

**PERAN *PERSON-ORGANIZATION FIT* DAN *GREEN RECRUITMENT*
DALAM MENINGKATKAN *JOB PURSUIT INTENTION* MELALUI
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS PADA GENERASI Z DI
KOTA SEMARANG**

Skripsi

**Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1
Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh :

Zahra Ramadhani Hidayat

NIM : 30402200308

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2025



SKRIPSI

**PERAN *PERSON-ORGANIZATION FIT* DAN *GREEN RECRUITMENT*
DALAM MENINGKATKAN JOB PURSUIT INTENTION MELALUI
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS PADA GENERASI Z DI KOTA
*SEMARANG***

Disusun Oleh :

Zahra Ramadhani Hidayat

30402200308

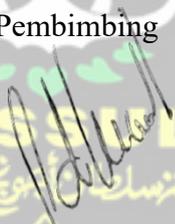
Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang
panitia ujian proposal skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan

Bisnis

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 21 Maret 2025

Pembimbing


Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM

NIK : 210499042

**PERAN PERSON-ORGANIZATION FIT DAN GREEN RECRUITMENT
DALAM MENINGKATKAN *JOB PURSUIT INTENTION* MELALUI
ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS PADA GENERASI Z DI KOTA
SEMARANG**

Disusun Oleh :

Zahra Ramadhani Hidayat
30402200308

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 25 April 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji


Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

NIK. 210499042

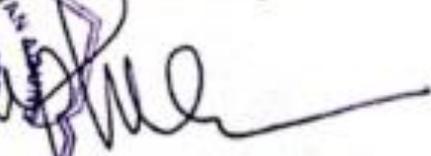

Dr. H. Asyhari, SE, MM

NIK. 210491022


Siti Aisivah Suciningtias, S.E., M.Si

NIK. 210499046

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Tanggal 25 April 2025


Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Luthi Nurcholis, S.T., S.E., M.M
NIK. 210499047

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zahra Ramadhani Hidayat

NIM : 30402200308

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah skripsi dengan judul

“PERAN *PERSON-ORGANIZATION FIT* DAN *GREEN RECRUITMENT* DALAM MENINGKATKAN *JOB PURSUIT INTENTION* MELALUI *ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS* PADA GENERASI Z DI KOTA

SEMARANG” adalah hasil karya saya. Naskah ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

Semarang, 20 Maret 2025

Yang menyatakan



Zahra Ramadhani Hidayat

NIM 30402200308

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zahra Ramadhani Hidayat

NIM : 30402200308

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyerahkan hasil karya ilmiah berupa Tugas Akhir Skripsi dengan judul :

“PERAN *PERSON-ORGANIZATION FIT* DAN *GREEN RECRUITMENT* DALAM MENINGKATKAN *JOB PURSUIT INTENTION* MELALUI *ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS* PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG”

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya tulis ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 20 Maret 2025

Yang memberi pernyataan,



Zahra Ramadhani Hidayat

NIM 30402200308

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran *Person-Organization Fit* dan *Green Recruitment* dalam meningkatkan *Job Pursuit Intention* melalui *organizational attractiveness* pada generasi z di kota semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dari 100 responden mahasiswa semester akhir yang sedang mencari pekerjaan di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa semester akhir di Kota Semarang yang akan mencari pekerjaan dengan rentang usia 20-25 tahun. Data yang didapatkan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online*. Penelitian ini diuji menggunakan analisis regresi dengan *software* SPSS 26 dan menggunakan uji sobel untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *person-organization fit*, *green recruitment*, *job pursuit intention*, dan *organizational attractiveness*. Penelitian ini juga membuktikan bahwa variabel *organizational attractiveness* berperan dalam memediasi hubungan antara variabel *person-organization fit* dan *green recruitment* terhadap variabel *job pursuit intention*.

Kata Kunci : *Person-Organization Fit*, *Green Recruitment*, *Job Pursuit Intention*, *Organizational Attractiveness*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the role of Person-Organization Fit and Green Recruitment in increasing Job Pursuit Intention through organizational attractiveness in generation z in Semarang city. The data used in this study are primary data from 100 final semester student respondents who are looking for work in Semarang City. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The criteria for respondents in this study were final semester students in Semarang City who will look for work with an age range of 20-25 years. The data obtained were collected through online questionnaires. This study was tested using regression analysis with SPSS 26 software and using the Sobel test to test the effect of mediating variables. The results of this study indicate a positive and significant influence between the variables of person-organization fit, green recruitment, job pursuit intention, and organizational attractiveness. This study also proves that the organizational attractiveness variable plays a role in mediating the relationship between the variables of person-organization fit and green recruitment on the variable of job pursuit intention.

Keywords: *Person-Organization Fit, Green Recruitment, Job Pursuit Intention, Organizational Attractiveness*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*PERAN PERSON-ORGANIZATION FIT DAN GREEN RECRUITMENT DALAM MENINGKATKAN JOB PURSUIT INTENTION MELALUI ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG*” dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sultan Agung Semarang. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, saya tidak bisa menyelesaikannya sendiri dan mendapatkan bantuan serta dukungan dari beberapa pihak, sehingga saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Para bapak ibu pembimbing akade.mik atau dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Agung Semarang yang telah memberikan dan mendukung saya selama masa studi saya berlangsung.
3. Keluarga saya tercinta terutama kedua orang tua dan adik saya yang selalu mendoakan saya, memberikan dukungan moral, dan dukungan semangat yang tidak pernah terputus selama pengerjaan pra-skripsi ini.
4. Teman-teman, senior, kakak tingkat, dan rekan lainnya yang ikut membantu dan mendukung dengan memberikan ide, usulan, motivasi dan semangat kepada saya selama penyusunan pra-skripsi.

Akhir kata, saya berharap agar skripsi ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang berguna bagi para pembaca, serta memberikan kontribusi positif bagi dunia akademi dan praktisi di bidang yang saya teliti.

Semarang, 20 Maret 2025

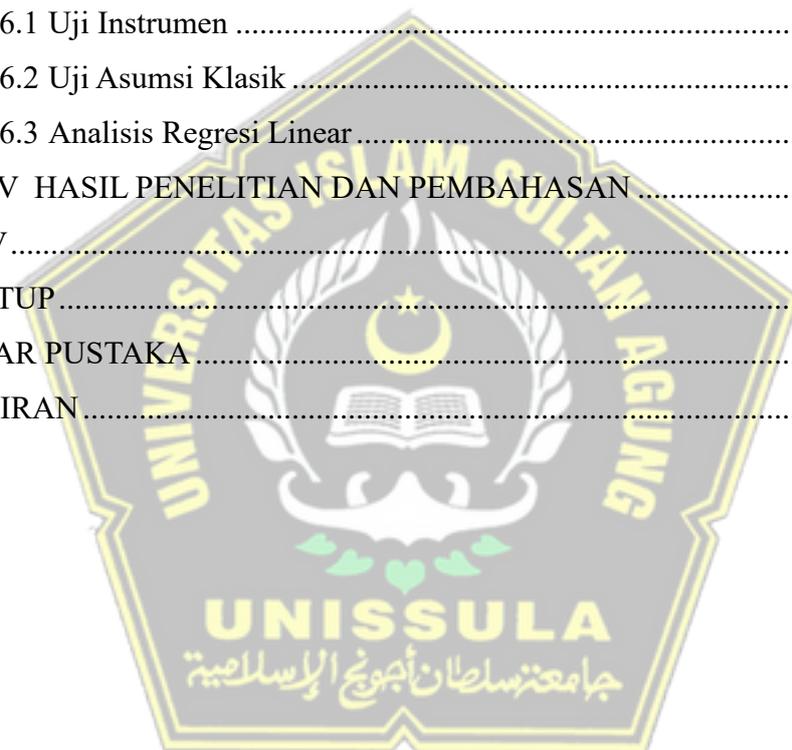


Zahra Ramadhani Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan penelitian	10
1.5 Manfaat penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Person-organization fit	12
2.1.2 Green recruitment	15
2.1.3 Job pursuit intention	18
2.1.4 Organizational attractiveness	21
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Hubungan <i>Person-Organization Fit</i> terhadap Organizational attractiveness	25
2.2.2 Hubungan <i>Green Recruitment</i> terhadap Organizational attractiveness	26
2.2.3 Hubungan <i>Person-Organization Fit</i> terhadap Job pursuit intention	27
2.2.4 Hubungan <i>Green Recruitment</i> terhadap Job pursuit intention	29
2.2.5 Hubungan Organizational attractiveness terhadap Job pursuit intention ..	31

2.3 Kerangka Teori	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Sumber dan Jenis Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Variabel dan Indikator	38
3.6 Teknis Analisis	39
3.6.1 Uji Instrumen	40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.6.3 Analisis Regresi Linear	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
BAB V	98
PENUTUP	98
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	114

