Terdapat lima dimensi utama dalam *employer attractiveness* yaitu:

- 1) *Interest Value* yaitu brand perusahaan yang positif akan meningkatkan ketertarikan calon karyawan terhadap perusahaan. *Interesting Value* menggambarkan bagaimana seorang individu dapat tertarik kepada perusahaan yang dapat menawarkan lingkungan kerja yang menyenangkan, adanya praktik kerja yang inovatif dan pemaksimalan keahlian dari karyawan untuk menciptakan produk yang inovatif.
- 2) *Social Value* yaitu lingkungan kerja yang konstruksif, hubungan yang baik antar rekan kerja. *Social Value* mengukur ketertarikan individu

¹³ Dita Fitri Widiandi dan Arif Murti R, hlm.66.

terhadap perusahaan yang dapat menyediakan lingkungan kerja yang menyenangkan, aman dan memiliki hubungan yang baik antar sesama rekan kerja. *Social value* berkaitan dengan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk *corporate social responsibility* (CSR) yang dimana dapat merepresentasikan lingkungan kerja yang baik. *social value* merupakan derajat pengukuran yang digunakan untuk mengukur *social value* merupakan derajat ketertarikan seseorang terhadap perusahaan yang dapat memberikan suasana kerja yang menyenangkan yang dimana menunjukkan adanya hubungan dengan kolega yang baik.

- 3) *Economic Value* yaitu minat calon karyawan terhadap perusahaan juga dipengaruhi oleh manfaat yang diperoleh melalui aspek gaji, bonus dan lainnya. *Economic Value* mengukur ketertarikan seorang individu terhadap perusahaan yang dapat menyediakan gaji yang tinggi, pemberian kompensasi, perlindungan terhadap pekerjaan sekaligus kesempatan untuk berkembang. *economic value* adalah keinginan para pencari kerja terkait pekerjaan masa depan yang bisa mendapatkan kompensasi dengan keuntungan yang sesuai dan adanya penghargaan atas usaha dan kemampuan karyawan. *economic value* merupakan derajat ukur seseorang terhadap perusahaan dalam hal pemberian gaji, kompensasi, kesempatan untuk berkembang dan keamanan.

Dalam prosesnya, *economic value* menjadi faktor penting untuk menjaga hubungan yang terjadi antara karyawan dengan perusahaan

yang menggambarkan pertukaran yang dilakukan oleh karyawan dan perusahaan.

- 4) *Development Value* yaitu ketertarikan calon karyawan terhadap perusahaan muncul dari harapan untuk mendapatkan pengakuan atas kontribusi, serta peluang pengembangan karir di masa depan. *Developmental value* mengukur ketertarikan individu terhadap perusahaan yang dapat memberikan penghargaan diri, kepercayaan diri dan penyediaan pelatihan karier untuk pengembangan kedepannya. *developmental value* adalah sebuah pengukuran yang digunakan untuk mengukur bagaimana perusahaan dapat memberikan karyawan kepercayaan diri, penghargaan dan kebanggaan yang dapat mendukung perkembangan karir di masa mendatang. *development value* merupakan derajat untuk mengukur bagaimana calon pelamar kerja kedepannya dapat tertarik dengan organisasi yang dapat menawarkan adanya pengakuan, harga diri dan kepercayaan serta sejalan dengan adanya perkembangan karir kedepannya.

Adapun manfaat *developmental value* bagi perusahaan yaitu jika suatu perusahaan dapat menyediakan karyawannya sebuah nilai terkait kesempatan untuk berkembang kedepannya dan kepercayaan kepada karyawannya dapat membuat karyawan lebih tergugah untuk memberikan kemampuan terbaik mereka. Adanya kultur pendampingan yang kuat, kesempatan pelatihan dan lingkungan mendukung

karyawannya menjadi kriteria penting dalam mengetahui tingkat pengembangan organisasi.

- 5) *Application Value* yaitu daya tarik calon karyawan untuk terus belajar dan mengaplikasikan pengetahuannya guna berbagi dengan orang lain dan berinteraksi dengan pelanggan. *Application value* menunjukkan ketertarikan individu terhadap suatu perusahaan yang memungkinkan karyawannya untuk dapat menerapkan hal yang sudah dipelajari dan menciptakan suasana lingkungan kerja yang saling membantu sesama karyawan. *Application value* menunjukkan ketertarikan individu terhadap suatu perusahaan yang memungkinkan karyawannya untuk dapat menerapkan hal yang sudah dipelajari dan menciptakan suasana lingkungan kerja yang saling membantu sesama karyawan. *Application value* merujuk kepada perusahaan yang dapat menawarkan kesempatan kepada karyawannya untuk merealisasikan hasil dari pembelajaran dan edukasinya. *Application value* merupakan cara dari perusahaan untuk menyediakan kesempatan kepada karyawan untuk menerapkan hasil pembelajaran mereka dan membantu rekan kerjanya untuk membentuk hubungan *customer*.

Adapun manfaat *Application value* bagi perusahaan yaitu karyawan akan merasakan perasaan kebersamaan pada perusahaan dan terciptanya kenyamanan di perusahaan. Sehingga, dapat mendukung keinginan dari adanya untuk berbagi keahlian mereka dan pengalaman mereka kepada kolega di perusahaan

c. Peran *Employer Attractiveness* bagi perusahaan

Berdasarkan pernyataan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *employer attractiveness* menjadi suatu hal yang penting bagi suatu organisasi agar dapat menarik di mata calon karyawannya. *Employer attractiveness* menjadi penting karena *attractiveness* dapat mempengaruhi keputusan dari para pencari kerja seperti dalam pencarian informasi tentang perusahaan atau pertimbangan informasi lainnya. Para pencari kerja memiliki banyak kesan positif terkait perusahaan dapat membuat pencari kerja menjadi lebih tertarik dan membuat mereka dapat lebih siap untuk bergabung saat melakukan rekrutmen. dalam rangka menumbuhkan keinginan calon pekerja untuk bergabung ke perusahaan salah satu strategi yang dapat dilakukan melalui pemaksimalan *employer attractiveness* yang memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat pencari kerja untuk bergabung ke perusahaan

3. Penggunaan Sosial Media

Dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, Penggunaan adalah suatu proses ,cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian, dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Penggunaan juga dapat diartikan suatu tingkat keseringan dalam menggunakan sesuatu berdasarkan durasi dan frekuensinya dikarenakan rasa senang melakuakn aktifitas tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Sosial adalah hal- hal yang berkenaan dengan masyarakat atau sifat-sifat kemasyarakatan yang

memperhatikan kepentingan umum. Kata media berasal dari Bahasa latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar.

social media adalah servis berbasis jaringan yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil secara personal, membuat koneksi yang baru dengan pihak lain dan memungkinkan untuk melihat profil lain dan koneksinya serta memungkinkan adanya pembuatan komunitas orang-orang yang ingin melakukan interaksi dan komunikasi satu sama lain.

