

Peran Mediasi Daya Tarik Perusahaan pada Pengaruh *Work-Life Balance* dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z di Kota Semarang

Inayatul Ma'rifah^{1*}, Hertiana Ikasari², Agus Prayitno³, Adilla Kustya Ulfa⁴

Email korespondensi: 211202207832@mhs.dinus.ac.id

Universitas Dian Nuswantoro, Indonesia^{1*,2,3,4}

Abstrak

Studi mengkaji fungsi daya tarik perusahaan sebagai variabel perantara dalam hubungan antara *work-life balance* dan kompensasi terhadap ketertarikan melamar pekerjaan pada Gen Z di Kota Semarang. Fenomena kalangan muda untuk bergabung dengan perusahaan dijadikan sebagai aspek krusial dalam memahami preferensi karier mereka. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam riset ini, di mana kuesioner didistribusikan kepada 128 individu generasi Z di Semarang melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS4. Temuan penelitian mengindikasikan *work-life balance* dan kompensasi memberikan pengaruh positif signifikan terhadap daya tarik organisasi. Akan tetapi, pengaruh *work-life balance* terhadap minat melamar pekerjaan ditunjukkan bersifat positif namun tidak signifikan secara statistik. Di sisi lain, kompensasi terbukti memberikan dampak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Dengan demikian, daya tarik organisasi diidentifikasi sebagai variabel perantara dalam hubungan antara *work-life balance*, kompensasi, dan minat melamar kerja di kalangan generasi Z. Penelitian ini merekomendasikan agar jumlah responden dan variabel diperluas dalam studi berikutnya, serta menyarankan perusahaan untuk meningkatkan aspek pengembangan karier, sistem kompensasi, dan daya tarik perusahaan bagi generasi Z.

Kata kunci: *Work-life Balance; Kompensasi; Daya Tarik Perusahaan; Minat Melamar Kerja*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Peningkatan persaingan bisnis dalam perkembangan global menuntut organisasi untuk terus memperkuat keunggulan operasionalnya agar mampu bertahan dan berkembang. Pertumbuhan berkelanjutan suatu perusahaan merupakan hasil kerja keras seluruh Sumber Daya Manusia (SDM). Sumber daya manusia dipandang sebagai aset berperan penting dalam pencapaian tujuan dan keberlanjutan perusahaan (Kholifah et al., 2023). Seiring meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan perlu memperoleh karyawan yang memiliki kompetensi, potensi, dan kualitas unggul agar dapat mencapai target serta tujuan organisasinya.

Tempat kerja saat ini dipenuhi oleh Generasi Z, generasi yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012. Gen Z yang lahir dan berkembang di era digital memiliki pandangan yang berbeda mengenai pekerjaan serta lingkungan kerja. Menurut Pichler et al. (2021) memahami dan mempelajari karakteristik Generasi Z saat ini menjadi hal yang krusial bagi keberhasilan bisnis serta upaya dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Karena, kehadiran mereka memberikan pengaruh besar terhadap perubahan budaya kerja dan preferensi dalam memilih tempat kerja, sehingga perusahaan perlu beradaptasi agar dapat menarik minat melamar kerja (Jannavi & Utami, 2025). Ketidakmampuan

perusahaan dalam menangkap dan memenuhi harapan Generasi Z berpotensi menimbulkan hambatan dalam proses perekrutan sumber daya manusia yang kompeten dan melemahkan posisi kompetitif perusahaan di tengah dinamika perubahan zaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Randstad (2022) yang merupakan survei global terhadap 35.000 pekerja di kawasan Eropa, Asia Pasifik, dan Amerika, yang menunjukkan sekitar 40% responden dari Generasi Z berusia 18–24 tahun lebih memilih menganggur daripada bekerja di lingkungan yang tidak membuat mereka bahagia. Temuan ini menggambarkan adanya perubahan cara pandang terhadap dunia kerja, di mana Generasi Z lebih menekankan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan serta kepuasan bekerja, bukan hanya fokus pada faktor ekonomi. Kondisi tersebut juga tercermin di Indonesia, di mana masuknya Generasi Z ke dunia kerja membawa dinamika baru terhadap pasar tenaga kerja nasional. Banyak dari mereka yang lebih selektif dalam memilih perusahaan dan pekerjaan, khususnya yang menghadirkan keselarasan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan, kompensasi yang layak, serta citra perusahaan yang menarik. Kondisi tersebut juga tercermin di Kota Semarang, yang berfungsi sebagai salah satu pusat perekonomian terpenting di Jawa Tengah sekaligus memiliki tingkat kompetisi kerja yang cukup ketat. Berdasarkan data BPS Kota Semarang (2025), TPT pada Agustus 2023 tercatat sebesar 5,99% dan menurun 5,82% di 2024. Meskipun penurunan ini mengindikasikan adanya kemajuan dalam kondisi ketenagakerjaan, angka tersebut tetap menunjukkan pertumbuhan lapangan pekerjaan belum sepenuhnya mampu menandingi peningkatan jumlah angkatan kerja. Oleh karena itu, memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan masih menjadi tantangan signifikan, khususnya bagi generasi muda yang akan memasuki pasar kerja.

Fenomena menurunnya minat Generasi Z untuk bekerja sebagai karyawan menjadi isu yang semakin terlihat dalam beberapa tahun terakhir (Randstad, 2022). Pandangan yang berbeda terkait dunia kerja cenderung ditunjukkan oleh generasi muda saat ini dibandingkan generasi pendahulunya. Mereka tidak lagi memandang pekerjaan sebagai karyawan tetap di perusahaan besar sebagai satu-satunya jalur karir yang ideal, melainkan lebih mengutamakan fleksibilitas, kebebasan, serta keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Ketidakpuasan terhadap sistem penghargaan, gaji yang tidak sepadan dengan beban kerja, serta kurangnya makna dalam pekerjaan juga menjadi faktor pendorong menurunnya minat melamar kerja sebagai karyawan tetap (Widyanti & Febrian, 2022). Sehingga, perusahaan menghadapi tantangan besar dalam menarik dan mempertahankan talenta muda. Fenomena tersebut menunjukkan pentingnya bagi organisasi untuk menyesuaikan strategi MSDM melalui kebijakan yang lebih fleksibel. Dengan adanya persaingan antar perusahaan untuk merekrut calon karyawan potensial serta menurunnya minat generasi muda untuk bekerja sebagai karyawan, hal ini menjadikan Generasi Z di Kota Semarang sebagai subjek penelitian yang menarik untuk diteliti. Kondisi ini juga mendorong perusahaan agar memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat melamar kerja, termasuk aspek *work-life balance*, kompensasi, dan daya tarik perusahaan, demi keberhasilan dalam menarik tenaga kerja unggul di masa mendatang.