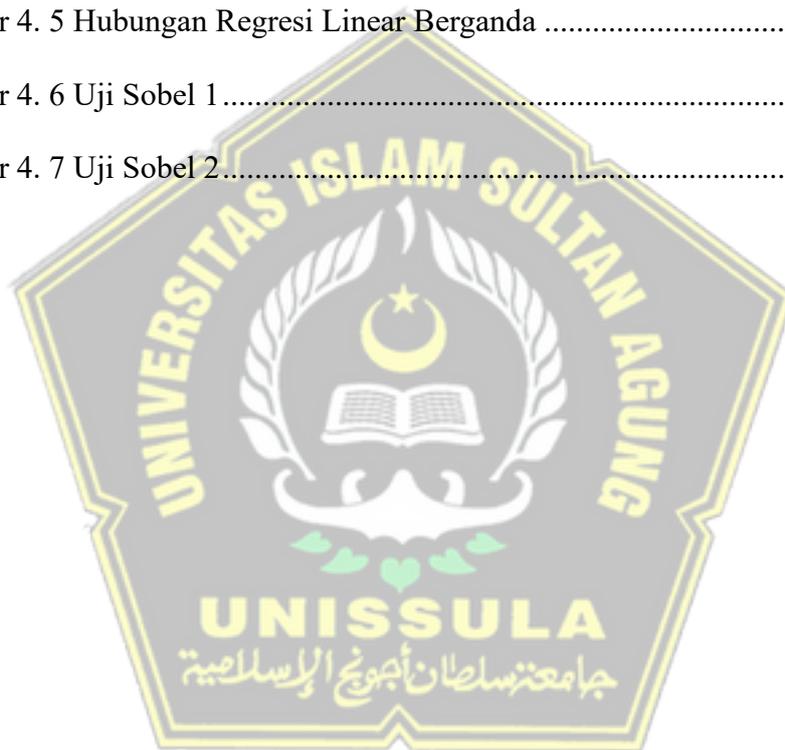


DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	46
Tabel 4. 2 Indeks Variabel Person-OrganizationFit.....	51
Tabel 4. 3 Indeks Variabel Green Recruitment.....	54
Tabel 4. 4 Indeks Variabel Job Pursuit Intention.....	57
Tabel 4. 5 Indeks Variabel Organizational Attractiveness.....	60
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel.....	64
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Variabel	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas 1.....	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas 2.....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas 1	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas 2	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1 (Tabel Coefficient).....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1 (Tabel Anova).....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2 (Tabel Coefficient)	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2 (Tabel Anova).....	76
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi 1.....	81
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi 1.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori Penelitian	33
Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas 1	67
Gambar 4. 2 Histogram Uji Normalitas 2	68
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 1.....	70
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas 2.....	71
Gambar 4. 5 Hubungan Regresi Linear Berganda	78
Gambar 4. 6 Uji Sobel 1	83
Gambar 4. 7 Uji Sobel 2.....	84





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z atau Gen Z merupakan generasi yang sedang ramai diperbincangkan akhir-akhir ini. Gen Z mulai mendominasi di berbagai bidang. Gen Z merupakan kelompok orang yang lahir pada rentang tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Mukhlis, et al., (2022), mengemukakan bahwa Gen Z memiliki karakteristik informatif, komunikatif, toleran, *multi-tasking*, dan mandiri. Gen Z pada tahun ini juga sudah banyak mendominasi pada lingkungan pekerjaan. Kelompok orang pada rentang tahun 1995 sampai dengan tahun 2000 sudah banyak yang mulai memasuki dunia kerja, sedangkan untuk kelompok orang pada rentang tahun lahir 2001 sampai dengan tahun 2005 sudah mempersiapkan untuk memasuki dunia kerja.

Perusahaan-perusahaan sudah mulai menggantikan peran generasi tua yang sudah dirasa kurang produktif dengan Generasi Milenial dan Generasi Z. Hal tersebut seharusnya menjadi peluang bagi Gen Z untuk mempermudah pengembangan karirnya, namun Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan pada tahun 2023 sebanyak 9,9 juta penduduk Generasi Z atau Gen Z tidak bekerja atau berstatus *Not in Education, Employment, and Training* (NEET). NEET didefinisikan sebagai penduduk usia 15-24 tahun yang tidak sedang menjalani pendidikan, tidak sedang bekerja, dan tidak sedang dalam pelatihan. CNBC Indonesia mengemukakan bahwa fenomena tersebut disebabkan oleh

ketidaksiharian antara keahlian yang dimiliki Gen Z dengan kebutuhan pasar kerja yang menghambat niat mereka untuk mengejar pekerjaan (*job pursuit intention*). Gen Z juga dinilai sebagai generasi yang sangat selektif dalam memilih pekerjaan, terutama terkait kesesuaian antara nilai pribadi dan budaya organisasi atau perusahaan (*person-organization fit*), fleksibilitas kerja, keseimbangan hidup dan pekerjaan (*work life balance*), serta keberlanjutan lingkungan (*green recruitment*).

Berdasarkan artikel pada CBNC Indonesia, menjelaskan bahwa Gen Z sering dianggap kurang disiplin dan memiliki ekspektasi pekerjaan yang tinggi tanpa disertai kinerja yang sesuai. Mereka merasa apabila kesejahteraan dan keseimbangan kerja tidak dapat tercapai dengan baik, maka mereka berhak memilih pekerjaan lain yang lebih baik dan meninggalkan pekerjaan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa *job attractiveness* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan Gen Z dalam mencari pekerjaan.

Berdasarkan fenomena di atas dapat disimpulkan apabila *job pursuit intention* rendah di kalangan Gen Z yang mana didominasi oleh orang-orang berusia produktif kerja, maka akan angka pengangguran akan semakin tinggi dan bisa memperburuk kondisi tenaga kerja di Indonesia. Organisasi atau perusahaan perlu meningkatkan strategi untuk menarik minat Gen Z supaya berkenan untuk melamar kerja di organisasi atau perusahaan mereka. *Job pursuit intention* juga berperan memastikan bahwa nantinya tenaga kerja tidak hanya sekedar mendapat pekerjaan tetapi juga memiliki motivasi yang kuat untuk bekerja di sebuah organisasi atau perusahaan dan bisa bertahan lama di organisasi atau perusahaan supaya tidak keluar kerja dan terjadi pemutusan hubungan kerja dalam waktu singkat.

Fenomena Gen Z yang sangat selektif dalam mencari pekerjaan dan kurang motivasi selama bekerja di sebuah organisasi atau perusahaan menjadi tantangan bagi organisasi atau perusahaan terutama *Human Resource Management* untuk memikirkan strategi terbaik untuk menarik minat Gen Z untuk melamar pada sebuah organisasi atau perusahaan. Hal tersebut bisa dilakukan dengan menunjukkan nilai lebih yang ada dalam organisasi atau perusahaan. Nilai-nilai organisasi atau perusahaan yang bisa ditonjolkan untuk menarik minat bekerja Gen Z seperti nilai minat berupa sejauh mana inovasi produk atau jasa sebuah organisasi atau perusahaan bisa menarik calon pekerja Gen Z, karena mereka cenderung melamar dan bertahan di organisasi atau perusahaan yang memiliki visi dan misi sesuai minat mereka. Nilai sosial juga bisa dimanfaatkan untuk menarik minat calon pekerja Gen Z untuk melamar kerja pada organisasi atau perusahaan dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik dan nyaman. Faktor krusial lainnya dari segi nilai ekonomi berupa gaji yang kompetitif, tunjangan dan insentif yang menarik. Nilai pengembangan juga bisa digunakan untuk menarik minat calon pekerja Gen Z dengan menunjukkan bahwa organisasi atau perusahaan bisa memberi kesempatan untuk mereka untuk berkembang sehingga mereka bisa melihat perusahaan sebagai tempat investasi masa depan. Nilai aplikasi menjadi faktor yang tidak kalah penting karena dengan hal ini bisa meyakinkan Gen Z bahwa pengalaman kerja yang mereka dapatkan bisa memberikan manfaat bagi karir mereka di masa depan.

Gen Z dikenal juga sebagai generasi yang terhubung dengan teknologi serta memiliki nilai dan harapan yang lebih besar terhadap karir dan tempat kerja mereka di masa depan. Tentu saja hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi para perekrut karyawan untuk bisa menarik minat dari para calon karyawan untuk bekerja di perusahaan mereka. Proses rekrutmen kerja tentu saja memerlukan hubungan timbal balik yang saling membutuhkan antara perekrut karyawan dengan calon karyawan, maka dari itu jika merekrut karyawan harus memikirkan strategi yang sesuai untuk menarik minat calon karyawan yang sedang mencari kerja. Salah satu hal yang harus dipikirkan dengan baik oleh para pekekrut karyawan adalah dengan menarik minat mencari kerja (*job pursuit intention*) Gen Z yang akan mulai memasuki dunia kerja.

Job pursuit intention adalah niat seorang untuk mencari pekerjaan secara aktif dengan menghadiri undangan wawancara kerja suatu organisasi atau perusahaan (Tarigan, et al., 2021). Karyawan dengan keterampilan dan motivasi tinggi mengalami kelangkaan beberapa saat ini yang menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh *Human Resources*. Kelangkaan dalam mencari karyawan yang memiliki keterampilan dan motivasi tinggi ini perlu disiapkan dan direncanakan secara serius. Salah satu faktor yang mampu memengaruhi *job pursuit intention* adalah *person-organization fit (po- fit)* dan *green recruitment* yang dimediasi oleh *organizational attractiveness*.