Jadi dapat disimpulkan Penggunaan sosial media adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui *smartphone* (telepon genggam).¹⁴

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melampirkan penelitian terdahulu yang didasarkan sebagai berikut:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dita Ftri Widiandi dan Arif Murti R (Jurnak Ekonomi Manajemen Universitas Pertamina 2022)	Pengaruh <i>Employer Attractiveness</i> Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Employer Attractiveness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z, Corporate

¹⁴ Nisa Nurkarima, hlm. 12.

		Unicorn Indonesia.	Reputation berpengaruh positif terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z.
2	Salma Annisa, Sam'un Jaja Raharja, dan Herwan Abdul Muhyi. (Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen Universitas Padjajaran 2022)	Pengaruh Employer Attractiveness, Media Sosial Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan Generasi Z.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Employer Attractiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z, Media Sosial berpengaruh positif terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z, Reputasi Organisasi berpengaruh positif terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z.
3	Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri. (Jurnal Ekonomi Bisnis dan akuntansi Universitas Pelita Bangsa 2021)	Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variable Mediasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Employer Branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan.
4	Tiffanie Rahmasari Kusuma (Skripsi Universitas Atma Jaya 2020)	Pengaruh Employer Attractiveness dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa FBE UAJY.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Employer Attractiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan, Penggunaan Sosial Media berpengaruh positif terhadap Minat Melamar Pekerjaan.
5	M.Luthfan Latansa (Skripsi Universitas Negeri Semarang 2020)	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh terhadap Minat Melamar Pekerjaan.

6	M. Luthfan Latansa (Skripsi Universita Negeri Semarang 2020)	Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan
---	---	---	--

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Tiffanie Rahmasari Kusuma adalah terletak pada studi kasus penelitiannya, dalam penelitian ini studi kasus penelitiannya pada mahasiswa akhir FEBI sedangkan penelitian Tiffanie Rahmasari Kusuma studi kasus penelitiannya pada mahasiswa FBE UAJY, sedangkan persamaannya antara penelitian ini dengan penelitian Tiffanie Rahmasari Kusuma adalah terletak pada Variabel independennya *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media.
2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian M.Luthfan Latansa adalah terletak pada variabel independennya, dalam penelitian ini variabel independennya adalah *employer attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media sedangkan penelitian Tiffanie Rahmasari Kusuma variabel independennya adalah Reputasi Perusahaan, sedangkan persamaannya antara penelitian ini dengan penelitian Tiffanie Rahmasari Kusuma adalah terletak pada Variabel dependennya adalah Minat Melamar Pekerjaan.
3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dita Ftri Widiанти dan Arif Murti R adalah terletak pada variabel dependennya, dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Minat Melamar Pekerjaan sedangkan penelitian Dita Ftri Widiанти dan Arif Murti R variabel dependennya Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup, sedangkan persamaannya antara

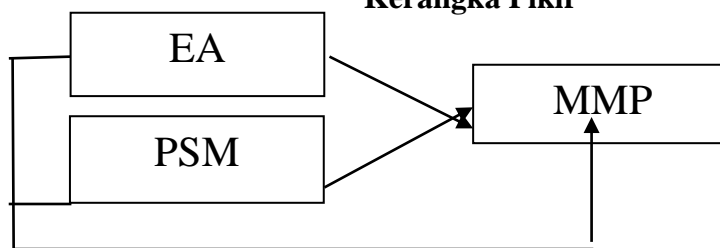
penelitian ini dengan penelitian Dita Fitri Widiyanti dan Arif Murti R adalah terletak pada Variabel independennya *employer attractiveness*.

4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Salma Annisa, Sam'un Jaja Raharja, dan Herwan Abdul Muhyi adalah terletak pada variabel dependennya, dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Minat Melamar Pekerjaan sedangkan penelitian Salma Annisa, Sam'un Jaja Raharja, dan Herwan Abdul Muhyi variabel dependennya Intensi Melamar Pekerjaan Generasi Z, sedangkan persamaannya antara penelitian ini dengan penelitian Salma Annisa, Sam'un Jaja Raharja, dan Herwan Abdul Muhyi adalah terletak pada Variabel independennya *employer attractiveness* dan Media Sosial.
5. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri adalah terletak pada variabel independennya, dalam penelitian ini variabel independennya adalah *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media sedangkan penelitian penelitian Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri adalah *Employer Branding*, sedangkan persamaannya antara penelitian ini dengan penelitian Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri adalah terletak pada Variabel dependennya Minat Melamar Pekerjaan.
6. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian M. Luthfan Latansa adalah terletak pada variabel independennya, dalam penelitian ini variabel independennya adalah reputasi perusahaan sedangkan penelitian penelitian Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri adalah *Employer Branding*, sedangkan persamaannya antara penelitian ini dengan penelitian M. Luthfan Latansa adalah terletak pada Variabel dependennya Minat Melamar Pekerjaan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Penelitian ini dibuat bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel dependen dengan independen.