Minat melamar pekerjaan suatu perilaku sadar individu yang berusaha untuk memperoleh pemahaman yang lebih detail terkait suatu organisasi. Minat melamar pekerjaan juga dapat dipandang sebagai suatu proses yang dimulai dari pertimbangan individu terhadap sebuah organisasi sebagai tempat yang layak dan sesuai untuk mencari serta memperoleh pekerjaan (Ananda & Santosa, 2024). Menurut penelitian dari

Wirohikmawan & Kustini (2023), minat melamar pekerjaan adalah proses yang menunjukkan daya tarik individu terhadap suatu pekerjaan, berawal dari berbagai upaya dalam mengumpulkan informasi seputar lowongan atau kesempatan kerja yang tersedia. Minat ini tercermin melalui perilaku seseorang yang aktif melakukan pencarian informasi tentang perusahaan yang menjadi tujuan lamarannya. Beberapa tahapan dilalui oleh calon pekerja sebelum mendaftar posisi pekerjaan, yaitu munculnya kebutuhan akan pekerjaan, dilakukannya seleksi dan pertimbangan jenis pekerjaan yang diinginkan, dicarinya informasi lowongan melalui berbagai sumber rekrutmen, dan akhirnya dibuatnya keputusan untuk menerima atau menolak kesempatan kerja tersebut (Wirohikmawan & Kustini, 2023).

Proses pengambilan keputusan untuk melamar kerja, seseorang tidak serta merta bertindak tanpa dasar. Ketertarikan muncul ketika calon pelamar merasa pekerjaan yang ditawarkan sejalan dengan pandangan dan harapan pribadinya. lingkungan kerja yang mampu menjaga keseimbangan antara kehidupan profesional dan personal membuat individu memandang pekerjaan tersebut secara lebih positif dan merasa memiliki kendali atas pilihan karirnya. Di sisi lain, imbalan yang diberikan perusahaan menambah keyakinan keputusan yang diambil akan membawa manfaat nyata, baik secara materi maupun nonmateri. Selain itu, citra dan kesan terhadap perusahaan turut memainkan peran penting semakin menarik suatu organisasi di mata generasi Z, semakin kuat pula dorongan sosial dan psikologis untuk mempertimbangkan diri menjadi bagian di dalamnya. Maka dari itu, keputusan melamar pekerjaan pada akhirnya dipengaruhi oleh keyakinan pribadi, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi terhadap kemudahan dan keuntungan yang dapat diperoleh dari pekerjaan tersebut (Indra *et al.*, 2024).

Banyak penelitian sebelumnya telah menelaah keterkaitan antara *work-life balance*, kompensasi, daya tarik perusahaan dalam mempengaruhi minat melamar kerja. Pada hasil penelitian Ahamad *et al.* (2023) dan Ramadhani *et al.* (2025) *work-life balance* memiliki dampak signifikan pada daya tarik suatu perusahaan. Demikian juga, kompensasi memiliki dampak signifikan daya tarik perusahaan menurut Qolbi *et al.* (2024) dan Putri & Zaman (2024). Pada hubungan *work-life balance* dengan minat melamar, dimana Sulistyanto & Bernarto (2023) dan Anggraini & Ellyawati (2025), menemukan pengaruh signifikan, sedangkan Ramadhani *et al.* (2025) menemukan sebaliknya. Pada variabel kompensasi pada penelitian Jannavi & Utami (2025), Gisheila *et al.* (2024) dan Luthfi *et al.* (2024) melaporkan hasil signifikan, namun Safitri *et al.* (2023) menemukan hasil tidak signifikan. Begitu juga pengaruh daya tarik perusahaan terhadap minat melamar, dimana Junaedi *et al.* (2024) dan Wirohikmawan & Kustini (2023), menemukan hasil signifikan, sedangkan Kurniawati *et al.* (2025) melaporkan hasil tidak signifikan. Selanjutnya, temuan Ramadhani *et al.* (2025) mengindikasikan *work-life balance* tidak berpengaruh langsung pada minat melamar, tetapi signifikan melalui mediasi daya tarik perusahaan, menunjukkan celah penelitian terkait peran mediasi yang belum diuji konsisten. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk menguji kembali hubungan antarvariabel tersebut dengan melibatkan daya tarik perusahaan sebagai variabel mediasi pada konteks dan karakteristik responden yang berbeda.

Survei awal yang dilakukan untuk memulai studi ini melibatkan Generasi Z di Kota Semarang sebanyak 26 orang, termasuk mereka yang memiliki keinginan dan tidak memiliki keinginan untuk melamar pekerjaan.

