

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Ayu, E. P. K., & Kusumawardhani, A. (2015). Analisis Pengaruh CSR terhadap Corporate Reputation dan Brand Awareness Bank Mandiri (Studi pada Mahasiswa Undip Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1–8.
- Badan Pusat Statistik. (2024a). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022. *Badan Pusat Statistik*, 11(84), 1–28.
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Tingkat Pengangguran Terbuka Kabupaten/Kota (Persen)*, 2024. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzMjMg==/tingkat-pengangguran-terbuka-kabupaten-kota.html>
- Barber, E. A. (1998). *Recruiting Employees: Individual and Organizational Perspectives*. Sage Publications.
- Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125.
- Budiono, A. L., & Suharnomo. (2021). Pengaruh Employer Brand Image terhadap Intensi Melamar Pekerjaan dengan Pengalaman Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pencari Kerja Generasi Y). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(2004), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Cahyo, I. N., & Waskito, J. (2023). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Persepsi Pencari Pekerjaan terhadap Minat Melamar Kerja: Studi Kasus pada Generasi Z Solo Raya. *INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi*, 4(2), 157–167. <https://doi.org/10.37373/infotech.v4i2.558>
- Chaeriyah, H., & Halomoan, Y. K. (2024). Pengaruh Online Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z Pengguna Platform TikTok di PT. Es Teh Indonesia. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4), 2225–2237. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12781>
- Crowther, D., & Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Bookboon.
- Dawood, H. (2019). Influence of Perceived Corporate Social Responsibility on Brand Image, Satisfaction, and Trust. *The Lahore Journal of Business*, 7(2), 33–58.
- Dewi, P. E. M. R., Wayan Mujiati, N., Made Artha Wibawa, I., & Made Dana, I. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan E-Recruitment terhadap Minat Melamar Kerja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(12), 2405–2413. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>

- Dinas Ketenagakerjaan. (2024). *Disnaker Kabupaten Bekasi Gelar Seleksi Calon Peserta Pelatihan Tenaga Kerja*. Bekasi: BekasiKab. <https://www.bekasikab.go.id/disnaker-kabupaten-bekasi-gelar-seleksi-calon-peserta-pelatihan-tenagakerja>
- Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi. (2024). *Daftar Upah Minimum Kabupaten/Kota di Daerah Provinsi Jawa Barat*. Open Data Jabar. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/daftar-upah-minimum-kabupatenkota-di-daerah-provinsi-jawa-barat>
- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 603–619. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>
- Fombrun, C. (1996). Realising Value From the Corporate Image. *Reputation*, 1–596.
- Fombrun, C. J. (1999). *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press. Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (1999). The Reputation QuotientSM: A Multi-Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.10>
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate Image, Recruitment Image And Initial Job Choice Decisions. *Academy of Management Journal*, 36(2), 414–427. <https://doi.org/10.5465/256530>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gisheila, M. V., Utomo, W., & Hadikusuma, R. (2024). Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Lokasi Kantor sebagai Variabel Moderating (Studi pada Pengguna JobStreet di Depok). *Jurnal Administrasi Profesional*, 05(01), 1–58.
- GoBekasi. (2023). *Ada 4 Perusahaan di Cikarang yang Oknum Bosnya Lakukan Pelecehan Seksual, Izin Perusahaan Terancam*. <https://gobekasi.id/2023/05/08/ada-4-perusahaan-di-cikarang-yang-oknum-bosnya-lakukan-pelecehan-seksual-izin-perusahaan-terancam/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson.

- Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi. *Jambura*, 6(1), 210–218. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Heinrich, S., & Strategist, M. (n.d.). *Praise for The Gen Z Frequency*.
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Calantone, R. J. (2014). Common Beliefs and Reality About PLS: Comments on Rönkkö and Evermann. *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209. <https://doi.org/10.1177/1094428114526928>
- Heriyanto, R., & Sugiyanto, S. (2023). Pengaruh CSR terhadap Niat Bergabung Generasi Milenial untuk Bekerja di PT Telkom Indonesia Tbk. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1555–1580. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.786>
- Hurlock, E. B. (1995). *Personality Development*. New Delhi: Tata Mc Graw-Hill.
- Iswandi, A. M. (2010). Analisa Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus: Kampanye Lifebuoy Berbagi Sehat). *Jurnal Manajemen Digital Library Universitas Indonesia*.
- Jima'ain, M. T. A., Fik, W. A. R. W. I., Alias, M. I., & Mohamad, A. M. (2020). Impacts and Effective Communication on Generation Z in Industrial Revolution 4.0 Era. *JETAL: Journal of English Teaching & Applied Linguistic*, 2(1), 37–42. <https://doi.org/10.36655/jetal.v2i1.204>
- Kholifah, C. D., Ahsan, M., & Fatmah, F. (2023). Determinan Rekrutmen Online Generasi Y dan Z di Perusahaan ABC. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 45–56. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.380>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2015). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kusdiyanto, & Ishbah, F. (2024). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Informasi Sosial Media dan Corporate Social Responsibility terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial dan Generasi Z. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3774–3789. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4025>
- Marketeers. (2023). *Marketeers Youth Choice Award (YCA) 2023: Merek-Merek Pilihan Gen Z*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/marketeers-youth-choice-award-yca-2023-merek-merek-pilihan-gen-z/>
- Marketeers. (2024). *Marketeers Youth Choice Award 2024: Ini Merek-Merek Pilihan Gen Z*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/marketeers-youth-choice-award-2024-merek-merek-pilihan-gen-z/>
- Nando, M. T., & Sukarno, G. (2024). Analysis of Company Reputation and