Gambar. II.I
Kerangka Pikir



Secara parsial EA *Employer Attractiveness* (X1) adalah variabel bebas yang mempengaruhi MMP atau Minat Melamar Pekerjaan (Y) sebagai variabel dependen. Secara parsial PSM atau Penggunaan Sosial Media (X2) adalah variabel bebas yang mempengaruhi MMP atau Minat Melamar Pekerjaan (Y) sebagai variabel dependen. Dan secara simultan EA atau *Employer Attractiveness* dan PSM atau Penggunaan Sosial Media sama-sama mempengaruhi MMP atau Minat Melamar Pekerjaan.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang

diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.¹⁵

Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis penelitian ini adalah:

Ha1 = Ada pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ho1 = Tidak ada pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ha2 = Ada pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ho2 = Tidak ada pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ha3 = Ada pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ho3 = Tidak ada pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

¹⁵ hlm.93

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Syekh Ahmad Ad-dary Padangsidempuan Jalan H. Tengku Rizal Nurdin. Penelitian ini dilakukan bulan Februari 2023 hingga dengan Mei 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis peneliian kuantitaif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Dan penelitian kuantitatif ini banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya.¹⁶

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁷ Maka dari itu keseluruhan dari subjek penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam baik yang masih aktif ataupun sudah lulus terdapat 320 mahasiswa.

¹⁶ muslich anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya:Unair (AUP),2009),hlm.14.

¹⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung:Alfabeta,2017),hlm.61.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi.¹⁸ Dan dapat juga dikatakan sampel merupakan bagian kecil yang diambil dari anggota populasi berdasarkan prosedur yang sudah ditentukan sehingga bisa digunakan untuk mewakili populasinya.

Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus slovin (teknik sampling), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel adalah 10% = 0,1.

Maka:

$$n = \frac{320}{1 + 320 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{320}{4,2}$$

$$n = 76,1904$$

$$n = 76$$

Dari jumlah tersebut, maka sampel dalam penelitian sebanyak 76 responden.

D. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan

¹⁸,hlm.62

dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey atau observasi.¹⁹

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bias diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet websites, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang biasa dilakukan dengan tatap muka dimana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* dan pihak lainnya berperan sebagai informasi atau mengumpulkan data. *Interviewer* menanyakan sejumlah pertanyaan kepada *interviewer* untuk mendapatkan jawaban.

2. Angket(Koesioner)

Angket (Koesioner) adalah suatu daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pilihan jawaban mengenai variabel penelitian atau obyek yang diteliti. Pertanyaan-pertanyaan didalam kuesioner didasarkan pada

¹⁹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta:PT Grasindo,2005), hlm.168.

indikator- indikator yang merupakan defenisi operasional dari suatu variabel penelitian.²⁰

Tabel III.1
Skala Pengukuran

Pertanyaan	Pertanyaan Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
Minat Melamar Pekerjaan	5. Pembuatan Keputusan	2,3
	6. Penentuan Pilihan Pekerjaan	5,6
	7. Pencarian Informasi Pekerjaan	8
	8. Kebutuhan akan Pekerjaan	4
<i>Employer Attractiveness</i>	1. Tanggung jawab Peran	2,3
	2. Ketetapan Waktu	5,6
	3. Kualitas Pekerjaan	8
Penggunaan Sosial Media	1. Adanya Konten	2,3
	2. Informasi yang menarik	5
	3. Menghibur dapat mendorong orang untuk melihat	7,8

3. Dokumentasi

Data dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh berbagai pihak baik pihak pengumpul data atau pihak lain. Data penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang digunakan data *time series* berdasarkan runtun waktu.

²⁰ Muchson, *Statistik Deskriptif*, (Jakarta: Guepedia, 2020), hlm. 24.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar- benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Untuk melihat butir soal valid atau tidak valid dapat dilakukan dengan nilai sig atau nilai pearson corelation diperoleh. Berdasarkan nilai signifikan $< 0,1$ maka butir pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,1$ maka butir pertanyaan tidak valid. Berdasarkan nilai pearson corelation, jika nilai pearson corelation $> r_{tabel}$ maka soal valid, sebaliknya jika pearson corelation $< r_{tabel}$ maka soal tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur dipercaya atau dapat diandalkan.²¹ Uji Reabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya, instrumen kuesioner dinyatakan andal bila memiliki nilai alpha cronbach $> 0,6$.

G. Analisis Data

1. Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Keputusan

²¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 96-97.

berdistribusi normal atau tidaknya residual secara sederhana dengan membandingkan nilai probabilitas *Jarque Bera* hitung dengan tingkat signifikansi 0,10 persen. Apabila nilai probabilitas *Jarque Bera* hitung lebih besar dari 0,10 persen maka residual berdistribusi normal, dan sebaliknya apabila nilai probabilitas *Jarque Bera* lebih kecil dari 0,10 persen maka residual tidak berdistribusi normal.

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dan menjelaskan juga cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi grafik maupun batang diagram lingkaran, pictogram, penjelasan, kelompok melalui modus, mean, dan variasi kelompok melalui rentang simpang baku.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model yang digunakan tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik regresi. Berikut ini merupakan pengujian asumsi klasik yaitu:

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dalam model

regresi. Pada penelitian ini digunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* di atas 0,10 dengan VIF di bawah 5.²²

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* pada suatu periode pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk membuktikan dugaan pada uji heteroskedastisitas maka dilakukan uji *White Heteroscedasticity* yang tersedia dalam program Eviews. Hasil yang diperhatikan dari uji ini adalah nilai *F* dan *Obs* R-Squared*. Jika nilai *Obs* R-Squared* lebih kecil dari X^2 tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas, demikian juga sebaliknya.

c. Uji Autokolerasi

Pengujian autokolerasi dimaksudkan untuk mengetahui terjadi atau tidaknya kolerasi antara anggota serangkaian data observasi yang diurutkan menurut urutan waktu atau ruang. Hal ini mempunyai makna bahwa satu tahun tertentu di pengaruhi oleh tahun sebelumnya atau tahun berikutnya, terjadinya kolerasi antara data menurut waktu atau ruang menyebabkan uji *F* dan uji *t* tidak akurat. Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya autokolerasi data diketahui dengan uji statistik *d* Durbin-

²² Imam Ghozali, *Aplikasi multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro, 2013), hlm. 107.

Watson. Apabila nilai tersebut mendekati 2 maka tidak terjadi autokolerasi.²³

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji statistik merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing koefisien regresi signifikan atau tidak terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan.