Tabel 1 Hasil Pra-Survei

Indikator	Setuju	%	Tidak Setuju	%	Responden
X1.1	24	96%	1	4%	25
X1.2	21	84%	4	16%	25
X1.3	25	100%	0	0%	25
X2.1	25	100%	0	0%	25
X2.2	24	96%	1	4%	25
X2.3	25	100%	0	0%	25
X2.4	25	100%	0	0%	25
Z.1	25	100%	0	0%	25
Z.2	23	92%	2	8%	25
Z.3	24	96%	1	4%	25
Z.4	24	96%	1	4%	25
Z.5	25	100%	0	0%	25
Y.1	24	96%	1	4%	25
Y.2	23	92%	2	8%	25
Y.3	25	100%	0	0%	25
Y.4	23	92%	2	8%	25

Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan hasil survei awal, sebanyak 25 responden menyatakan memiliki minat untuk melamar pekerjaan, sedangkan 1 responden tidak berminat karena memiliki usaha sendiri. Responden memiliki pandangan positif terhadap *work-life balance*, kompensasi, dan daya tarik perusahaan. Sebanyak 96% responden menilai pentingnya keselarasan antara kehidupan profesional dan personal, dan 100% tertarik pada perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan mental serta fisik karyawannya. Dalam hal kompensasi, 100% responden percaya gaji yang layak, tunjangan tambahan, dan lingkungan kerja yang nyaman merupakan faktor penting yang memengaruhi minat mereka saat melamar pekerjaan. Sebagian besar responden tertarik pada perusahaan yang memiliki reputasi baik (100%), 92% mempertimbangkan peluang penghasilan yang kompetitif, dan 96% menyukai budaya kerja yang sesuai dengan kepribadian mereka. Selain itu, sebagian besar responden juga menilai pentingnya kesempatan berkontribusi terhadap tujuan organisasi serta pengembangan diri karyawan. Temuan ini menunjukkan keseimbangan hidup, kompensasi yang layak, dan daya tarik perusahaan yang kuat memiliki pengaruh besar dalam mendorong Generasi Z di Kota Semarang untuk melamar pekerjaan.

Fenomena tersebut mencerminkan meningkatnya kesadaran Generasi Z dalam menentukan pilihan kerja yang tidak lagi semata-mata berorientasi pada aspek finansial. Kelompok ini cenderung mempertimbangkan berbagai faktor nonmoneter, seperti kesejahteraan kerja, fleksibilitas jam kerja, peluang pengembangan diri, serta kesesuaian nilai pribadi dengan nilai yang dianut perusahaan. Kondisi ini mendorong organisasi untuk tidak hanya menawarkan kompensasi yang kompetitif, tetapi juga membangun citra perusahaan yang positif melalui strategi daya tarik perusahaan yang kuat, penciptaan lingkungan kerja yang mendukung kesejahteraan karyawan, serta sistem penghargaan yang adil dan berdaya saing guna menarik dan mempertahankan tenaga kerja muda.

Seiring dengan perkembangan tersebut, calon karyawan semakin selektif dalam mengevaluasi daya tarik suatu perusahaan sebelum memutuskan untuk melamar. Tidak sedikit individu yang memilih menolak tawaran kerja dari perusahaan besar apabila lingkungan kerja yang ditawarkan dinilai kurang nyaman atau tidak selaras dengan nilai pribadi mereka. Daya tarik perusahaan ditunjukkan melalui sejumlah aspek yang dipertimbangkan individu sebagai dasar keputusan untuk bergabung dengan suatu organisasi. Oleh karena itu, karakteristik unik perlu dimiliki oleh setiap perusahaan agar dapat menarik perhatian calon karyawan. Keunikan tersebut berperan sebagai faktor psikologis yang signifikan dalam memengaruhi ketertarikan seseorang untuk menjadi bagian dari perusahaan tersebut (Putri & Zaman, 2024). Daya tarik perusahaan didefinisikan sebagai manfaat dan nilai yang dirasakan calon karyawan dari suatu organisasi, seperti peluang pengembangan, keamanan kerja, dan imbalan yang kompetitif, yang membuat individu tertarik untuk melamar dan bergabung (Nguyen & Nguyen, 2023). Konsep ini menggambarkan keinginan individu untuk mencari, melamar, dan menerima tawaran kerja dari perusahaan tertentu, yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap daya tarik organisasi (Damoah, 2025). Penelitian dari Buitek *et al.* (2025), hal ini menunjukkan perusahaan tersebut dianggap sebagai tempat kerja yang menarik, dan citra, reputasi, serta profesionalisme yang baik membuat generasi muda ingin bergabung dengannya.

Menurut Tri Auri Yanti & Zahara Meutia (2024) generasi Z mampu menyeimbangkan kehidupan pribadi dan profesional melalui sistem kerja yang fleksibel. Dengan fleksibilitas tersebut, mereka dapat terus menyesuaikan dan mengembangkan pekerjaan agar selaras dengan gaya hidup yang mereka pilih. Kebijakan *work-life balance* seperti jam kerja fleksibel, kesempatan cuti, dan budaya kerja yang mendukung keseimbangan hidup dapat meningkatkan citra positif perusahaan. Ketika calon pelamar menilai perusahaan mampu menyediakan keseimbangan antara kehidupan profesional dan personal, sehingga meningkatkan *attractiveness* perusahaan dan intensi untuk melakukan pengajuan lamaran di organisasi tersebut (Panda & Sahoo, 2021). Citra ini meningkatkan daya tarik perusahaan bagi calon pelamar, yang pada akhirnya memengaruhi minat untuk melamar pekerjaan, terutama bagi generasi yang memprioritaskan kesejahteraan dan fleksibilitas, seperti Generasi Z (Opatrná & Prochazka, 2023).

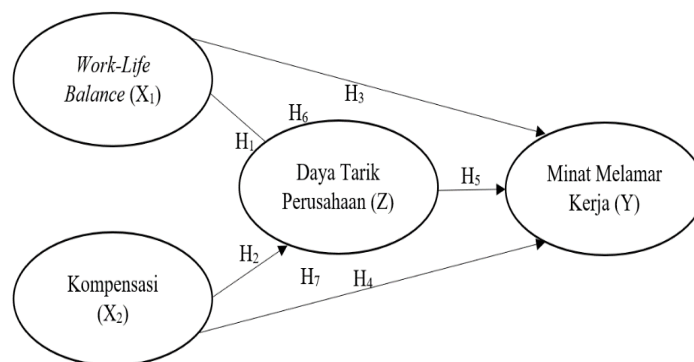
Para pencari kerja masa kini, terutama Gen Z, mempertimbangkan banyak hal ketika mengirimkan lamaran kerja ke suatu perusahaan atau organisasi. Gaji yang disarankan menjadi salah satu faktor yang diperdebatkan oleh perusahaan, karena mereka mengharapkan imbalan yang sepadan dan adil atas kontribusi yang telah atau akan mereka berikan terhadap perusahaan. Menurut Fang *et al.* (2021), kompensasi dapat dipahami sebagai imbalan finansial yang dimasukkan dalam strategi manajemen sumber daya manusia untuk memengaruhi perilaku dan keputusan karyawan. Kompensasi didefinisikan sebagai total imbalan yang diterima karyawan dari perusahaan sebagai penghargaan atas kontribusi mereka (Aman-Ullah *et al.*, 2023). Kompensasi dipandang sebagai faktor organisasi yang memengaruhi keputusan kerja, bersama dengan keseimbangan kehidupan kerja, pengembangan profesional, dan lingkungan kerja (Al-Ali *et al.*, 2025).