Person-organization fit merupakan kecocokan antara organisasi dan perorangan yang menegaskan bahwa seorang pelamar kerja dan organisasi memiliki karakteristik atau sifat yang serupa. *PO-fit* merupakan salah satu kriteria penting bagi organisasi untuk menyeleksi sebuah pelamar kerja untuk memastikan tiap organisasi dan pelamar kerja tersebut memiliki kecocokan satu sama lain (Jehanzeb, 2020). Seorang yang merasa cocok dengan sebuah organisasi akan meningkatkan minat untuk melamar kerja di organisasi tersebut. *PO-fit* bisa menjadi landasan bagi *Human Resources* untuk meningkatkan minat melamar pekerjaan pada organisasi mereka, terutama bagi kalangan Gen Z yang sangat selektif dalam memilih perusahaan untuk mereka bekerja yang cocok dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antara *Person-Organization Fit* dan *Job Pursuit Intention* menghasilkan pendapat yang beragam, salah satunya sebuah penelitian oleh Fadhilah, et al., (2023) yang mengemukakan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan. Perbedaan pendapat tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat memoderasi atau memediasi hubungan antara *person-organization fit* dan *job pursuit intention*.

Green recruitment merupakan proses rekrutmen yang memperhatikan aspek kepedulian lingkungan dalam proses rekrutmennya dengan penggunaan teknologi dan konsep *paperless*. Konsep *green recruitment* sedang dibicarakan karena dirasa mampu mengurangi biaya dalam proses perekrutan dan memproses lamaran pekerja secara otomatis dalam sistem rekrutmen yang digunakan perusahaan. Proses yang

berlaku secara otomatis tanpa penggunaan kertas tersebut memudahkan kandidat atau pelamar kerja untuk memahami langkah-langkah rekrutmen yang akan dilakukan perusahaan pada server rekrutmen yang tersedia. Pelaksanaan *green recruitment* umumnya menggunakan *software e-recruitment* yang disediakan masing-masing perusahaan dari awal mengirimkan lamaran hingga akhir proses lamaran kerja. Hal tersebut dirasa menguntungkan baik untuk kedua belah pihak untuk menghemat waktu dan mengurangi biaya rekrutmen dan juga membantu mengurangi energi yang digunakan dan polusi yang dapat dihasilkan dari transportasi kandidat ke lokasi perusahaan yang dilamar dan proses yang dihasilkan untuk *me-recycle* berkas lamaran (Diana, 2016).

Penelitian lain menunjukkan bahwa ada perbedaan pendapat mengenai hubungan antara *green recruitment* terhadap *job pursuit intention*. Penelitian oleh Krisna, et al., (2023) menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut. Perbedaan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perlu ada variabel pendukung yang dapat memoderasi atau memediasi hubungan antara *green recruitment* dan *job pursuit intention*.

Organizational attractiveness dari persepektif pelamar kerja berkaitan dengan persepsi positif seorang pelamar kerja, motivasi pelamar kerja untuk bekerja pada suatu organisasi dan melihat sejauh mana seorang pelamar kerja akan merekomendasikan perusahaan tersebut ke orang lain. *Organizational attractiveness* dari perspektif organisasi mengacu kepada kemampuan organisasi untuk menarik dan merekrut pelamar kerja-pelamar kerja yang memiliki potensi atau keahlian yang baik termasuk kemampuan organisasi untuk mengisi lowongan

pekerjaan dengan sukses mengacu kepada pekerja baru dengan kualitas tinggi dan untuk mempertahankan pekerja lama. Kesimpulannya, *organizational attractiveness* adalah konsep menyeluruh yang memotivasi dan melibatkan pekerja lama bersamaan dengan bagaimana organisasi menarik minat kandidat yang berpotensi melamar pekerjaan pada organisasi mereka (Kılıçkaya, 2024).

Hasil penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara *person-organization fit* dengan *organizational attractiveness* dan *job pursuit intention* (Boğan, et al., 2020). Boğan, et al (2020) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa ada indikasi kesesuaian antara nilai seorang pelamar kerja dan nilai organisasi yang menguntungkan satu sama lain seperti terciptanya kepuasan kerja, *organizational citizenship behaviour*, kepuasan hidup, dan rendahnya minat untuk meninggalkan pekerjaan. Penelitian lain juga mengemukakan bahwa *person-organization fit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat mengejar pekerjaan. Penelitian tersebut juga mengemukakan bahwa daya tarik organisasi juga dapat memediasi *person-organization fit* terhadap niat mengejar pekerjaan secara parsial dan menghasilkan pengaruh yang positif (Azizah, et al., 2022). Kedua hasil research gap tersebut dapat menguatkan asumsi bahwa *person-organization fit* dapat membantu menaikkan minat *job pursuit intention* dengan variabel *organizational attractiveness* sebagai variabel mediasi.

Penelitian sebelumnya mengemukakan bahwa *green recruitment* berhubungan secara positif terhadap *job pursuit intention* dan *organizational attractiveness* secara parsial memediasi hubungan antara *green recruitment* dan *job pursuit*

intention. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa para pelajar di Universitas Teknologi Malaysia memiliki minat melamar pekerjaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan atau organisasi yang bertanggung jawab kepada lingkungan (Khan, et al., 2020). Penelitian tersebut dapat menguatkan pendapat bahwa *green recruitment* dapat mempengaruhi *job pursuit intention* secara positif dengan *organizational attractiveness* sebagai variabel mediasi.

Dewasa ini, generasi z sudah mulai mengisi beberapa posisi penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Generasi z merupakan generasi yang sangat memperhatikan aspek kecil dalam pekerjaan demi mendapatkan kenyamanan dalam pekerjaan. Generasi z merupakan generasi yang selalu vokal dengan isu-isu yang ada di sekitar mereka, mereka bisa memikirkan matang-matang mengenai pekerjaan yang akan mereka lamar dan memperhatikan kecocokan antara pelamar kerja dengan organisasi.

Generasi z juga merupakan generasi yang vokal menyuarakan tentang isu lingkungan yang akhir-akhir ini mulai membutuhkan perhatian masyarakat luas. Perusahaan atau organisasi diharapkan bisa menyesuaikan diri untuk lebih menarik minat generasi z untuk mau melamar pada perusahaan atau organisasi mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Peran *person-organization fit* (X1) dan *green recruitment* (X2) dalam meningkatkan *Job Pursuit Intention* (Y) melalui *organizational attractiveness* (Y) pada generasi z di Kota Semarang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang akan dilakukan, rumusan masalahnya yaitu peran *person-organization fit* (X1) dan *green recruitment* (X2) dalam meningkatkan *job pursuit intention* (Y) melalui *organizational attractiveness* (Z) pada generasi z di Kota Semarang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana peran *person-organization fit* terhadap *organizational attractiveness*?
2. Bagaimana peran *green recruitment* terhadap *organizational attractiveness*?
3. Bagaimana peran *person-organization fit* terhadap *job pursuit intention*?
4. Bagaimana peran *green recruitment* terhadap *job pursuit intention*?
5. Bagaimana peran *organizational attractiveness* terhadap *job pursuit intention*?
6. Apakah *organizational attractiveness* dapat memperkuat hubungan antara *person-organization fit* dan *organizational attractiveness*?
7. Apakah *organizational attractiveness* dapat memperkuat hubungan antara *green recruitment* dan *organizational attractiveness*?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui peran *person-organization fit* terhadap *organizational attractiveness*
2. Mengetahui peran *green recruitment* terhadap *organizational attractiveness*
3. Mengetahui peran *person-organization fit* terhadap *job pursuit intention*
4. Mengetahui peran *green recruitment* terhadap *job pursuit intention*
5. Mengetahui peran *organizational attractiveness* terhadap *job pursuit intention*
6. Mengetahui apakah variabel *organizational attractiveness* dapat memperkuat hubungan antara *person-organization fit* dan *organizational attractiveness*
7. Mengetahui apakah variabel *organizational attractiveness* dapat memperkuat hubungan antara *green recruitment* dan *organizational attractiveness*