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$. maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka pada tingkat kepercayaan tertentu H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang diuji berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap variabel dependen.²⁴

b. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji koefisien regresi secara simultan dilakukan dengan menggunakan analisis varian. Analisis varian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk pengujian ini digunakan hipotesa sebagai berikut :

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak²⁵

²³ Nurul Qomariah, *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung*, (Jember:CV Pustaka Abadi,2020),hlm. 46.

²⁴ Duwi Priyanto, *Spss Versi 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta:ANDI,2014), hlm.113.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan nilai F-tabel. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

5. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen memberi penjelasan terhadap variabel dependen. Yang ukurannya adalah semakin tinggi R^2 maka garis regresi sampel semakin baik juga. Jika R^2 mendekati 1 maka variabel independen mampu menjelaskan perubahan dari variabel dependen. Tetapi jika R^2 mendekati 0, maka variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Dikarenakan pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen dan dua independen. Maka metode analisis yang digunakan adalah metode regresi berganda. Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini dapat ditulis dalam persamaan sebagai berikut:²⁶

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

²⁵ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta:PT Bumi Aksara,2011),hlm.88.

²⁶ Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta:PT Bumi Aksara,2004),hlm.258.

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

b, c = Koefisien Regresi

X1 , X2 = Penggunaan Sosial Media, Minat Melamar Pekerjaan

e = Nilai Residual

Berdasarkan persamaan diatas, maka persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$PSM = \alpha + \beta_1 EA + \beta_2 MMP + e$$

Sehingga dapat menarik kesimpulan bahwa persamaannya yaitu:

Keterangan :

EA = *Employer Attractiveness*

PSM = Penggunaan Sosial Media

MMP = Minat Melamar Pekerjaan

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidempuan berdiri pada tahun 2012. FEBI berdiri bersamaan proses alih status STAIN Padangsidempuan menjadi IAIN Padangsidempuan berdasarkan peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang ditandatangani Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013.

Tindak lanjut dari peraturan presiden tersebut adalah lainnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No 93 Tahun 2013 tentang Menteri Agama Tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidempuan yang diundang di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM. Amir Syamsudin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidempuan memiliki empat Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK), dan satu program Pasca Sarjana. Febi merupakan fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun

keempat fakultas sama lahirnya, sebab tiga merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.²⁷

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidimpuan saat ini memiliki tiga jurusan yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Manajemen Zakat dan Wakaf. Jurusan Perbankan Syariah telah ada sejak tahun 2010, Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2012, dan Jurusan Manajemen Zakat Wakaf pada tahun 2016.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam berbasis teoantropoekosentris (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah) dan berperan aktif di tingkat internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis teoantropoekosentris
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian di bidang ekonomi dan bisnis islam yang berbasis teoantropoekosentris.
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis teoantropoekosentris.
- 4) Mengembangkan jaringan kerja samadengan pemangku kepentingan internasional dan nasional.

²⁷ Tim Penyusun Buku Renstra Akademik, *Renstra Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2019, hlm. 1.

- 5) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dipimpin oleh Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dekan dibantu oleh Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku wakil dekan bidang akademik dan pengembangan 1 Panduan Akademik, IAIN Padangsidimpuan 2014, hlm. 32.57 lembaga, Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku wakil dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Arbanur Rasyid., M.A selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidmpuan yang baru berdiri selama kurang lebih 4 tahun terus berbenah dan mengembangkan jurusan dengan berbagai strategi dalam pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Langkah yang dilakukan antara lain seminar dan lokal karya kurikulum, peningkatan mutu pengajaran, peningkatan profesionalitas dosen dan juga kerjasama dengan berbagai instansi terkait.²⁸

3. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

a. Ekonomi Syariah

Program Studi Ekonomi Syariah dipimpin oleh Delima Sari Lubis, M.A, selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Nurul Izzah M.Si, selaku sekretaris prodi Ekonomi Syariah. Program Studi Ekonomi Syariah

²⁸ Tim Penyusun Buku Renstra Akademik, *Buku Panduan Akademik IAIN Padangsidimpuan*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan 2014), hlm. 33.

memiliki tiga konsentrasi yaitu: Ilmu Ekonomi Syariah, Manajemen dan Bisnis Islam, Akuntansi dan Keuangan Syariah.

1) Visi prodi Ekonomi Syariah

Menjadi Program Studi Ekonomi Syariah *Centre Of Excellence* untuk menghasilkan lulusan yang professional, *entrepreneurship* dan berakhlak mulia di Indonesia Tahun 2025.

2) Misi prodi Ekonomi Syariah

- a) Menjalankan tata kelola program studi berdasarkan prinsip-prinsip manajemen yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel.
- b) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang professional dan interaktif, baik dalam teori maupun praktik.
- c) Melaksanakan dan mengembangkan ilmu pengetahuan untuk menumbuh kembangkan jiwa *entrepreneurship* dengan pendekatan ilmu ekonomi syariah.
- d) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dan budaya luhur dalam memberikan keteladanan kepada masyarakat.

b. Program Studi Perbankan Syariah

Program Studi Perbankan Syariah dipimpin oleh Nofinawati M.A, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.

c. Manajemen Zakat dan Wakaf

Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf dipimpin oleh Rodame Monitorir Napitupulu, M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

4. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen Prodi Ekonomi Syariah UIN SYAHADA Padangsidimpuan berjumlah 76 orang yang dijadikan sampel, penelitian pertimbangan dianggap mampu untuk menjawab kuesioner secara objektif. Pengambilan data primer untuk 76 responden pada penelitian ini menggunakan instrument angket yang disebar secara kebetulan dijumpai.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Data Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	31	31%
Perempuan	45	45%
Total	76	76%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan data responden diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan Program Studi Ekonomi Syariah yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 45 orang responden perempuan (45%) sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 31 orang (31%)

B. Deskripsi Data Penelitian

Untuk memperkuat penelian ini. Peneliti melampirkan data penelitian jawaban responden sebagai berikut:

Tabel IV.1
Data Jawaban Responden

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan	Employer Attractiveness						Penggunaan Sosial Media				Minat Melamar Pekerjaan			
				X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X2	Y	Y	Y	Y
1	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5
2	Pria	ES	2017	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
3	Pria	ES	2017	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5
6	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
7	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
8	Pria	ES	2017	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
9	Pria	ES	2017	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
10	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
11	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4
12	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4
13	Pria	ES	2017	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5
14	Pria	ES	2017	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3
15	Pria	ES	2017	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
16	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5
17	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4
18	Pria	ES	2017	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4
19	Pria	ES	2017	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5
20	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5
21	Pria	ES	2017	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
22	Pria	ES	2017	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5
23	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3
24	Pria	ES	2017	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
25	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4
26	Pria	ES	2017	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4
27	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	3
28	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5
29	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
30	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
31	Pria	ES	2017	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
32	Perempuan	ES	2017	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
33	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5

34	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
35	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
36	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
37	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
38	Perempuan	ES	2017	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
39	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
40	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
41	Perempuan	ES	2017	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
42	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
43	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
44	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5
45	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
46	Perempuan	ES	2017	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
47	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
48	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
49	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
50	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
51	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
52	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
53	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
54	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
55	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
56	Perempuan	ES	2017	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
57	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
58	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
59	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
60	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
61	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
62	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
63	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
64	Perempuan	ES	2017	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
65	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
66	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
67	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
68	Perempuan	ES	2017	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
69	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
70	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
71	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
72	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
73	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
74	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
75	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
76	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5

C. Hasil Analisis Data

Dalam penelitian ini di uji menggunakan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 23. Adapun tahapan analisa data yang dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas termasuk sebuah ukuran yang memperlihatkan tingkat keandalan ataupun keabsahan sebuah alat ukur. Dengan melakukan perbandingan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta memiliki nilai positif dengan dsignifikan 10% maka data tersebut valid. Sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tersebut tidak valid.

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas *Employer Attractiveness* (X₁)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,841	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=76-2=74$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1901	Valid
2	0,636		Valid
3	0,680		Valid
4	0,551		Valid
5	0,785		Valid
6	0,858		Valid

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel *employer attractiveness* memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel *employer attractiveness* dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel penggunaan sosial media sebagai berikut.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Penggunaan Sosial media (X₂)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,877	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=76-2=74 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1901	Valid
2	0,915		Valid
3	0,723		Valid
4	0,641		Valid
5	0,877		Valid
6	0,836		Valid
7	0,725		Valid
8	0,647		Valid
9	0,731		Valid
10	0,539		Valid
11	0,816		Valid
12	0,884		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel penggunaan sosial media memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel penggunaan sosial media dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel minat melamar pekerjaan sebagai berikut.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,437	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=76-2=74 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1901	Valid
2	0,477		Valid
3	0,662		Valid
4	0,558		Valid
5	0,561		Valid
6	0,532		Valid
7	0,650		Valid
8	0,534		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel minat melamar pekerjaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel minat melamar pekerjaan dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas termasuk indeks yang memperlihatkan sampai mana sebuah alat ukur bisa dipercaya ataupun diandalkan. Uji reliabilitas instrumen dilihat dari nilai cronbach alpha. Instrumen guna mengukur tiap variabel dianggap reliabel apabila mempunyai cronbach alpha $> 0,60$.

Tabel IV.4
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
<i>Employer Attractiveness</i>	0,822	6	Reliabel
Penggunaan Sosisal Media	0,929	12	Reliabel
Minat Melamar Pekerjaan	0,672	8	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel *Employer Attractiveness* (X_1) diperoleh nilai cronbach alpha $0,822 > 0,29$, variabel penggunaan sosial media (X_2) diperoleh nilai cronbach alpha $0,929 > 0,29$, dan variabel minat melamar pekerjaan (Y) diperoleh nilai cronbach alpha $0,672 > 0,29$. Sehingga variabel kepercayaan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Tabel IV.5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95378530
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.061
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.5 hasil dari uji normalitas diatas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikan 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 ($0.200 > 0,1$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut bertribusi normal.

4. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti mencari mean, min, mix, variance dan standar deviasi yang bertujuan untuk mengukur distribusi data digunakan dalam penelitian ini.

Tabel IV.6
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Employer Attractiveness	76	15	30	23.74	3.732
Penggunaan Sosisal Media	76	35	60	48.32	6.259
Minat Melamar Pekerjaan	76	26	38	32.86	2.892
Valid N (listwise)	76				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.6 hasil uji statistik deskriptif diatas bahwa untuk variabel *employer attractiveness* jumlah data (N) adalah 76, harga minimum 15, *employer attractiveness* maximum 30, *employer attractiveness* mean 23.74, dan standar deviasi adalah 3.732.

Untuk variabel penggunaan sosial media jumlah data (N) adalah 76, penggunaan sosial media minimum 35, penggunaan sosial media maximum 60, penggunaan sosial media mean 48,32, dan standar deviasi adalah 6.259.

Untuk variabel minat melamar pekerjaan jumlah data (N) adalah 76, minat melamar pekerjaan minimum 26, minat melamar pekerjaan maximum 38, minat melamar pekerjaan mean 32,86, dan standar deviasi adalah 2,892.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terdapat korelasi yang dapat diketahui dari nilai tolerance serta nilai variance inflation factor (VIF).

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.569	2.192		5.734	.000		
Employer Attractiveness	.368	.062	.474	5.966	.000	.989	1.011
Penggunaan Sosial Media	.239	.037	.518	6.516	.000	.989	1.011

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari *employer attractiveness* senilai 1,011 >0,5 , nilai VIF dari penggunaan sosial media senilai 1,011>0,5. Jadi dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residul satu pengamatan ke residul pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan koreksi spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai unstandardized residual. Jika unstandardized residual memiliki nilai signifikansi $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel IV.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.569	1.301		1.975	.052
Employer Attractiveness	.004	.037	.013	.113	.911
Penggunaan Sosialisasi Media	-.023	.022	-.123	1.055	.295

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.8 di atas bahwa uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji korelasi spearman's rho menyimpulkan bahwa nilai korelasi ketiga variabel independen dengan unstandardized residual memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis berguna untuk melihat ada atau tidaknya perbedaan rata-rata daripada sampel yang digunakan.

a. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji ini berguna untuk melihat apakah variabel bebas secara parsial signifikan mempengaruhi variabel terikat.