Secara keseluruhan, temuan dan pembahasan yang telah diuraikan menegaskan Generasi Z merupakan kelompok yang lebih mengutamakan organisasi yang tidak sekadar memberikan penghasilan bersaing, namun juga menawarkan nilai-nilai, kultur, dan fleksibilitas pekerjaan yang sejalan dengan preferensi hidup mereka. Dengan demikian, daya tarik perusahaan dianggap relevan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan

bagaimana persepsi terhadap *work-life balance* dan kompensasi dapat memengaruhi minat melamar kerja pada Generasi Z di Kota Semarang. Studi ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh *work-life balance* dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada Generasi Z di Kota Semarang, serta menguji fungsi mediasi daya tarik perusahaan dalam relasi tersebut.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menjelaskan daya tarik perusahaan sebagai mediasi yang menghubungkan variabel independen keseimbangan kehidupan kerja dan kompensasi dengan variabel dependen niat melamar pekerjaan. Menambahkan daya tarik perusahaan sebagai variabel mediasi sangat penting untuk meningkatkan akurasi model penelitian dan menjelaskan mekanisme tidak langsung yang mendasari hubungan antar variabel dalam penelitian ini.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Sumber: Penulis, 2025

H_1 : *Work-Life Balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Perusahaan.

H_2 : Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Perusahaan.

H_3 : *Work-Life Balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja.

H_4 : Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja.

H_5 : Daya Tarik Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja.

H_6 : Daya Tarik Perusahaan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam pengaruh antara *Work-Life Balance* dan Minat Melamar Kerja.

H_7 : Daya Tarik Perusahaan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam pengaruh antara Kompensasi dan Minat Melamar Kerja.

Metode Analisis

Penelitian ini berfokus pada upaya memperoleh pemahaman terkait hubungan antarvariabel dalam penelitian ini sekaligus menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Penetapan ukuran sampel berpedoman pada rumus Hair et al. (2021) guna memperoleh sampel representatif dari populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Proses pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden adalah Generasi Z di Kota Semarang berusia 18 hingga 28 tahun yang memiliki ketertarikan untuk mencari pekerjaan. Maka dari itu, jumlah sampel yang tepat berada pada rentang 100 sampai 200 responden, yang ditentukan berdasarkan jumlah indikator lalu dikalikan dengan faktor 5-10. Penelitian ini memanfaatkan 16 indikator yang kemudian dikalikan dengan angka 8, karena angka tersebut masih berada dalam rentang yang direkomendasikan serta dianggap memadai untuk memenuhi kebutuhan analisis statistik. Oleh karena itu, penelitian ini membutuhkan sampel sebesar 128 responden.

Data survei diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden berbasis *Google Form* yang berisi sejumlah pertanyaan mengenai variabel *work-life balance*, kompensasi, daya tarik perusahaan, dan minat melamar kerja. Instrumen kuesioner tersebut disusun dengan merujuk pada landasan teori serta hasil penelitian terdahulu yang menelaah keterkaitan antar variabel tersebut.

Riset ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan analisis statistik deskriptif serta teknik pengolahan data *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Menurut Hair *et al.* (2021), PLS-SEM semakin banyak diterapkan dalam penelitian bidang manajemen karena mampu memberikan estimasi yang akurat terhadap model hubungan sebab-akibat yang sesuai dengan landasan teori. Selain itu, PLS-SEM dipilih karena tidak memerlukan asumsi ketat tentang normalitas data dan berfokus terutama pada prediksi dan pengembangan model, sehingga sesuai dengan karakteristik data penelitian ini. Analisis dilakukan melalui, analisis model pengukuran yang meliputi uji validitas dan uji reabilitas, serta analisis model struktural yang mencakup pengujian nilai *R-Square* dan uji hipotesis.

Perbedaan pemahaman terhadap konsep yang diteliti dapat diminimalkan serta konsistensi dalam proses pengumpulan dan analisis data dapat dijaga melalui penggunaan definisi operasional. Indikator yang dapat diamati dan diukur secara nyata digunakan sebagai bentuk perubahan variabel penelitian sebagaimana dijelaskan melalui definisi operasional.

Tabel 2 Tabel Definisi Operasional

Variabel	Kode	Indikator	Referensi
Work-life balance	X1.1	Keseimbangan waktu	(Nurhasanah <i>et al.</i> , 2024)
	X1.2	Keseimbangan keterlibatan	
	X1.3	Keseimbangan kepuasan	
Kompensasi	X2.1	Upah dan Gaji	(Fatimah <i>et al.</i> , 2021)
	X2.2	Insentif	
	X2.3	Tunjangan	
	X2.4	Fasilitas	
Minat melamar kerja	Y.1	Kebutuhan akan pekerjaan	(Fatimah <i>et al.</i> , 2021)
	Y.2	Pencarian informasi pekerjaan	
	Y.3	Penentuan pilihan pekerjaan	
	Y.4	Pembuatan keputusan	
Daya tarik perusahaan	Z.1	Nilai Sosial	(Putri & Zaman, 2024)
	Z.2	Nilai Ekonomis	
	Z.3	Nilai Minat	
	Z.4	Nilai Aplikasi	
	Z.5	Nilai Pengembangan	