1.5 Manfaat penelitian

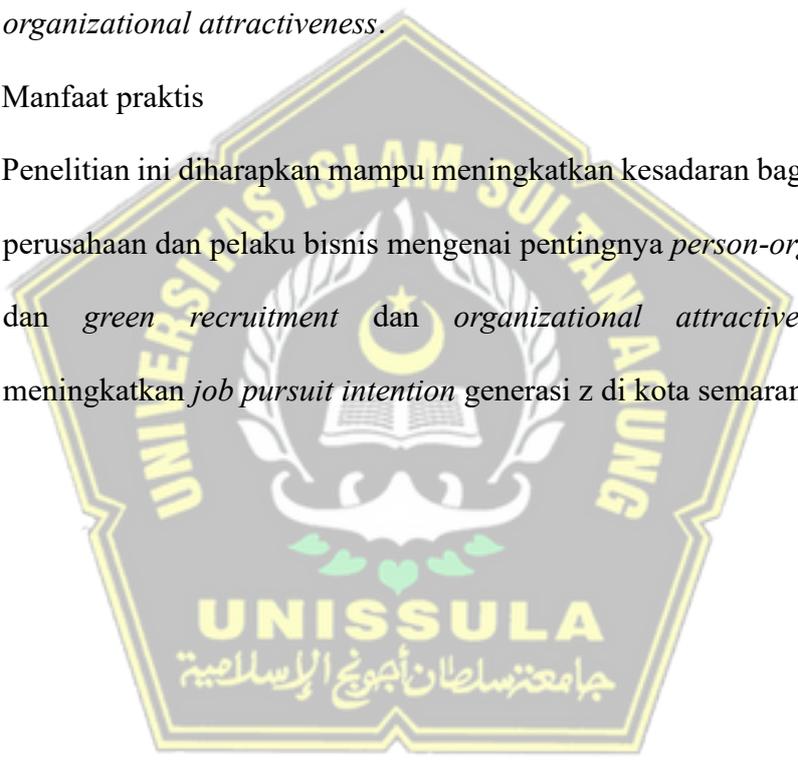
Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian mendalam mengenai cara untuk meningkatkan *job pursuit intention* generasi z di kota semarang melalui *person-organization fit* dan *green recruitment* yang dimediasi oleh *organizational attractiveness*.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran bagi manajemen perusahaan dan pelaku bisnis mengenai pentingnya *person-organization fit* dan *green recruitment* dan *organizational attractiveness* dalam meningkatkan *job pursuit intention* generasi z di kota semarang.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Person-organization fit*

Person-organization fit (PO-fit) diartikan sebagai kecocokan antara seorang pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan yang tercipta ketika salah satu dari kedua belah pihak mampu menyediakan apa yang dibutuhkan oleh pihak lain atau memiliki kesamaan karakteristik dasar atau bahkan keduanya (Boğan, et al., 2020).

Person-organization fit (PO-fit) menekankan pada kesesuaian dari sebuah kepribadian, kebutuhan, dan nilai dari karyawan dengan nilai dan konteks dari organisasi. Karyawan juga akan lebih baik dalam memahami pekerjaannya jika memiliki kebutuhan untuk penyesuaian antara nilai pribadi dan nilai organisasi atau dalam pekerjaannya. Dalam konteks tersebut, pekerjaan tidak selalu terlihat sebagai hubungan hierarkis tetapi dibangun sebagai kesempatan untuk menghasilkan aktivitas yang bermakna secara personal melalui interaksi terhadap sesama pekerja. Nilai kerja yang sesuai dengan identitas personal karyawan akan menghasilkan pekerjaan yang lebih inovatif dalam penerapan kerja para karyawan. *PO-fit* diasumsikan dapat membawa dampak penting karena organisasi dengan kepentingan Person organization yang tinggi dapat menimbulkan pengaruh pada group experience baik secara objektif maupun subjektif (Hutomo, et al., 2020).

PO-fit memiliki kaitan antara kecocokan karyawan dengan lingkungan kerjanya. *PO-fit* merupakan pertimbangan yang penting dalam proses rekrutmen untuk memahami kecocokan dan komitmen serta kontribusi karyawan terhadap organisasi dia bekerja. *PO-fit* berfokus pada penilaian kecocokan dan kesamaan karakteristik dasar organisasi dan perorangan sehingga penilaian yang sering difokuskan adalah bagaimana kecocokan antara nilai organisasi dan pelamar kerja, kesesuaian tujuan dengan rekan kerja atau pemimpin organisasi, kesesuaian antara struktur serta sistem organisasi maupun kebutuhan atau preferensi tiap pelamar kerja, dan kesesuaian akan pasokan yang mencakup ketersediaan sumber daya. Karyawan yang merasa cocok dengan sebuah organisasi atau perusahaan yang menimbulkan kepuasan bagi masing-masing pelamar kerja, akan menimbulkan rasa ingin memberikan kontribusi pada organisasi atau perusahaan (Dhir, et al., 2020).

Definisi *Person-organization fit* pada penelitian ini mengacu pada hasil penelitian oleh Kristof-Brown, et al., (2023) yang menyatakan bahwa *person-organization fit* didefinisikan sebagai implikasi terkait kesesuaian antara beberapa orang dengan organisasi atau perusahaan dalam skala yang lebih besar, di mana seorang memutuskan untuk bekerja di perusahaan yang selaras dengan dirinya. Kesesuaian tersebut tercermin dari bagaimana seorang pelamar kerja merasa cocok dengan budaya dan nilai-nilai yang berlaku di organisasi atau perusahaan, persamaan cara berfikir dan seorang pelamar kerja menyelesaikan masalah sesuai dengan lingkungan kerja, serta mampu berkontribusi melalui keterampilan dan kepribadian yang mendukung tujuan Bersama. Indikator *PO-fit* meliputi :

1. *Personality traits*, merujuk kepada karakteristik yang dapat menentukan kesesuaian antara pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan antara kepribadian kandidat atau calon pekerja dengan citra perusahaan (Tom, 1971).
2. *Goals*, menjelaskan bahwa dengan tujuan yang sama antara seorang pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan dapat menciptakan kesesuaian atau kecocokkan antara satu sama lain sehingga dapat memberikan keuntungan untuk satu sama lain (Vancouver, et al., 1991).
3. *Cognitive style*, disebut juga sebagai gaya kognitif yang mana merujuk kepada cara pelamar kerja berfikir bagaimana menyelesaikan masalah di tempat kerja, apabila gaya kognitif seorang pelamar kerja sesuai dengan kebutuhan dan norma organisasi, maka bisa meningkatkan minat bekerja calon pekerja pada sebuah organisasi atau perusahaan (Chan, 1996).
4. *Ethics*, merujuk persepsi seorang pelamar kerja terhadap kesesuaian nilai etika seperti dalam pengambilan keputusan, berinteraksi dengan norma dan budaya apakah telah sesuai dengan nilai pada sebuah organisasi atau perusahaan yang diinginkan (Ambrose, et al., 2007).
5. *Skill compatibility*, menjelaskan mengenai kemampuan seorang pelamar kerja dalam menyelesaikan tugas pekerjaan dan kemampuan interpersonal serta perilaku yang relevan atau berkaitan dengan norma dan budaya sebuah organisasi atau perusahaan (Resick, et al., 2007).

PO-fit dapat dijelaskan sebagai kesesuaian antara seorang pelamar kerja terhadap sebuah organisasi atau perusahaan, baik kesesuaian berdasar nilai, tujuan, kebutuhan, maupun budaya antara seorang pelamar kerja dengan sebuah organisasi yang bisa menghasilkan keselarasan guna memenuhi kebutuhan dan tujuan satu sama lain sehingga terciptanya hubungan yang saling menguntungkan.

2.1.2 Green recruitment

Green recruitment and selection adalah rekrutmen dan seleksi tanpa kertas. Rekrutmen dengan sistem digital atau tanpa kertas mampu mengurangi konsumsi sumber daya alam (kertas berbahan dasar kayu) serta mengurangi biaya operasional organisasi yang dapat membantu organisasi menghemat biaya pengeluaran. Pada tahap rekrutmen banyak organisasi atau perusahaan yang mencantumkan deskripsi pekerjaan pada pekerjaan yang mereka tawarkan pada media sosial penyedia jasa pencari kerja seperti LinkedIn. Proses rekrutmen juga sering dilakukan melalui media *online* seperti Zoom sehingga dapat meminimalisir mobilitas para pencari kerja dan bisa menghemat biaya transportasi dan bahan bakar. (Wang, et al., 2024).

Green recruitment dapat dijelaskan sebagai proses perekrutan menggunakan metode, alat, dan teknologi yang ramah lingkungan untuk menarik dan melakukan seleksi terhadap kandidat yang sesuai dan bersedia untuk mengisi jabatan yang tersedia pada sebuah organisasi atau perusahaan tertentu. Proses rekrutmen diharapkan dapat mempermudah organisasi atau perusahaan untuk menarik pelamar kerja yang nantinya dapat memiliki green initiatives dapat berintegrasi pada

organisasi atau perusahaan dengan baik. Hal ini diharapkan dapat membantu memastikan pelamar kerja sanggup dan siap untuk mengambil inisiatif yang sesuai dengan prinsip perusahaan dalam menjalankan *eco-friendly* (Atmaja, et al., 2023).

Green recruitment merupakan salah satu proses rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan menggunakan konsep digital supaya bisa meminimalisir dampak buruk kepada lingkungan. Pendekatan ini tidak hanya membantu perusahaan untuk menyesuaikan metode seleksi dengan perkembangan teknologi, tetapi juga membangun citra perusahaan yang mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan. Proses ini dapat membantu perusahaan untuk menarik pelamar kerja dengan visi serupa yaitu pelamar kerja yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan, membangun citra sebagai organisasi atau perusahaan pada keberlanjutan, serta merekrut karyawan yang selaras dengan nilai-nilai lingkungan untuk mendukung visi misi dan budaya kerja organisasi atau perusahaan yang lebih ramah lingkungan (Mayangsari,, et al., 2021)

Definisi *Green recruitment* pada penelitian ini mengacu pada hasil penelitian oleh Mwita (2020) yang mendefinisikan bahwa *green recruitment* merupakan rekrutmen dengan proses yang menggunakan sistem paperless (tanpa kertas) sehingga dapat meminimalkan dampak lingkungan. Pelamar kerja akan diundang secara perantara *online* seperti melalui *email*, formulir *online*, dan *website* atau aplikasi rekrutmen *online* (*e-recruitment*). Pelamar kerja nantinya akan dihubungi melalui telepon, pesan *online* dan *interview* berbasis video *online*, seperti *zoom*, *google meet*, dan aplikasi lainnya yang dapat mengurangi perjalanan pelamar kerja ke lokasi perusahaan yang dapat membantu meminimalkan dampak lingkungan.