Tabel IV.9
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.569	2.192		5.734	.000
Employer Attractiveness	.368	.062	.474	5.966	.000
Penggunaan Sosial Media	.239	.037	.518	6.516	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui bahwa variabel *employer attractiveness* memiliki taraf signifikan $< \alpha$ yaitu $0.000 < 0,01$ dan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $5,966 > 2,37710$ sehingga hipotesis H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *employer attractiveness* secara parsial memiliki taraf signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Variabel penggunaan sosial media memiliki taraf signifikan $< \alpha$ yaitu $0,010 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,516 > 2.37710$ sehingga hipotesis H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa

penggunaan sosial media secara parsial memiliki taraf signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

b. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F berguna mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memengaruhi variabel dependen. Tingkat yang dipakai yaitu 0,01 ataupun 10%.

Tabel IV.10
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.112	2	170.556	43.489	.000 ^b
	Residual	286.296	73	3.922		
	Total	627.408	75			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosisa Media, Employer Attractiveness

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Dari hasil output SPSS tabel diatas nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu dari tabel anova F_{hitung} 43,489, jumlah variabel 76-3 sama dengan 2,16. Maka diperoleh F_{tabel} 2,16 hasil analisa data menunjukkan bahwa F_{hitung} biaya operasional dan pendapatan 43,489 > F_{tabel} > 2,16 maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media bersama sama memiliki taraf signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.

Tabel IV.11
Hasil Uji koefisien determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.531	1.980

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosisa Media, Employer Attractiveness

b. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Dari tabel IV.12 di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,531 atau 53,1 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variabel harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 53,1 persen. Sedangkan sisanya 46,9 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Hubungan secara linier antara dua ataupun lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y)

Tabel IV.12
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.569	2.192		5.734	.000
Employer Attractiveness	.368	.062	.474	5.966	.000
Penggunaan Sosial Media	.239	.037	.518	6.516	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan uji hasil regresi linear berganda pada tabel diatas maka persamaan regresi yang digunakan:

$$KP = a + b_1 \text{employer attractiveness} + b_2 \text{penggunaan sosial media} + e$$

$$KP = 12.569 + 0.368 \text{ employer attractiveness} + 0.239 \text{ penggunaan sosial media} + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta adalah 12,569 artinya jika variabel *employer attractiveness* (X_1), penggunaan sosial media (X_2), dan maka Minat Melamar Pekerjaan 12,569.
- b. Koefisien regresi *employer attractiveness* senilai 0.368 artinya apabila variabel *employer attractiveness* ditambah 1 satuan, maka Minat Melamar Pekerjaan bertambah sebesar 0.368 satuan. Koefisien bernilai positif antara *employer attractiveness* dengan Minat Melamar Pekerjaan.
- c. Koefisien regresi penggunaan sosial media senilai 0,239 artinya apabila variabel penggunaan sosial media ditambah 1 satuan, maka Minat Melamar Pekerjaan bertambah sebesar 0,239 satuan. Koefisien bernilai

positif antara penggunaan sosial media dengan Minat Melamar Pekerjaan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa febi. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bentuk Software SPSS versi 23.

1. Pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Widianti dan Murni *employer attractiveness* merupakan suatu kesan tentang ciri-ciri dan keuntungan yang terkait dengan organisasi, yang dirasakan oleh calon karyawan sebagai potensi imbalan dari bekerja di dalam organisasi tersebut.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara *employer attractiveness* terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *employer attractiveness* memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.966 > 2.37710$ dan signifikansi $5,966 > 2,37710$ maka H1 diterima artinya terdapat signifikan antara variabel *employer attractiveness* secara parsial terhadap minat melamar pekerjaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *employer attractiveness* berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Hal ini sejalan dengan teori yang dimana artinya bahwa apabila Semakin tinggi daya tarik perusahaan (*employer attractiveness*) dalam menarik minat pelamar, semakin tinggi

keinginan pencari kerja untuk melamar di perusahaan. Untuk meningkatkan daya tarik perusahaan bagi calon pelamar atau kandidat, tentu diperlukan citra perusahaan (*employer branding*) yang positif. Citra perusahaan juga merupakan faktor pendukung bagi perusahaan dalam menyelenggarakan proses rekrutmen yang efektif. Dimana semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi jumlah kandidat yang melamar pada suatu posisi pekerjaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Tiffanie Rahmasari Kusuma yang dimana hasilnya bahwa *employer attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

2. Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Kietzman menyatakan sosial media menjadi sangat penting karena menyediakan *platform* interaktif bagi pengguna yang memfasilitasi diskusi dan penyebaran informasi. Menurutnya, praktisi sumber daya manusia saat ini banyak yang menggunakan sosial media untuk melakukan kegiatan rekrutmen. Penggunaan sosial media merupakan proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui *smartphone* (telepon genggam).

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel penggunaan

sosial media memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,516 > 2,37710$ dan signifikansi $6,516 > 2,37710$ maka H2 diterima artinya terdapat signifikan antara variabel penggunaan sosial media secara parsial terhadap minat melamar pekerjaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan sosial media signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Hal ini sejalan dengan teori yang dimana artinya bahwa apabila Semakin banyak informasi yang tersebar pada media sosial, semakin banyak pula informasi yang dapat diperoleh tanpa diketahui kebenaran atau validasinya. Adanya media sosial pada dasarnya memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan cepat.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Nuramelia Putri Haryani yang dimana hasilnya bahwa penggunaan sosial media signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada *employer attractiveness*, penggunaan sosial media dan

minat melamar pekerjaan sementara masih banyak lagi variabel lain yang dapat diteliti.