- Compensation on Intention to Apply Among Fresh Graduates. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(07), 3956–3964. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-14>
- Narimawati, U., Sarwono, J., Sos, S., Affandi, H. A., & Priadana, H. M. S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Penerbit Andi.
- Newsroom Diskominfoantik. (2020). *Perusahaan yang Salurkan Dana Lewat Forum CSR Masih Rendah*. Bekasiab. <https://www.bekasikab.go.id/perusahaan-yang-salurkan-dana-lewat-forum-csr-masih-rendah>
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Purnawan, G., Hapsara, I., & Nugrahaningsih, T. H. (2024). Corporate Reputation Mediates the Effect of Employer Branding on Intention Z Generation to Apply for a Job Reputasi Perusahaan Memediasi Pengaruh Employer Branding Terhadap Niat Mahasiswa Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2548–2562.
- Putri, R. L., & Abdurrahman. (2023). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan dan Informasi Sosial Media terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial dan Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10844–10861.
- Rahmadiani, I. S., Emilisa, N., & Mahdiansyah Falah, R. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Employer Attractiveness terhadap Job Pursuit Intention yang Dimediasi oleh Corporate Reputation Pada Generasi Z. *Action Research Literate*, 8(6). <https://doi.org/10.46799/ar.v8i6.391>
- Ricadonna, P. (2021). Pengaruh Proses Rekrutmen dan Reputasi Perusahaan terhadap Peningkatan Jumlah Karyawan di PT. Mitra Berkas Terpilih. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 696–704.
- Rosidah, E., Almunawwaroh, M., & Marlina, R. (2018). *Akuntansi Manajemen*. Bandung : Media Nusa Creative.
- Santiago, J. (2019). The Relationship Between Brand Attractiveness and the Intent to Apply for a Job: A Millennials Perspective. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(2), 142–157. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2018-0136>
- Semiawan, C. R. (2019). *Penerapan Pembelajaran pada Anak*. Jakarta: PT Indeks.
- Soleha, F. Z., & Satrya, A. (2024). *The Impact: Employer Brand, Corporate Social Responsibility, and Organizational Reputation in Job Application Intentions*.

4(09), 7682–7701.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sukresno, R. A., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 01(02), 84–93. <https://intropublica.org/index.php/jadbe>

Sulistiyanto, H., & Bernarto, I. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Employer Brand, Company's Reputation, dan Work Life Balance terhadap Applying for Jobs. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 11(1), 1312–1327.

Suntoro, R., Safari, T., & Krisdiyanto, D. (2024). Pengaruh Kompensasi, Reputasi Perusahaan, dan Lingkungan Kerja terhadap Minat Melamar Kerja di Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 4, 11–22. <https://doi.org/10.54066/jiesa.v4i2.325>

Untung, H. B. (2017). *Corporate Social Responsibility (Edisi 1)*. Jakarta : Sinar Grafika.

Wardani, R. A., & Ikram, M. A. D. (2023). Pengaruh Employer Branding, Corporate Reputation, dan Corporate Social Responsibility terhadap Intention to Apply Job pada Gen Z. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(4), 949–959.

Waruwu, N. F. L., Lieputra, N. A., Yosevina, C., & Murniardi, K. (2020). Pengaruh Advertising Framing dan Character Type Konten Employer Branding terhadap Intention to Apply. *Kajian Branding Indonesia*, 2(1), 103–131. <https://doi.org/10.21632/kbi.2.1.103-131>

Widianti, D. F. W., & R, A. M. (2022). Pengaruh Employer Attractiveness dan Corporate Reputation terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z pada Startup Unicorn Indonesia. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 24(1), 63–79. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

Wirohikmawan, R., & Kustini, K. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 457. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.779>

Yuwono, E. (2001). Hubungan Antara Minat Pekerjaan Di Bidang Keperawatan Dan Kinerja Perawat Rumah Sakit Umum Daerah. *Journal Buletin Penelitian RSUD Dr. Soetomo*, 4(1), 114–125.