

**PERAN REPUTASI ORGANISASI
DALAM MEMEDIASI PENGARUH *EMPLOYER BRANDING*
TERHADAP NIAT MELAMAR PEKERJAAN MAHASISWA
ANGKATAN 2022 DI FBE UAJY**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Bonifasius Febrian Rahasena Putra

NPM: 220326650

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

SKRIPSI
PERAN REPUTASI ORGANISASI
DALAM MEMEDIASI PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP
NIAT MELAMAR PEKERJAAN MAHASISWA ANGKATAN 2022 DI FBE
UAJY



Pembimbing


Agatha Mayawati, SE., M.Sc.

17 Juni 2026

SKRIPSI
PERAN REPUTASI ORGANISASI
DALAM MEMEDIASI PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP
NIAT MELAMAR PEKERJAAN MAHASISWA ANGKATAN 2022 DI FBE
UAJY

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Bonifasius Febrian Rahasena Putra

NPM: 220326650

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 12 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



**Theresia Agung Maryudi
Harsiwi, SE., M.Si.**



**Debora Wintriarsi Handoko, SE., MM.,
M.Sc.**



Agatha Mayasari, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 17 Juni 2026
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERAN REPUTASI ORGANISASI
DALAM MEMEDIASI PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP
NIAT MELAMAR PEKERJAAN MAHASISWA ANGKATAN 2022 DI FBE
UAJY**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Ide, pernyataan maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari ide atau tulisan orang lain, saya nyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada bagian daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar dan terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dari keseluruhan ataupun sebagian dalam skripsi ini, maka saya siap untuk menerima konsekuensi, sanksi atau hukuman yang sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 01 Mei 2026

Yang menyatakan,



Bonifasius Febrian Rahasena Putra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Reputasi Organisasi dalam Memediasi Pengaruh *Employer Branding* terhadap Niat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Angkatan 2022 di FBE UAJY”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas limpahan rahmat, petunjuk, dan kekuatan yang senantiasa menyertai saya dalam setiap langkah, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini meskipun menghadapi berbagai tantangan dan hambatan.
2. Bapak Eka Sri Nursena, Ibu Puji Rahayu, dan Saudari Fransiska Ika, selaku orang tua dan kakak penulis yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, doa, dan motivasi yang tak pernah putus. Terima kasih atas setiap nasihat, dukungan moral maupun materil, serta doa yang selalu mengiringi langkah penulis, baik yang disampaikan secara langsung maupun melalui pesan.

Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan alasan utama bagi penulis untuk terus berjuang dan bertahan hingga titik akhir ini.

3. Ibu Agatha Mayasari, SE., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi kepada penulis. Segala masukan dan arahnya sangat berarti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berharga selama masa perkuliahan. Terima kasih atas fasilitas dan kesempatan yang telah diberikan untuk memperluas wawasan akademik penulis.
5. Segenap mahasiswa angkatan 2022 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dan kerjasama dari mereka, penulis tidak akan memperoleh data yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seseorang yang istimewa, yang senantiasa hadir memberikan kasih sayang, semangat, dan dukungan selama penulis menempuh perkuliahan. Terima kasih telah menjadi sosok yang suportif dan memicu semangat kompetitif sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan studi dengan hasil yang terbaik.

7. Teman-teman Dadakan, yang telah menjadi sahabat dalam mengarungi suka dan duka selama perkuliahan dari awal hingga akhir. Terima kasih atas segala waktu, tenaga, serta bantuan yang telah diberikan selama ini.
8. Teman-teman Divisi *Public Relation* periode 2022-2025 dan PIPH HMPSM 2024/2025, yang telah memberikan banyak pengalaman berharga selama berdinamika dalam organisasi. Terima kasih telah menjadi rekan seperjuangan dalam menjalani kehidupan organisasi semasa perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman penulis serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan kenangan indah selama perjalanan studi ini. Terima kasih telah berperan dalam mengisi kehidupan dan meninggalkan jejak berarti bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“The only way to do great work is to love what you do”

Steve Jobs

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 <i>Employer Branding</i>	16
2.1.1 Definisi <i>Employer Branding</i>	16
2.1.2 Dimensi <i>Employer Branding</i>	17