2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.
3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana peneliti menyebarkan kepada mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan Program Studi Ekonomi Syariah yang susah dijumpai.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih sempurna lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dan pembahasan yang sudah dikemukakan sebelumnya mengenai Pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa FEBI, maka beberapa kesimpulan dapat ditarik yaitu:

1. Terdapat pengaruh *employer attractiveness* terhadap minat melamar pekerjaan Pada Mahasiswa FEBI.
2. Terdapat pengaruh penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan Pada Mahasiswa FEBI.
3. Terdapat pengaruh *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan Pada Mahasiswa FEBI.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh *Employer Attractiveness* dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa FEBI”.

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui bahwa variabel *employer attractiveness* memiliki taraf signifikan $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,01$ dan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $5,966 > 2,37710$ sehingga hipotesis H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *employer attractiveness* secara parsial memiliki taraf signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Variabel penggunaan sosial

media memiliki taraf signifikan $< \alpha$ yaitu $0,010 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,516 > 2,37710$ sehingga hipotesis H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan sosial media secara parsial memiliki taraf signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Dari hasil output SPSS tabel diatas nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu dari tabel anova F_{hitung} 43,489, jumlah variabel 76-3 sama dengan 2,16. Maka diperoleh F_{tabel} 2,16 hasil analisa data menunjukkan bahwa F_{hitung} biaya operasional dan pendapatan $43,489 > F_{tabel} > 2,16$ maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *employer attractiveness* dan penggunaan sosial media bersama sama memiliki taraf signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan akhir dari penelitian ini, saran dari peneliti yang harus di pertimbangkan bagi para peneliti selanjutnya adalah bahwa penelitian ini belum sempurna dan masih memiliki beberapa kekurangan yang diharapkan nantinya akan dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Beberapa faktor lain yang juga berhubungan dengan penelitian ini kiranya ditinjau kembali baik perusahaan lain ataupun rasio lain yang juga berpengaruh terhadap penelitian ini. Karena penelitian ini terbatas hanya menggunakan tiga variabel. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya agar melengkapi dan melakukan wawancara lebih baik.

Hal yang berkaitan yang belum bisa ditambahkan oleh peneliti seperti variabel lain dan jumlah sampel kiranya yang ditambahkan lagi oleh peneliti selanjutnya .

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Asep Hermawan. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo Tbk, 2015.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Departemen Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bogor: Halim, 2007.
- Duwi Priyanto. *Spss Versi 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Ikbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro, 2020.
- Muchson. *Statistik Deskriptif*. Jakarta: Guepedia, 2020.
- Muhammad Firdaus. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- muslich anshori dan Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Unair(AUP), 2019.
- Nurul Qomariah. *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung*. Jember: CV Pustaka Abadi, 2020.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- Tim Penyusun Buku Renstra Akademik. *Buku Panduan Akademik IAIN Padangsidimpuan*. Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2014
- . *Renstra Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019*. Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung:Alfabeta,2009.

Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung:Alfabeta,2017.

Asep Hermawan, Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif, Jakarta:PT Grasindo,2005.

Fadhallah, Wawancara, Jakarta Timur:UNJ Press,2020.

Muchson, Statistik Deskriptif, Jakarta:Guepedia, 2020.

Budi Darma, Statistika Penelitian menggunakan SPSS, Jakarta:Guepedia, 2020.

Imam Ghozali, Aplikasi multivariete dengan program IBM SPSS 23, Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro, 2023.

Shochrul Ajija, Cara cerdas menguasai Eviews , Jakarta: Selemba Empat, 2021.

Duwi Priyanto, Spss Versi 22 pengolahan Data Terpraktis, Yogyakarta:ANDI,2014.

Muhammad Firdaus, Ekonomimetrika suatu endekatan aplikatif, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2021.

Sumber lainnya :

Margaretha Noprisda Sinaga. “Pengaruh Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan.” *JAM* Volume 34 No 3 (2023).

Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri. “Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* Volume 1, No.2 (July 2021).

Rosalinda Riana Damayanti. “Pengaruh Employer Attractiveness Dan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z.” *Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022.*

Tiffanie Rahmasari Kusuma. “Pengaruh Employer Attractiveness Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa FBE UAJY.” *Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta,2020.*

Tongkow Liedfray,dkk. “Peran Media Social Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara”, *Jurnal Ilmah Society*, Volume 2 No.2 , 2022.

Yayat Suharyat. “Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia.” *Skripsi, Fakultas Agama Islam, UNISMA Bekasi*,2019.

Dita Fitri Widianti dan Arif Murti R,”Pengaruh Employer Attractiveness dan Corporate Reputation terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z pada Startup Unicorn Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Volume 24 Nomor 1, Juli 2022.

Tongkow Liedfray,dkk, “Peran media social dalam mempererat interaksi antar keluarga di desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara”, *Jurnal Ilmah Society*, Volume 2 No.2 , 2022.

Muhammad Ekhsan,dkk, “Pengaruh Employer Branding terhadap minat melamar pekerjaan dengan kompensasi sebagai variable mediasi”, *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan*, volume 2 no.1, November 2021.

Muhammad Ekhsan dan Nur Fitri”Pengaruh Employer Branding terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi”, *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, Volume 1, No.2, Juli 2021.

Nisa Nurkarima”Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Akhlakul Karimah dan Akhlakul Madzmumah Siswa di SMAN Kauman Tahun Ajaran 2017/2018”(Skripsi, IAIN Tulang Agung, 2018).

Yayat Suharyat, “Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusi” (Skripsi, Fakultas Agama Islam, UNISMA Bekasi).

Shalahuddin, dkk, “Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Milenial”, *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.6 No.1, 2022.

Feri Hagianto, “Pengaruh Visibility, Credibility, Attarativeness dan power Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Iklan Indomie Goreng Versi Al-Ghazali sebagai Celebrity”, *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Volume 1 Nomor 2, 2021.