Sumber: penulis 2025

Hasil dan Pembahasan

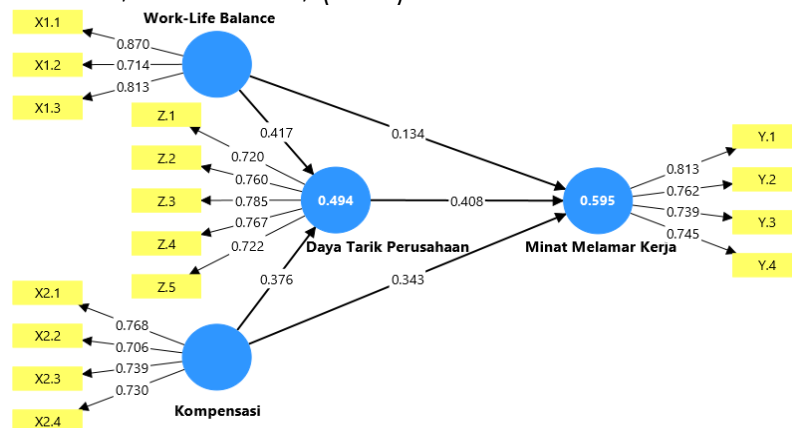
Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah individu dari generasi Z yang berdomisili di Kota Semarang, berada pada rentang usia kerja 18 hingga 28 tahun, serta memiliki ketertarikan untuk mencari pekerjaan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan *Google Forms*, yang pada tahap awal memperoleh 151 responden. Dari jumlah tersebut, 147 responden berminat untuk melamar pekerjaan. Selanjutnya, terdapat 19 responden yang teridentifikasi sebagai data tidak layak karena menunjukkan pola jawaban yang tidak valid seperti isian yang tidak konsisten dan jawaban yang sama secara berulang pada seluruh butir pertanyaan, sehingga dikeluarkan dari proses analisis.

Dengan demikian, total sampel akhir yang valid dan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 128 responden, sesuai dengan ketentuan minimum ukuran sampel penelitian.

Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengevaluasi kemampuan instrumen kuesioner dalam merepresentasikan konstruk yang diteliti. Suatu indikator dikategorikan valid apabila nilai *outer loading* lebih dari 0,70 Hair et al., (2021).



Gambar 2 Hasil Outer Model

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 4, 2025

Pada gambar 2 terlihat indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, sehingga hasil *cross loading* dari masing-masing indikator dapat dikatakan valid. Serta ditemukan hubungan antara *work-life balance* dan sistem kompensasi terhadap minat untuk melamar kerja, di mana daya tarik perusahaan berperan sebagai variabel mediasi.

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan, suatu konstruk dinyatakan valid apabila nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ -nya lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya (Hair et al., 2021).

Tabel 3 Discriminant Validity

	Z	X2	Y	X1
Daya Tarik Perusahaan (Z)	0.751			
Kompensasi (X2)	0.614	0.736		
Minat Melamar Kerja (Y)	0.703	0.669	0.765	
Work-Life Balance (X1)	0.631	0.568	0.586	0.802

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 4, 2025

Pada tabel 3 memperlihatkan masing-masing indikator mempunyai keterkaitan yang lebih tinggi terhadap variabel konstraknya sendiri dibanding dengan variabel lain. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini terbukti valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dapat dinilai berdasarkan nilai *a cronbach* dan CR. Menurut Hair et al., (2021), nilai CR harus lebih besar dari 0,7.

Tabel 4 Construct Reliability and Validity

	<i>a Cronbach</i>	CR	Keterangan
Work-Life Balance (X1)	0.730	0.843	Reliabel
Kompensasi (X2)	0.719	0.825	Reliabel
Daya Tarik Perusahaan (Z)	0.807	0.866	Reliabel
Minat Melamar Kerja (Y)	0.764	0.850	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 4, 2025

Pada tabel 4 terlihat *work-life balance*, kompensasi, daya tarik perusahaan, serta minat melamar kerja memiliki nilai *a Cronbach* serta CR >0,7. Dengan hasil ini, semua

variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut dianggap reliabel dan memiliki keandalan yang baik, sehingga analisis data dapat dilanjutkan.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

R-Square

Pada pengujian inner model didasarkan pada nilai R^2 , semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan tingkat optimalitas yang lebih tinggi (Hair et al., 2021).

Tabel 5 Nilai R-Square

	R^2	R^2 adjusted
Daya Tarik Perusahaan (Z)	0.494	0.486
Minat Melamar Kerja (Y)	0.595	0.585

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 4, 2025

Pada tabel 5 terlihat R^2 pada variabel daya tarik perusahaan adalah 0,494, menunjukkan variabel *work-life balance* dan kompensasi dapat menjelaskan daya tarik perusahaan sebesar 49,4%. Sementara itu, nilai 0,595 pada variabel minat melamar kerja menunjukkan daya tarik perusahaan pada minat melamar kerja sebesar 59,5%.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai t-statistik dan p-value sebagai dasar pengambilan keputusan. Kriteria yang ditetapkan adalah nilai t-statistik minimum 1,96 pada tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$). Hipotesis dianggap diterima jika t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05 (Hair et al., 2021). Hasil dari pengujian hipotesis secara langsung sebagai berikut:

Tabel 6 Path Coefficient

	O	M	STDEV	T	P
X1 -> Z	0.417	0.407	0.083	5.002	0.000
X2 -> Z	0.376	0.355	0.117	3.215	0.001
X1 -> Y	0.134	0.134	0.081	1.662	0.097
X2 -> Y	0.343	0.344	0.085	4.014	0.000
Z -> Y	0.408	0.380	0.109	3.735	0.000

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 4, 2025

Pada tabel 6 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh *work-life balance* terhadap daya tarik perusahaan. Hasil menunjukkan nilai T 5,002 > 1,96 dan P sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Hipotesis 1 diterima.
2. Pengaruh kompensasi terhadap daya tarik perusahaan. Hasil pengujian ini menunjukkan nilai T 3,215 > 1,96 dan P 0,001 < 0,05, sehingga Hipotesis 2 diterima.
3. Pengaruh *work-life balance* terhadap minat melamar kerja. Hasil menunjukkan nilai T 1,662 < 1,96 dan P 0,097 > 0,05, sehingga Hipotesis 3 ditolak.
4. Pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja. Hasil menunjukkan nilai T 4,014 > 1,96 dan P 0,000 < 0,05, sehingga Hipotesis 4 diterima.
5. Pengaruh daya tarik perusahaan terhadap minat melamar kerja. Hasil menunjukkan nilai T 3,735 > 1,96 dan P 0,000 < 0,05, sehingga Hipotesis 5 diterima.