Proses rekrutmen dengan konsep green recruitment ini juga mampu menciptakan efisiensi dalam pengiriman, penyimpanan, penanganan, pengarsipan, dan pelaporan berkas rekrutmen. Proses tersebut juga dapat membantu pelamar kerja menghemat biaya yang dikeluarkan untuk mencetak resume dan perjalanan menuju lokasi perusahaan yang dilamar. Indikator *Green Recruitment* meliputi :

1. *Attract green job candidates*, merupakan proses rekrutmen *paper-free* yang mampu meminimalisir dampak kerusakan lingkungan, seperti penggunaan *email*, formulir *online*, atau *video-based interview* yang nantinya dapat menarik kandidat yang sesuai namun tetap dengan proses rekrutmen yang ramah lingkungan.
2. *Green employer branding*, merupakan upaya perusahaan mengembangkan citranya mengenai kepedulian kepada lingkungan dalam melakukan rekrutmen yang ramah lingkungan dengan pemanfaatan e-recruitment (web rekrutmen) diharapkan mampu mempermudah calon pekerja untuk melamar pekerjaan karena mampu meminimalisir penggunaan kertas dan penghematan biaya transportasi ke perusahaan yang diminati.
3. *Recruit employee with environmental awareness*, merupakan tahapan rekrutmen dengan melakukan penyesuaian terhadap calon pekerja mengenai preferensi pekerjaan mereka, apakah nantinya mereka bisa mendukung visi dan misi perusahaan untuk keberlanjutan lingkungan dan untuk terus melakukan green initiatives untuk keberlangsungan perusahaan, bisa dilakukan dengan melakukan tes secara *online* pada web yang dikembangkan oleh perusahaan (Makarim, et al., 2021).

Green recruitment dapat dijelaskan sebagai cara perusahaan melakukan perekrutan karyawan menggunakan citra perusahaan yang peduli lingkungan. Proses rekrutmen yang berjalan juga dilakukan dengan meminimalisir penggunaan kertas dan memanfaatkan media sosial atau sistem digital untuk mempermudah proses perekrutan kerja. Pelaksanaan *green recruitment* ini dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dalam proses yang mana membantu efisiensi para calon pelamar kerja selama proses rekrutmen, sehingga tidak mengharuskan mereka untuk datang langsung ke tempat mereka melamar kerja. Hal tersebut dapat mengurangi penggunaan kendaraan bermotor yang mampu mengurangi polusi yang ditimbulkan dari polusi kendaraan. *Green recruitment* dapat membantu perusahaan menemukan kandidat yang memiliki nilai dan pandangan yang sama dengan perusahaan mengenai keberlanjutan akan isu lingkungan yang dijalankan perusahaan.

2.1.3 Job Pursuit Intention

Job pursuit intention mengarah kepada niat seorang dalam mengambil tindakan untuk mendapatkan informasi tambahan terkait suatu organisasi atau perusahaan dan berusaha mengamankan wawancara dengan organisasi atau perusahaan tersebut. *Job pursuit intention* melebihi dari sekedar ketertarikan saja tetapi juga menunjukkan intensi untuk mendapatkan informasi terkait organisasi atau perusahaan, untuk mengontak organisasi atau perusahaan, dan mengamankan atau mendapatkan peluang untuk bisa melakukan wawancara pada organisasi atau perusahaan yang diinginkan (Tarigan, et al., 2021).

Job pursuit intention didefinisikan sebagai sebuah niatan pelamar kerja untuk mengambil tindakan untuk menemukan informasi lebih lanjut terkait sebuah organisasi, untuk mengontak organisasi, dan untuk mengamankan sesi wawancara dengan sebuah organisasi. Ketika memilih pekerjaan, pelamar kerja akan memutuskan pada beberapa keyakinan mengenai keyakinan tentang pengetahuan akan suatu organisasi atau perusahaan. Istilah ini mengacu pada persepsi pelamar kerja mengenai kekhasan, sentral, dan ketahanan suatu organisasi atau perusahaan termasuk karakteristik dan karakteristik pekerjaan (Nawakitphaitoon, et al., 2023).

Definisi *job pursuit intention* pada penelitian ini mengacu pada hasil penelitian oleh Rozsa, et al., (2020) yang menjelaskan bahwa *job pursuit intention* merupakan tindakan yang diambil oleh pelamar kerja untuk mendapatkan informasi untuk bisa bekerja pada sebuah organisasi atau perusahaan. Keputusan seorang pelamar kerja untuk mengeksplorasi sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh persepsi tentang kesejahteraan yang ditawarkan, peluang pengembangan diri, serta citra perusahaan yang dapat memberikan kebanggaan pada pelamar kerja dan menjunjung tinggi nilai profesionalisme. Lingkungan kerja yang mendukung dan sesuai dengan ekspektasi pelamar kerja juga berperan dalam meningkatkan ketertarikan untuk melamar pada organisasi atau perusahaan. Indikator *job pursuit intention* meliputi :

1. *Salary and benefits*, gaji dan benefit yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor yang diperlukan oleh karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Gaji dan benefit yang diperoleh oleh karyawan dapat menjadi salah satu faktor yang penting sejak tahapan rekrutmen sampai dengan tahap retensi dalam suatu organisasi atau perusahaan (Shtembari, et al., 2022).
2. *Competence*, kompetensi digunakan untuk mendeskripsikan apa saja yang merupakan bagian dari pekerjaan yang menjelaskan fokus dari hasil suatu pekerjaan yang mana nantinya digunakan untuk menilai performa pekerjaan seorang pelamar kerja (Wong, 2020).
3. *Prestige*, prestis berkaitan dengan cara organisasi perusahaan memfasilitasi dan memenuhi kebutuhan akan pengakuan atau status karyawan tanpa adanya superioritas dan arogansi (Wen, et al., 2023)
4. *Ethical image*, merujuk pada aturan atau etika yang digambarkan mengenai profesi dan perilaku dalam sebuah organisasi atau perusahaan (Bogale, et al., 2023).

Job pursuit intention dapat dijelaskan sebagai niat atau keinginan seorang pelamar kerja dalam mengambil tindakan untuk melamar pekerjaan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, bagaimana upaya seorang yang akhirnya memantapkan diri untuk melamar pekerjaan pada suatu organisasi atau perusahaan. *Job pursuit intention* bukan hanya mengenai niatan untuk melamar pekerjaan tetapi perlu adanya juga ketertarikan akan suatu organisasi atau perusahaan yang membuatnya yakin akan mendaftarkan diri menjadi bagian dari organisasi atau Perusahaan tersebut.

2.1.4 *Organizational attractiveness*

Organizational attractiveness fokus pada aspek eksternal yang berkaitan dengan rekrutmen dan bagaimana organisasi atau perusahaan dapat mengkomunikasikan bahwa organisasi atau perusahaan mereka adalah tempat yang diinginkan calon pelamar untuk bekerja. *Organizational attractiveness* penting karena dengan hal menarik dari organisasi dapat dijadikan tempat untuk bekerja bagi calon kandidat potensial. Penelitian menemukan bahwa karyawan yang telah bekerja dalam suatu organisasi atau perusahaan menganggap organisasi atau perusahaan yang menarik atau tepat untuk bekerja, akan membuat mereka empat kali lebih berkenan untuk mencurahkan tenaga mereka dalam *role* pekerjaan mereka (Mutonyi, et al., 2022).

Organizational attractiveness menggambarkan seberapa jauh seorang pelamar kerja merasa ingin bekerja pada suatu organisasi atau perusahaan. Teori Sinyal menurut Spence, menjelaskan bahwa dalam banyak kasus, salah satu pihak akan memutuskan untuk menginformasikan kepada pihak lain yang akan menafsirkan sinyal yang diberikan. Calon pekerja akan memilih organisasi atau perusahaan berdasarkan informasi yang sesuai, di saat itu pemberi sinyal akan mengirimkan sinyal kepada pencari kerja mengenai kondisi pekerjaan mereka. Teori pemberian sinyal ini dirasa relevan untuk memahami ketertarikan karyawan di dalam konteks ini karena bisa mendeskripsikan bagaimana seorang pelamar kerja mengembangkan, mengirim, menerima, dan menginterpretasikan karakteristik yang tidak dapat diobservasi dan memberikan cara untuk mengurangi informasi yang tidak sesuai (Guillot-Soulez, et al., 2021).