- Hardana, Ali. "Pengaruh investasi aktiva, modal kerja dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada PT. Charoen pokphand Indonesia, TBK." *jurnal of Sharia Economic and Business*, Volume 1 Nomor 1, 2022.
- Hardana, Ali, Lismawati Hasibuan, and Try Wahyu Utami. "Dampak Disiplin Kerja Dan Konpensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan 88." *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu- Ilmu Sosial dan Keislaman*, Volume 9 Nomor 2, 2023.
- Lubis, Delima Sari. "Analisis Pengaruh dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pengangguran. 'At-Tijaroh: jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Volume 3 Nomor 2, 2017.
- Mutiah,Nur, Ali Hardana, and Aliman Syahuri Zein. "Analisis Perencanaan Strategis, Manajemen Perencanaan Strategis, Dan Strategi Kampus Padangsidempuan. "SAMMAJIVA:Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen, Volume 1 Nomor 1, 2023.
- Nasution,J, Hardana, A, Damisa, A,& rasyid,A, "Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. "jurnal Pengabdian Masyarakat bestari, Volume 1 Nomor 5, 2022
- Utami, Try wahyu, and Ali hardana. "Analisis Prediksi Kebangkrutan dengan Menggunakan Metode Altman Z-Score pada PT. Indofood Sukses Makmur, TBK. " *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Volume 1 Nomor 4, 2022.
- Zenika, Sindy, Delima Sari Lubis, and Aliman Syahuri Zein. "pengaruh Pertumbuhan Penduduk dan pertumbuhan Tenaga kerja Terhadap Pengangguran Tingkat Kota di Propinsi Sumatera utara Tahun 2014-2020. "PROFJES, Profetik: Jurnal Ekonomi Syariah. Volume 1 Nomor 1, 2022.

Daftar Riwayat Hidup

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Fuad Ardi Nasution
2. Tempat/Tanggal lahir : Padangsidempuan, 04 Juli 1999
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Alamat : Pudun Julu, Kecamatan batunadua
6. Email : Fuad.nst4@gamil.com
7. NO. Handphone : 0822 7620 7523

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200301 Pudun (2005-2011)
2. SMP Negeri 5 Padangsidempuan (2011-2014)
3. SMA Negeri 5 Padangsidempuan (2014-2017)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2017-2021)

III. MOTTO HIDUP

Berani ambil resiko, bermimpi besar, dan berharap besar tidak ada yang sia sia untuk mencoba.

LAMPIRAN

**Data Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	31	31%
Perempuan	45	45%
Total	76	76%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Data Jawaban Responden

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan	Employer Attractiveness						Penggunaan Sosial Media				Minat Melamar Pekerjaan			
				X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X2	Y	Y	Y	Y
1	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5
2	Pria	ES	2017	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
3	Pria	ES	2017	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5
6	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
7	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
8	Pria	ES	2017	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
9	Pria	ES	2017	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
10	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
11	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4
12	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4
13	Pria	ES	2017	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5
14	Pria	ES	2017	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3
15	Pria	ES	2017	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
16	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5
17	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4
18	Pria	ES	2017	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4
19	Pria	ES	2017	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5
20	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5
21	Pria	ES	2017	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
22	Pria	ES	2017	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5
23	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3
24	Pria	ES	2017	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
25	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4
26	Pria	ES	2017	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4
27	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	3
28	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5
29	Pria	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
30	Pria	ES	2017	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
31	Pria	ES	2017	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
32	Perempuan	ES	2017	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5

33	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
34	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
35	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
36	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
37	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
38	Perempuan	ES	2017	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
39	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
40	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
41	Perempuan	ES	2017	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5
42	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
43	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
44	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
45	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4
46	Perempuan	ES	2017	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
47	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
48	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
49	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
50	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
51	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
52	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
53	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
54	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
55	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
56	Perempuan	ES	2017	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
57	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
58	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
59	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
60	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
61	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
62	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
63	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
64	Perempuan	ES	2017	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
65	Perempuan	ES	2017	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
66	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
67	Perempuan	ES	2017	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
68	Perempuan	ES	2017	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
69	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
70	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
71	Perempuan	ES	2017	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
72	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
73	Perempuan	ES	2017	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
74	Perempuan	ES	2017	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
75	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
76	Perempuan	ES	2017	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4

Hasil Uji Validitas *Employer Attractiveness* (X₁)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,841	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=76-2=74 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1901	Valid
2	0,636		Valid
3	0,680		Valid
4	0,551		Valid
5	0,785		Valid
6	0,858		Valid

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji Validitas Penggunaan Sosial media (X₂)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,877	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=76-2=74 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1901	Valid
2	0,915		Valid
3	0,723		Valid
4	0,641		Valid
5	0,877		Valid
6	0,836		Valid
7	0,725		Valid
8	0,647		Valid
9	0,731		Valid
10	0,539		Valid
11	0,816		Valid
12	0,884		Valid

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji Validitas Minat Melamar Pekerjaan (Y)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,437	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=76-2=74 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1901	Valid
2	0,477		Valid
3	0,662		Valid
4	0,558		Valid
5	0,561		Valid
6	0,532		Valid
7	0,650		Valid
8	0,534		Valid

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
<i>Employer</i>	0,822	6	Reliabel

1 (Constant)	12.569	2.192		5.734	.000		
Employer Attractiveness	.368	.062	.474	5.966	.000	.989	1.011
Penggunaan Sosisal Media	.239	.037	.518	6.516	.000	.989	1.011

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
 Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.569	1.301		1.975	.052
Employer Attractiveness	.004	.037	.013	.113	.911
Penggunaan Sosisal Media	-.023	.022	-.123	-	.295
				1.055	

a. Dependent Variable: Abs_RES
 Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.569	2.192		5.734	.000
Employer Attractiveness	.368	.062	.474	5.966	.000
Penggunaan Sosisal Media	.239	.037	.518	6.516	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
 Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.112	2	170.556	43.489	.000 ^b
	Residual	286.296	73	3.922		
	Total	627.408	75			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosisal Media, Employer Attractiveness

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Uji koefisien determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.531	1.980

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosisal Media, Employer Attractiveness

b. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.569	2.192		5.734	.000
Employer Attractiveness	.368	.062	.474	5.966	.000
Penggunaan Sosisal Media	.239	.037	.518	6.516	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS 23



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 202/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2022
Lampiran :
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

20 April 2022

Yth. Bapak/Ibu;

1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Ali Hardana : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fuad Ardi Nasution
NIM : 1740200319
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Employer Attachments dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.