Tabel 7 Specific Indirect Effect

	O	M	STDEV	T	P
X1 -> Z -> Y	0.170	0.157	0.059	2.913	0.004
X2 -> Z -> Y	0.154	0.138	0.061	2.512	0.012

Pada tabel 7 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh *work-life balance* terhadap minat melamar kerja melalui daya tarik perusahaan. Diketahui nilai $T\ 2,913 > 1,96$ dan $P\ 0,004 < 0,05$, sehingga Hipotesis 6 diterima.
2. Pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja melalui daya tarik perusahaan. Diketahui nilai $T\ 2,512 > 1,96$ dan $P\ 0,012 < 0,05$, sehingga Hipotesis 7 diterima.

Pembahasan

Pengaruh *Work-Life Balance* terhadap Daya Tarik Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama mengonfirmasi adanya dampak positif dan signifikan dari *work-life balance* terhadap daya tarik perusahaan. Studi ini mengungkapkan perusahaan yang menerapkan kebijakan *work-life balance* dengan baik akan dinilai lebih menarik oleh calon karyawan. Kebijakan seperti jam kerja fleksibel, perhatian pada kesejahteraan pegawai, dan dukungan terhadap keseimbangan hidup membuat perusahaan lebih diminati. Para pelamar lebih tertarik pada organisasi yang memberi kesempatan untuk menjaga kualitas hidup dan mengurangi konflik antara pekerjaan dan keluarga. Temuan ini konsisten dengan Ahamad *et al.* (2023) dan Ramadhani *et al.* (2025), yang menyatakan perusahaan yang menyediakan fasilitas *work-life balance* lebih menarik bagi pelamar kerja, terutama generasi muda yang menghargai fleksibilitas dan keseimbangan hidup.

Pengaruh Kompensasi terhadap Daya Tarik Perusahaan

Dalam hipotesis kedua, kompensasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik perusahaan. Hasil menggambarkan semakin memadai mekanisme kompensasi yang diterapkan organisasi, baik berupa penghasilan, tunjangan, insentif, atau bentuk reward lainnya, maka persepsi kandidat karyawan juga akan semakin tinggi terhadap daya tarik perusahaan tersebut. Kompensasi yang kompetitif dianggap sebagai indikator penting yang mencerminkan apresiasi perusahaan terhadap kontribusi karyawan, sehingga mampu meningkatkan minat individu untuk memilih perusahaan tersebut sebagai tempat bekerja. Calon pelamar umumnya menilai kompensasi sebagai faktor utama dalam mempertimbangkan keputusan karier, sehingga perusahaan yang menawarkan kompensasi menarik cenderung memiliki citra yang lebih positif dan lebih diminati. Hasil ini menunjukkan kompensasi salah satu aspek strategis dalam meningkatkan daya tarik perusahaan di mata pencari kerja. Penelitian ini sejalan dengan Putri & Zaman (2024) menyatakan kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Qolbi *et al.* (2024) yang menemukan kompensasi berpengaruh signifikan pada daya tarik perusahaan pada Generasi Z, di mana kompensasi yang tinggi menjadi faktor utama yang menarik minat generasi muda untuk memilih dan melamar di suatu perusahaan.

Pengaruh *Work-Life Balance* terhadap Minat Melamar Kerja

Dalam hipotesis ketiga pengaruh positif meskipun tidak signifikan terhadap minat melamar kerja ditemukan dari variabel *work-life balance*. Artinya, meskipun minat melamar kerja cenderung meningkat ketika keseimbangan kehidupan kerja yang ditawarkan perusahaan semakin baik, pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk dinyatakan berpengaruh langsung. Meskipun *work-life balance* sering dianggap penting, dalam penelitian ini variabel tersebut tidak memberikan dorongan yang berarti terhadap

keputusan individu untuk mengajukan lamaran. Kondisi ini terjadi karena meskipun indikator keseimbangan waktu (X1.1) menjadi komponen terkuat dalam merepresentasikan *work-life balance*, persepsi responden terhadap aspek ini tidak memberikan pengaruh yang cukup untuk membentuk minat melamar kerja. Dengan demikian, peningkatan atau penurunan persepsi terkait keseimbangan waktu tidak menghasilkan perubahan yang berarti pada minat melamar kerja, sehingga hubungan antara keduanya tetap lemah dan tidak signifikan. Dengan ini, *work-life balance* bukan merupakan pertimbangan utama yang memengaruhi minat melamar kerja dan tidak terbukti memiliki hubungan yang signifikan secara statistik. Temuan serupa juga diperoleh dalam studi yang dikemukakan oleh Ramadhani *et al.* (2025) yang mengindikasikan *work-life balance* tidak berkontribusi secara signifikan terhadap minat melamar kerja.

Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja

Hipotesis keempat menunjukkan kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Hal ini menggambarkan calon pelamar cenderung lebih tertarik mengajukan lamaran ketika mereka menilai kompensasi yang diberikan perusahaan sesuai dengan ekspektasi dan mampu memenuhi kebutuhan mereka. Kompensasi yang dianggap layak tidak hanya mencerminkan penghargaan atas kontribusi calon karyawan, tetapi juga menciptakan persepsi perusahaan memiliki komitmen terhadap kesejahteraan tenaga kerjanya. Dengan demikian, semakin baik kompensasi yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan individu untuk berminat melamar pekerjaan di organisasi tersebut. Penelitian menunjukkan keselarasan dengan hasil dari Gisheila *et al.* (2024) dan Luthfi *et al.* (2024) hal ini menegaskan semakin tinggi persepsi calon karyawan terhadap keadilan dan daya saing kompensasi yang ditawarkan, maka minat mereka untuk melamar di perusahaan akan semakin ditingkatkan.