Organizational attractiveness dapat dijelaskan sebagai “tingkat di mana seorang pelamar kerja akan mencari perusahaan sebagai tempat pemberi kerja dan merekomendasikan perusahaan tersebut sebagai pemberi kerja ke pelamar kerja atau kelompok lain”. *Organizational attractiveness* juga didefinisikan sebagai manfaat tidak berwujud dan tidak terlihat dari organisasi bagi calon karyawan yang mengacu pada strategi yang digunakan perusahaan untuk menonjolkan kekuatan mereka dan menarik calon pekerja. Hal tersebut secara signifikan dapat mempengaruhi pilihan dan keputusan karir pelamar kerja dan juga mampu mendorong calon pekerja untuk mencari lebih banyak informasi terkait suatu organisasi atau perusahaan. Semakin positif keyakinan seorang pelamar kerja terhadap suatu organisasi atau perusahaan, maka semakin besar pengaruh dan motivasi mereka untuk melamar pekerjaan pada organisasi atau perusahaan tersebut. Keberlanjutan bisnis bisa didukung dengan melakukan rekrutmen calon pekerja dengan potensi yang tinggi, yang dapat dipenuhi dengan meningkatkan daya tarik perusahaan supaya menarik calon pekerja yang bertalenta dan profesional (Baş, et al., 2020).

Organizational attractiveness digambarkan sebagai konsep bagaimana sebuah organisasi dinilai sebagai wadah untuk menarik minat calon pekerja untuk bekerja pada organisasi atau perusahaan tersebut. *Organizational attractiveness* didefinisikan sebagai keuntungan yang diharapkan oleh calon pekerja akan suatu organisasi atau perusahaan, atau sebagai persepsi pelamar kerja akan suatu organisasi atau perusahaan dengan nilai dan atribut, dan karakteristik yang mencerminkan organisasi atau perusahaan tersebut yang dapat menimbulkan

pertimbangan bagi para calon pekerja bahwa organisasi atau perusahaan tersebut merupakan tempat terbaik untuk melamar kerja dan bekerja kedepannya (Phalevi, et al., 2023).

Definisi *organizational attractiveness* pada penelitian ini mengacu pada hasil penelitian oleh Waal (2022) yang mendeskripsikan bahwa *organizational attractiveness* merupakan bagaimana sebuah perusahaan dipresepsikan oleh calon pekerja sebagai tempat yang ideal untuk berkarir. Daya tarik dapat muncul dari inovasi dan reputasi yang dibangun oleh perusahaan, suasana kerja yang mendukung interaksi sosial yang positif, serta kesejahteraan yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan kepada karyawan. peluang untuk berkembang dan membangun keterampilan yang dapat dimanfaatkan di masa depan juga menjadi faktor penting yang membuat pelamar kerja semakin yakin bahwa jika bergabung pada organisasi atau perusahaan dapat memberikan pengalaman berharga bagi karir mereka. *Organizational attractiveness* memiliki indikator, sebagai berikut :

1. *Interest Value*, disebut juga sebagai nilai minat berupa inovasi dan minat seorang pelamar kerja terhadap produk atau jasa dari suatu organisasi atau perusahaan
2. *Social Value*, disebut juga sebagai nilai sosial yang merujuk kepada bagaimana seorang pelamar kerja memiliki ketertarikan terhadap lingkungan kerja dari suatu organisasi atau perusahaan.
3. *Economic Value*, disebut juga sebagai nilai ekonomis yang merujuk kepada ketertarikan seorang pelamar kerja terhadap benefit yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan

4. *Development Value*, disebut juga sebagai nilai pengembangan yaitu upaya organisasi atau perusahaan untuk menciptakan kesempatan bagi calon pekerjanya mendapatkan potensi yang lebih baik di masa depan.
5. *Application Value*, disebut juga sebagai nilai penerapan yang memberikan keyakinan bagi seorang pelamar kerja bahwa jika bergabung dengan organisasi atau perusahaan yang dituju maka akan memiliki pengalaman yang berguna dari pekerjaan yang dilakukannya (Waal, 2022).

Organizational attractiveness atau daya tarik perusahaan dapat dijelaskan sebagai elemen kunci dalam membangun citra perusahaan yang positif dan strategis sebagai *employer branding* yang efektif. *Organizational attractiveness* mencerminkan sejauh mana sebuah organisasi atau perusahaan mampu menarik perhatian dan minat calon pekerja. *Organizational attractiveness* dipengaruhi oleh persepsi publik mengenai sebuah organisasi atau perusahaan. Daya tarik yang positif dari sebuah organisasi atau perusahaan dapat meningkatkan minat calon pelamar untuk memilih organisasi atau perusahaan tersebut sebagai pilihan karir

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Hubungan *Person-organization fit* terhadap *Organizational attractiveness*

Person-organization fit didefinisikan sebagai kesesuaian antara seorang pelamar kerja terhadap sebuah organisasi atau perusahaan yang bisa menghasilkan keselarasan guna memenuhi kebutuhan dan tujuan satu sama lain sehingga terciptanya hubungan yang saling menguntungkan. *Person-organization fit* dapat menjadi salah satu terciptanya *organizational attractiveness*, karena calon pelamar akan mudah tertarik apabila merasa kecocokan atau kesesuaian dengan sebuah organisasi atau perusahaan terutama di kalangan Gen Z yang *picky* dalam mencari pekerjaan.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa bila terjadi kecocokan antara pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan, maka akan menghasilkan hasil yang positif baik kepada satu sama lain, seperti kepuasan kerja, perilaku kewarganegaraan organisasional, kepuasan hidup, dan *turnover* yang lebih rendah. Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa *person-organization fit* merupakan salah satu prediksi yang paling signifikan dari *job attractiveness*. Penelitian tersebut menunjukkan adanya kesesuaian dengan penelitian sebelumnya oleh Chapman et al., (2005) dan Kristof-Brown et al., (2005) yang membuktikan bahwa *Person-organization fit* memiliki efek positif terhadap *organizational attractiveness* (Boğan, et al., 2020). Penelitian lain juga mengemukakan bahwa ada hubungan yang positif yang signifikan antara *person-organization fit* dengan *organizational attractiveness*. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung dari *person-organization fit* terhadap *organizational*

identification melalui mediasi *organizational attractiveness* (Cinar, 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka ditemukan hipotesis bahwa :

H1 : *Person-organization fit* berpengaruh secara positif terhadap *organizational attractiveness*.

2.2.2 Hubungan *Green recruitment* terhadap *Organizational attractiveness*

Green recruitment dapat dijelaskan sebagai cara perusahaan melakukan perekrutan karyawan menggunakan citra perusahaan yang peduli lingkungan dengan menekankan pada pendekatan yang mencakup komitmen organisasi terhadap keberlanjutan lingkungan dalam budaya perusahaan. Organisasi yang menerapkan *green recruitment* dianggap lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, sehingga mampu menjadi salah satu faktor *organizational attractiveness* atau daya tarik perusahaan bagi para pelamar kerja, terutama di kalangan Gen Z yang mulai sadar akan pentingnya keberlangsungan lingkungan.

Penelitian sebelumnya menuliskan bahwa organisasi atau perusahaan yang menerapkan *green recruitment* mendapatkan citra sebagai organisasi atau perusahaan yang bertanggung jawab akan keberlangsungan lingkungan. Pelamar kerja akan memikirkan dua kali untuk menjadikan organisasi atau perusahaan sebagai tempat kerja yang potensial apabila tidak menerapkan *green recruitment* dengan baik. Penelitian ini juga membuktikan bahwa secara positif berhubungan dengan *organizational attractiveness* (Khan, et al., 2020).

Pada penelitian lain membuktikan bahwa ada *green recruitment* yang merupakan salah satu variabel *green Human Resource Management* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *organizational attractiveness*. Penelitian ini menemukan bahwa organisasi atau perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dapat memiliki nilai tambah dalam *organizational attractiveness* atau daya tarik perusahaan bagi para pelamar. Organisasi atau perusahaan yang mengadopsi praktik *Green Human Resource Management* menciptakan keunggulan dari pesaingnya yang menjadikan organisasi atau perusahaan lebih bagi para pelamar kerja ketika mencari peluang kerja (Frag, 2024). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka ditemukan hipotesis bahwa :

H2 : *Green Recruitment* berpengaruh secara positif terhadap *organizational attractiveness*.

2.2.3 Hubungan *Person-organization fit* terhadap *Job Pursuit Intention*

Person-organization fit merupakan kesesuaian antara nilai, tujuan, dan budaya pelamar kerja dengan organisasi, yang mencerminkan bagaimana kecocokkan atau kesesuaian antara pelamar kerja dengan lingkungan kerja dalam organisasi atau perusahaan yang dituju. Pelamar kerja yang merasa cocok dengan suatu organisasi atau perusahaan sesuai dengan preferensi dan keyakinan mereka, mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk mengejar peluang karir pada organisasi atau perusahaan tersebut karena mereka kan merasa bahwa mereka akan lebih mudah beradaptasi, produktif, dan sukses jika bergabung dengan organisasi atau perusahaan yang dituju.

Hasil penelitian oleh Azizah, et al., (2022), menunjukkan bahwa *Person-organization fit (PO-fit)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *job pursuit intention* dengan *organizational attractiveness* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menganggap bahwa *person organization fit* merupakan kesesuaian antara nilai-nilai seorang pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan yang mana akan membentuk *job pursuit intention* dari para calon pekerja.