2.2 Niat Melamar Pekerjaan	19
2.2.1 Definisi Niat Melamar Pekerjaan	19
2.2.2 Faktor yang Memengaruhi Niat Melamar Pekerjaan.....	21
2.3 Reputasi Organisasi	23
2.3.1 Definisi Reputasi Organisasi	23
2.3.2 Dimensi dan Faktor yang Membentuk Reputasi Organisasi	24
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Niat Melamar Pekerjaan.....	26
2.4.2 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Reputasi Organisasi.....	27
2.4.3 Pengaruh Reputasi Organisasi terhadap Niat Melamar Pekerjaan	28
2.4.4 Peran Reputasi Organisasi dalam Memediasi Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Niat Melamar Pekerjaan	29
2.5 Model Penelitian.....	31
2.6 Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Lokasi Penelitian	47
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.4 Jenis dan Sumber Data	49
3.5 Metode Pengumpulan Data	49

3.6 Definisi Variabel dan Instrumen Penelitian	50
3.6.1 <i>Employer Branding</i>	50
3.6.2 Niat Melamar Pekerjaan	51
3.6.3 Reputasi Organisasi	51
3.7 Uji Instrumen.....	52
3.7.1 Uji Validitas	52
3.7.2 Uji Reliabilitas	53
3.8 Analisis Deskriptif.....	54
3.9 Uji Hipotesis.....	55
3.9.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	55
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.9.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	57
3.9.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	58
3.9.5 Koefisien Determinasi	59
3.9.6 Uji Sobel	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.2 Hasil Uji Instrumen	64
4.2.1 Hasil Uji Validitas	64
4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	67

4.3 Hasil Analisis Deskriptif	68
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Employer Branding</i>	68
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Melamar Pekerjaan	72
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Reputasi Organisasi.....	74
4.4 Hasil Uji Hipotesis	75
4.4.1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	75
4.4.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
4.5 Pembahasan Hipotesis	80
4.5.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Hipotesis 1).....	80
4.5.2 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Reputasi Organisasi (Hipotesis 2).....	82
4.5.3 Pengaruh Reputasi Organisasi terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Hipotesis 3).....	83
4.5.4 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Niat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Organisasi sebagai Mediasi (Hipotesis 4).....	84
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi Manajerial.....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian	90

5.4 Saran bagi Penelitian Selanjutnya	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Tabel Interval Kelas.....	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	63
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Employer Branding</i>	69
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Melamar Pekerjaan	73
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Reputasi Organisasi	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4. 9 Hasil Uji Sobel Mediasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	31
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	102
Lampiran 2. Kuesioner Data Responden	103
Lampiran 3. Pernyataan Terkait <i>Employer Branding</i>	104
Lampiran 4. Pernyataan Terkait Reputasi Organisasi	107
Lampiran 5. Pernyataan Terkait Niat Melamar Pekerjaan	108
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas.....	109
Lampiran 7. Uji Reliabilitas.....	112
Lampiran 8. Hasil Analisis Deskriptif.....	113
Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	114
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	115
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	115
Lampiran 12. Hasil Uji F	116
Lampiran 13. Hasil Uji Sobel.....	116
Lampiran 14. Jurnal Acuan Penelitian	117
Lampiran 15. Hasil Cek Turnitin	121

**Peran Reputasi Organisasi
dalam Memediasi Pengaruh *Employer Branding* terhadap Niat
Melamar Pekerjaan Mahasiswa Angkatan 2022
di FBE UAJY**

Disusun Oleh:

Bonifasius Febrian Rahasena Putra

NPM: 220326650

Pembimbing

Agatha Mayasari, SE., M.Sc.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran reputasi organisasi dalam memediasi pengaruh *employer branding* terhadap niat melamar pekerjaan pada mahasiswa tingkat akhir. Ketatnya persaingan di pasar tenaga kerja menuntut perusahaan untuk mampu menarik talenta muda berkualitas, termasuk lulusan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) yang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta unggulan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner daring kepada 200 mahasiswa tingkat akhir angkatan 2022 FBE UAJY. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dan berganda serta uji Sobel untuk menguji efek mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, serta terhadap reputasi organisasi. Reputasi organisasi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Lebih lanjut, reputasi organisasi ditemukan memediasi secara parsial hubungan antara *employer branding* dan niat melamar pekerjaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *employer branding* tidak hanya mampu secara langsung membangun niat melamar, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan persepsi positif terhadap reputasi perusahaan.

Kata Kunci: *Employer Branding*, Reputasi Organisasi, Niat Melamar Pekerjaan, Mahasiswa Tingkat Akhir, FBE UAJY.