Pengaruh Daya Tarik Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja

Hipotesis kelima menunjukkan daya tarik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Hasil memperlihatkan semakin baik persepsi calon pelamar terhadap reputasi, citra, lingkungan kerja, serta nilai-nilai yang ditawarkan perusahaan, maka semakin tinggi ketertarikan mereka untuk mengajukan lamaran. Daya tarik perusahaan berfungsi sebagai sinyal positif yang meyakinkan pelamar organisasi tersebut merupakan tempat kerja yang menjanjikan, baik dari segi peluang pengembangan karir maupun kesejahteraan. Untuk itu, perusahaan yang mampu membangun citra positif dan menampilkan daya tarik yang kuat cenderung lebih berhasil menarik minat para pencari kerja. Penelitian ini menunjukkan keselarasan dengan simpulan oleh Junaedi *et al.* (2024) dan Wirohikmawan & Kustini (2023) perusahaan dengan reputasi baik, lingkungan kerja yang positif, serta nilai-nilai yang sesuai dengan preferensi pelamar cenderung memiliki daya tarik lebih tinggi yang berimplikasi pada meningkatnya minat melamar kerja.

Pengaruh *Work-life Balance* terhadap Minat Melamar Kerja melalui Daya Tarik Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan daya tarik perusahaan mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh *work-life balance* terhadap minat melamar kerja. Daya tarik perusahaan dapat memediasi hubungan antara *work-life balance* dan minat melamar kerja karena nilai *work-life balance* yang baik meningkatkan persepsi responden terhadap daya tarik organisasi. Ketika individu menilai perusahaan mampu memberikan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, persepsi tersebut membentuk

citra positif terhadap perusahaan. Peningkatan persepsi daya tarik inilah yang pada akhirnya mendorong minat untuk melamar, sehingga pengaruh yang awalnya tidak signifikan pada jalur langsung menjadi signifikan melalui jalur mediasi. Interpretasinya *work-life balance* baru dipertimbangkan oleh calon pelamar apabila kondisi tersebut berhasil meningkatkan citra perusahaan sebagai lingkungan kerja yang atraktif. Penelitian didukung studi oleh Ramadhani *et al.* (2025), *work-life balance* tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada minat melamar kerja, tetapi daya tarik perusahaan membuktikan dapat berhasil memediasi pengaruh variabel *work-life balance* pada minat melamar kerja.

Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja melalui Daya Tarik Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis mengindikasikan daya tarik perusahaan memiliki peran sebagai variabel mediasi yang positif dan signifikan dalam menghubungkan pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja. Penelitian ini menunjukkan struktur remunerasi yang dinilai atraktif oleh pelamar potensial tidak hanya berdampak langsung pada intensitas niat melamar mereka, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pandangan secara umum mengenai daya tarik organisasi. Apabila imbalan dinilai memadai dan bersaing, citra perusahaan sebagai tempat bekerja yang diidamkan akan semakin terbangun, yang pada akhirnya mendorong individu untuk lebih termotivasi dalam mengajukan aplikasi. Dengan demikian, daya tarik perusahaan berfungsi sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara kompensasi dan minat individu untuk mengajukan lamaran kerja. Hasil ini sesuai dengan penelitian Putri & Zaman (2024) menyatakan kompensasi berpengaruh positif terhadap daya tarik perusahaan, yang kemudian berdampak pada meningkatnya minat pelamar.

Simpulan dan Saran

Temuan studi ini mengindikasikan *work-life balance* dan kompensasi memiliki dampak positif serta signifikan pada daya tarik perusahaan, sehingga peningkatan kualitas keselarasan kerja-kehidupan dan daya saing kompensasi berbanding lurus dengan positifnya pandangan Gen Z terhadap perusahaan sebagai lokasi kerja yang menarik. Meskipun demikian, *work-life balance* berpengaruh positif dan tidak signifikan secara langsung terhadap minat melamar kerja, sehingga faktor ini belum menjadi dorongan utama dalam keputusan Generasi Z untuk melamar. Sebaliknya, kompensasi menunjukkan efek positif dan signifikan pada minat melamar, membuktikan aspek finansial masih memegang peranan penting dalam menarik minat pencari kerja. Selain itu, daya tarik perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, sehingga citra dan reputasi perusahaan menjadi faktor penting dalam membentuk ketertarikan tersebut. Hasil dari studi ini juga menegaskan daya tarik perusahaan berperan sebagai mediasi yang menghubungkan *work-life balance* dan kompensasi dengan minat melamar kerja, yang berarti kedua faktor tersebut akan lebih efektif mendorong minat melamar ketika mampu meningkatkan persepsi positif Generasi Z terhadap daya tarik perusahaan.

Studi ini dibatasi oleh metode pengambilan sampel yang difokuskan pada Generasi Z di Kota Semarang dan jumlah variabel yang tidak luas, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Untuk studi selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan karakteristik responden, menambahkan variabel seperti motivasi kerja, atau lingkungan kerja, serta menggunakan pendekatan *mixed-method* agar hasil yang diperoleh lebih menyeluruh. Bagi perusahaan, peningkatan fleksibilitas kerja dan

program *work-life balance*, penyediaan kompensasi yang kompetitif, serta penguatan daya tarik perusahaan melalui budaya kerja positif dan peluang pengembangan diri direkomendasikan agar minat melamar dari Generasi Z dapat meningkat.