Penelitian lain juga menyatakan bahwa *person-organization fit (PO-fit)* berpengaruh secara positif terhadap *job pursuit intention*. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Uggerslev et al., (2012) menyatakan bahwa kecocokan persepsi merupakan salah satu faktor terkuat dari daya tarik perusahaan untuk menarik minat calon pekerja selama proses rekrutmen. Persepsi tersebut juga merupakan salah satu prediktor terpenting dalam membentuk niat mencari kerja. Penelitian oleh Duta et al., (2019) mencatat bahwa *person-organization fit (PO-fit)* lebih mempengaruhi niat mencari kerja kandidat pada tahap eksplorasi (Chowdhury, et al., 2021).

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *Person-Organization Fit (PO-fit)* dan *person job fit (PJ-Fit)*, yang merupakan faktor-faktor dari *person environment fit (PE-Fit)*, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Job Pursuit Intention* (Bednarska, 2016). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka ditemukan hipotesis bahwa :

H3 : *Person-organization fit* berpengaruh secara positif terhadap *job pursuit intention*

2.2.4 Hubungan *Green recruitment* terhadap *Job Pursuit Intention*

Green recruitment merupakan perekrutan yang menggunakan strategi perekrutan dengan prinsip ramah lingkungan dalam seluruh proses rekrutmennya, dimulai dari pencarian kandidat hingga seleksi langsung. Konsep ini digunakan sebagai upaya organisasi atau perusahaan akan keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan *digital platform* untuk mengurangi penggunaan kertas, menonjolkan komitmen terhadap isu lingkungan, dan mencari kandidat yang mendukung visi dan misi akan keberlanjutan lingkungan. Organisasi atau perusahaan yang menerapkan *green recruitment* dianggap lebih bertanggung jawab secara sosial akan nilai keberlanjutan lingkungan, sehingga menciptakan citra positif bagi para pelamar kerja. Kandidat yang peduli akan isu lingkungan akan memiliki keinginan untuk bergabung ke suatu organisasi atau perusahaan yang mempunyai visi dan misi yang sama mengenai keberlanjutan lingkungan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara *green recruitment* terhadap *job pursuit intention*. Hasil penelitian ini menghasilkan temuan bahwa pencari kerja cenderung melamar pekerjaan di organisasi atau perusahaan yang berkomitmen untuk melestarikan lingkungan karena dirasa mampu menyampaikan pesan positif pada pelamar kerja bahwa mereka bertanggung jawab menjaga keberlanjutan lingkungan dan bertanggung jawab secara ekologis (Frag, 2024).

Sebuah penelitian menyatakan bahwa pada *green recruitment*, pelamar kerja direkrut melalui media elektronik, seperti *email*, wawancara berbasis panggilan tatap muka guna meminimalisir pelamar kerja harus mendatangi organisasi atau perusahaan yang dilamar. Penelitian lain menjelaskan bahwa *Green Recruitment* berpengaruh positif terhadap *job pursuit intention*. Penelitian ini berdasarkan pada teori identitas sosial ini yang mengungkapkan bahwa organisasi atau perusahaan yang mengadopsi konsep *green Human Resource management* akan terlihat sebagai organisasi atau perusahaan yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Hal tersebut dapat menciptakan keyakinan bahwa organisasi atau perusahaan tersebut juga akan memperlakukan calon karyawan atau para kandidat pelamar kerja dengan baik. Para pelamar kerja akan merasakan rasa bangga sendiri jika terhubung dengan organisasi atau perusahaan yang bertanggung jawab. Rasa bangga tersebut merupakan salah satu contoh ketertarikan pada organisasi. Pelamar kerja yang tertarik terhadap organisasi atau perusahaan yang dilamar akan menunjukkan *Job Pursuit Intention* atau minat melamar kerja yang lebih tinggi (Khan, et al., 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka ditemukan hipotesis bahwa :

H4 : *Green Recruitment* berpengaruh secara positif terhadap *Job Pursuit Intention*

2.2.5 Hubungan *Organizational Attractiveness* terhadap *Job Pursuit Intention*

Organizational attractiveness fokus pada aspek eksternal yang berkaitan dengan rekrutmen dan bagaimana organisasi atau perusahaan dapat mengkomunikasikan bahwa organisasi atau perusahaan mereka adalah tempat yang diinginkan calon pelamar untuk bekerja. *Organizational attractiveness* mengacu pada sejauh mana pelamar kerja mulai tertarik dengan suatu organisasi atau perusahaan sebagai pilihan untuk dijadikan tempat bekerja nantinya. Organisasi dengan citra yang baik mampu menarik pelamar kerja yang berkualitas, karena para pelamar kerja yang baik tidak akan asal memilih tempat kerja dan lebih memilih organisasi atau perusahaan yang sudah memiliki citra baik di masyarakat, sehingga menciptakan daya tarik bagi sebuah perusahaan menjadi hal yang penting untuk menonjolkan keunggulan perusahaan guna memenangkan persaingan untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas.

Organizational attractiveness mengacu pada pemikiran afektif dan sikap pelamar kerja mengenai organisasi atau perusahaan sebagai tempat kerja yang dirasa potensial. Sebuah penelitian menemukan hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara *organizational attractiveness* dan *Job Pursuit Intention* seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Chapman et al., (2005), Gully et al., (2013), dan Highhouse et al., (2003) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara *organizational attractiveness* dan *job pursuit intention*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *organizational attractiveness* berperan sebagai untuk memediasi hubungan antara *Person-Organization Fit* dengan *Job Pursuit Intention* (Boğan, et al., 2020).

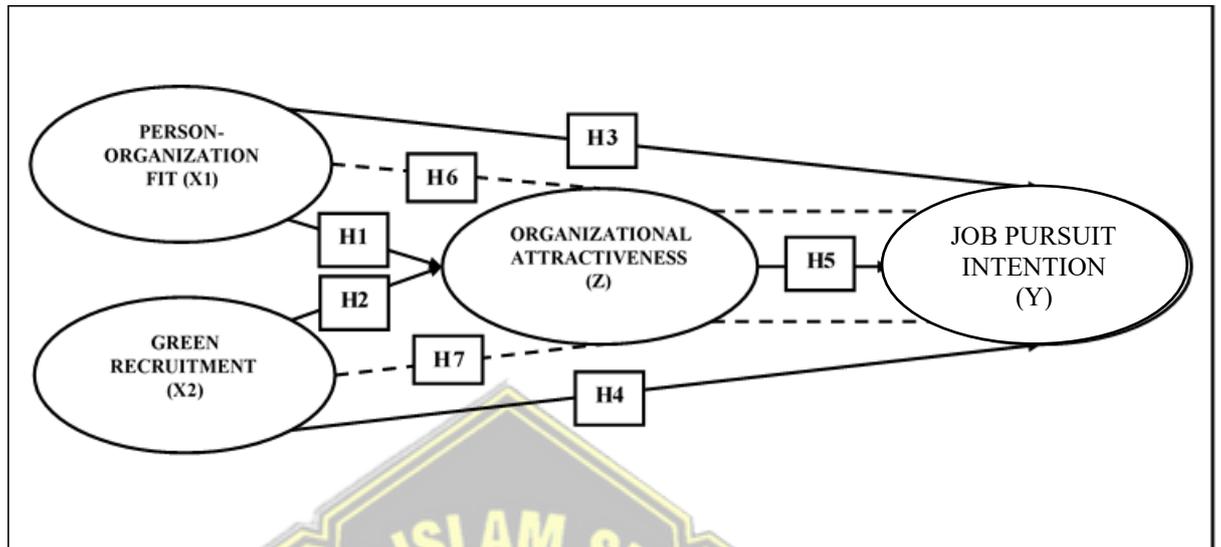
Penelitian lain juga menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *organizational attractiveness* dan *job pursuit intention*. *Green Recruitment* memiliki pengaruh yang positif dan statistik terhadap *organizational attractiveness*, yang mana *organizational attractiveness* memiliki pengaruh yang berarti pada *job pursuit intention*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *organizational attractiveness* memediasi hubungan antara *green recruitment* dan *job pursuit intention*. Perusahaan yang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan saat melakukan proses rekrutmen pekerjaan mampu menarik minat dari pelamar kerja yang memiliki visi dan misi yang sama terhadap keberlangsungan lingkungan. Hal tersebut bisa dimanfaatkan sebagai daya tarik perusahaan yang mana dapat menarik minat pelamar kerja untuk melamar kerja pada organisasi atau perusahaan tersebut (Khan, et al., 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka ditemukan hipotesis bahwa :

H5 : *Organizational attractiveness* berpengaruh secara positif terhadap *Job Pursuit Intention*

H6 : *Person-Organization Fit* berpengaruh secara positif terhadap *Job Pursuit Intention* melalui *organizational attractiveness*

H7 : *Green Recruitment* berpengaruh secara positif terhadap *Job Pursuit Intention* melalui *organizational attractiveness*