Daftar Pustaka

- Ahamad, F., Saini, G. K., & Jawahar, I. M. (2023). Interactive influence of work-life balance benefits, employee recommendation, and job attributes on employer attractiveness and job pursuit intentions: two experiments. *Asian Business and Management*, 22(4), 1215–1242. <https://doi.org/10.1057/s41291-022-00184-4>
- Aisyah Nur Jannavi, & Kristiana Sri Utami. (2025). Pengaruh Employer Branding dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(3), 563–578. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2443>
- Al-Ali, F., Radwan, A., Darwish, T. K., & Khassawneh, O. (2025). The paradox of nurse turnover: wealth, yet inadequate compensation and high stress in Dubai's private health-care sector. *International Journal of Organizational Analysis*, October. <https://doi.org/10.1108/IJOA-11-2024-4979>
- Aman-Ullah, A., Aziz, A., Ibrahim, H., Mehmood, W., & Aman-Ullah, A. (2023). The role of compensation in shaping employee's behaviour: a mediation study through job satisfaction during the Covid-19 pandemic. *Revista de Gestao*, 30(2), 221–236. <https://doi.org/10.1108/REGE-04-2021-0068>
- Ananda, P. J., & Santosa, A. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Media Sosial, dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i3.176>
- Anggraini, N. D., & Ellyawati, J. (2025). *Factors Influencing Gen-Z in Applying Jobs: The Role of Work- Life Balance as a Moderating Variable*. 7, 20–30.
- Buitek, E., Kaliyeva, S. A., Turginbayeva, A. N., Meldakhanova, M. K., Shaikh, A. A., Nguyen, H. M., & Nguyen, L. V. (2025). How much does an employer's attractiveness matter to youth employment? Evidence from a developing country. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 17(1), 258–283. <https://doi.org/10.1108/APJBA-02-2023-0086>
- Damoah, O. B. O. (2025). The mediating role of employer attractiveness and prestige on the relationship between green recruitment and job pursuit intention in Ghana. *Evidence-Based HRM*, 13(2), 284–298. <https://doi.org/10.1108/EBHRM-05-2022-0129>
- Fang, M., Smith, M., & Taylor, S. M. (2021). Research shows scale of financial compensation, company culture and senior management performance have big influence on decisions to leave companies. *Human Resource Management International Digest*, 29(3), 12–13. <https://doi.org/10.1108/HRMID-01-2021-0008>
- Fatimah, S., Kusniawati, A., & Abdul Kader, M. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 40–41.
- 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*, 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.32722/jap.v5i1.6928>

- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Indra, A., Alamsyah, S., Alaina, A., & Astuti, Y. (2024). *The Impact of Company Reputation and Social Media on Gen Z ' s Job Application Intentions via LinkedIn*. 6(3). <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1607>
- Junaedi, M. A. R., Dewianawati, D., & Ratna, R. (2024). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, dan Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Y dan Z Muslim Pengguna Platform Tik-Tok Pada PT Kelas Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 978. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12781>
- 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>
- Kurniawati, S., Larasati, N., Ekonomi, F., Riyadi, U. S., & Suarakarta, K. (2025). *Pengaruh Employer Branding , Corporate Reputation dan Organizational Attractiveness Terhadap Intention to Apply (Studi Kasus Karyawan Swasta Gen Z di Kota Surakarta)*. 3(1), 1104–1118.
- Luthfi, R., Setyorini, N., & Kurniawan, B. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Pada Fresh Graduate Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 3(2), 66–80. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v3i2.942>
- Nguyen, H. M., & Nguyen, L. V. (2023). Employer attractiveness, employee engagement and employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(10), 2859–2881. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2021-0232>
- Nurhasanah, Firmansyah Kusumayadi, & Rahmatia Rahmatia. (2024). Pengaruh Work Life Balance Dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kota Bima. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(4), 46–57. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.959>
- Opatrná, Z., & Prochazka, J. (2023). Work-life balance policies and organizational financial performance: a scoping review. *Employee Relations*, 45(7), 103–120. <https://doi.org/10.1108/ER-09-2022-0417>
- Panda, A., & Sahoo, C. K. (2021). Work–life balance, retention of professionals and psychological empowerment: an empirical validation. *European Journal of Management Studies*, 26(2/3), 103–123. <https://doi.org/10.1108/ejms-12-2020-0003>
- Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, 64(5), 599–610. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>
- Putri, I. D., & Zaman, K. (2024). PENGARUH KOMPENSASI , LINGKUNGAN KERJA DAN E-REKRUITMENT TERHADAP DAYA TARIK PERUSAHAAN BAGI PELAMAR KERJA (STUDI PADA GENERASI Z DI TRIBUANA GLOBAL GROUP) Indah Dwi Putri Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Islam Riau Kamar Zaman Fakultas Ekonomi. 18(1), 449–465.
- Qolbi, F., Hafsha, R., & Handoyo, S. (2024). Pengaruh Kompensasi dan Pertumbuhan Karir terhadap Organizational Attractiveness pada Generasi Z. 1–10.

- Ramadhani, A. N., Sartikah, S., & Prabowo, S. H. W. (2025). The Influence of Work Life Balance Benefits and Working Expectation on Job Pursuit Intention with Employer Attractiveness as a Mediating Variable. *Ekonomi Bisnis*, 30(1), 58. <https://doi.org/10.17977/um042v30i1p58-73>
- Randstad. (2022). *Workmonitor 2022*. https://www.randstad.com/s3fs-media/rscom/public/2022-04/Randstad_Workmonitor_2022.pdf
- Safitri, W., Bangsa, U. P., & Bangsa, U. P. (2023). *REPUTASI Abstract: The high activation rate in Bekasi district is a current problem , one of which is caused by the interest of employees in applying for jobs in a company . If a job seeker still chooses a lot , the resistance rate will be even higher ,. X(X)*.
- SEMARANG, B. K. (2025). *Keadaan Ketenagakerjaan Kota Semarang 2024*.
- Sulistiyanto, H., & Bernarto, I. (2023). Keywords: *E-Recruitment, Employer Brand, Company' S Reputation, Work Life Balance, Applying For Jobs*. 11(1), 1312–1327.
- Tri Auri Yanti, & Zahara Meutia. (2024). Pengaruh work life balance terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Price : Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 98–105. <https://doi.org/10.58471/jecoa.v2i2.4017>
- Widyanti, W., & Febrian, W. . (2022). . Pengaruh employer branding terhadap employee engagement. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(1), 16–29.
- 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>