2.3 Kerangka Teori



Gambar 2. 1
Kerangka Teori Penelitian

Kerangka penelitian berfokus pada pengaruh variabel *person-organization fit* dan *green recruitment* terhadap variabel *job pursuit intention* dengan variabel *organizational attractiveness* sebagai mediasi antara variabel *person-organization fit* dan *green recruitment* terhadap *job pursuit intention*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel *person-organization fit*, *green recruitment*, *organizational attractiveness*, dan *job pursuit intention*. Penelitian eksplanatori dapat disimpulkan sebagai penelitian sebab akibat dengan berusaha melakukan identifikasi, memastikan hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lain. Jenis penelitian eksplanatori bertujuan untuk mengetahui perubahan fenomena dalam hubungannya dengan variabel lain. Metode penelitian ini dapat membantu mengetahui bagaimana hubungan antara dua atau lebih variabel dan membantu menguji pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang ada dalam penelitian (Sari, et al., 2023).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara variabel dengan metode statistik. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menemukan hasil pengujian atas teori- teori tertentu dengan cara melakukan penelitian antara hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Data yang dikumpulkan bisa menggunakan bantuan dari penggunaan *software* statistik untuk mempermudah peneliti melakukan pengumpulan dan analisis data. Penelitian kuantitatif cenderung menggunakan angka, berawal dari awal pengumpulan data sampai dengan penyajian data (Siroj, et al., 2024).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh *person-organization fit* dan *green recruitment* terhadap *job pursuit intention* melalui *organizational attractiveness* pada generasi z di Kota Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh elemen penelitian berupa objek dan subjek dengan karakteristik yang disesuaikan dengan keperluan penelitian. Populasi meliputi seluruh karakteristik dari subjek penelitian (Amin, et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa semester akhir yang akan mempersiapkan diri untuk mencari pekerjaan.

Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* berdasarkan tujuan yang akan dicapai oleh penelitian. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan peluang atau kesempatan yang sama. Sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik sampling dengan beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai dengan tujuan (Amin, et al., 2023). Karakteristik pengisi kuesioner (angket) yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa semester akhir di Kota Semarang yang lahir pada rentang tahun 1995 sampai dengan tahun 2010 yang akan mencari kerja.

Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui jumlah pastinya, maka untuk menghitung jumlah sampel minimum menggunakan rumus Lemeshow dalam Riyanto , et al., (2020) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan (95% = 1,96)

p = maksimal estimasi (50% atau 0,5)

d = tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

Perhitungan rumus Lemeshow di atas dapat dihitung jumlah sampel dengan perhitungan sebagai berikut

$$n = \frac{1,96^2 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Perhitungan di atas menghasilkan hasil berapa banyak sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sejumlah 96,04 yang mana jika dibulatkan akan menjadi 100 responden.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer penelitian diperoleh langsung melalui sumber yang sesuai dengan pengukuran dan perhitungan penulis yang dilakukan di dalam penelitian dalam bentuk angket, observasi, maupun wawancara (Priadana, et al., 2021). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan langsung dari penyebaran kuesioner (angket) kepada responden yang sudah ditentukan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode kuesioner (angket). Kuesioner (angket) merupakan salah satu metode pengumpulan data yang menggunakan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden sesuai dengan keperluan variabel-variabel yang ada dalam penelitian (Vianitati, 2020). Kuesioner yang dibagikan berisi pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka berisi nama responden, kota tempat tinggal, tanggal lahir, semester kuliah saat ini, dan lainnya. Pertanyaan tertutup berisi pertanyaan yang memiliki nilai dengan skala 1-5 di mana 1 (sangat tidak setuju) dan skala 5 (sangat setuju). Kuesioner pada penelitian ini disebarakan sesuai kriteria yang telah ditentukan dan diinginkan penulis dalam bentuk *google form* yang akan disebarakan melalui internet (media sosial).

3.5 Variabel dan Indikator

Variabel dan indikator yang digunakan di dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator
1	<i>Person-Organization Fit</i> (X1)	<i>Person-Organization Fit</i> didefinisikan sebagai implikasi terkait kesesuaian antara beberapa orang dengan organisasi atau perusahaan dengan skala yang lebih besar, di mana seorang pribadi memutuskan akan melakukan pekerjaan dan bekerja pada organisasi atau perusahaan tersebut (Kristof-Brown, et al., 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personality traits</i> 2. <i>Goals</i> 3. <i>Cognitive style</i> 4. <i>Ethics</i> 5. <i>Skill compatibility</i> (Kristof-Brown, et al., 2023)
2	<i>Green Recruitment</i> (X2)	<i>Green recruitment</i> merupakan rekrutmen dengan proses yang menggunakan sistem paperless (tanpa kertas) sehingga dapat meminimalkan dampak lingkungan. Pelamar kerja akan diundang secara perantara <i>online</i> seperti melalui <i>email</i> , formulir <i>online</i> , dan <i>website</i> atau aplikasi rekrutmen <i>online</i> (<i>e-recruitment</i>). Pelamar kerja nantinya akan dihubungi melalui telepon, pesan <i>online</i> dan <i>interview</i> berbasis video <i>online</i> , seperti <i>zoom</i> , <i>google meet</i> , dan aplikasi lainnya yang dapat mengurangi perjalanan pelamar kerja ke lokasi perusahaan yang dapat membantu meminimalkan dampak lingkungan (Mwita, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attract green job candidates</i> 2. <i>Green employer branding</i> 3. <i>Recruit employee with environmental awareness</i> (Makarim, et al., 2021)

3	<i>Job pursuit intention</i> (Y)	<i>Job Pursuit Intention</i> dapat didefinisikan sebagai tindakan yang diambil untuk mendapatkan informasi mengenai sebuah organisasi atau perusahaan yang mendalam dan menjalin kontak dengan tujuan supaya bisa melamar pekerjaan dan memulai wawancara kerja pada organisasi atau perusahaan tersebut (Rozsa, et al., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Salary and benefits</i> 2. <i>Competence</i> 3. <i>Prestige</i> 4. <i>Ethical image</i> (Ngoc, et al., 2022)
4	<i>Organizational attractiveness</i> (Z)	<i>Organizational attractiveness</i> merupakan bagaimana pandangan sebuah organisasi atau perusahaan di mata calon pekerja, apakah organisasi atau perusahaan tersebut dapat menjadi tempat yang tepat untuk dijadikan sebagai tempat bekerja (Waal, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Interest Value</i> 2. <i>Social Value</i> 3. <i>Economic Value</i> 4. <i>Development Value</i> 5. <i>Application Value</i> (Waal, 2022)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2025

3.6 Teknis Analisis

Program yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *software* SPSS 26 untuk mengetahui bagaimana hasil pengujian hubungan antar variabel penelitian.

3.6.1 Uji Instrumen

Kuesioner (angket) dapat dikatakan valid apabila pernyataan yang diajukan pada isi kuesioner atau angket dapat menemukan hasil pengukuran sesuai kriteria atau ketentuan yang diukur dalam kuesioner atau angket yang dibagikan (Indartini, et al., 2024). Uji validitas digunakan untuk melihat hasil pengukuran dari tingkat validitas suatu instrumen. Hasil pengukuran validitas instrumen yang tinggi dapat menghasilkan pendapat bahwa variabel yang diukur dinyatakan valid atau sesuai dengan kriteria pengukuran, sedangkan bila pengukuran hasil pengukuran validitas instrumen rendah, maka variabel tidak valid atau kurang mewakili kriteria pengukuran yang diinginkan. Pengambilan keputusan uji validitas adalah :

1. Jika nilai r -hitung $>$ r -tabel, maka item pernyataan valid
2. Jika nilai r hitung $<$ r -tabel, maka item pernyataan tidak valid

Pengujian dalam uji validitas menggunakan uji dua sisi dengan jumlah data (n) (Zahriyah, et al., 2021).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data memiliki konsistensi dari hasil pengukuran yang dilakukan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian, apakah layak digunakan sebagai alat ukur penelitian kepada responden atau tidak. Metode Cronbach Alpha digunakan untuk menentukan reliabilitas instrumen penelitian. Variabel yang memiliki hasil nilai Cronbach Alpha $>$ 0,7, maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel (Zahriyah, et al., 2021).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk bisa memenuhi persyaratan untuk menggunakan persamaan linier berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least squares*) (Indartini, et al., 2024). Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari tiga pengujian, sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui apakah data sampel dari populasi yang ada dalam penelitian menghasilkan analisis berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat diukur menggunakan *Test Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit* dengan dasar pengambilan keputusan, jika hasil signifikansi $> \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data sampel dari populasi dalam penelitian berdistribusi normal, sebaliknya jika hasil signifikansi $< \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data sampel dari populasi dalam penelitian berdistribusi normal (Lestari, et al., 2023).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti tidak diperbolehkan adanya korelasi antara variabel sisa dengan masing-masing variabel independen dengan melakukan uji dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat dan variabel bebas supaya bisa melihat apakah sebuah penelitian terjadi heteroskedastisitas .

Dasar analisis uji heteroskedastisitas yaitu :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola khusus yang terbentuk secara teratur, maka dapat diindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas .

2. Jika ada pola yang tidak teratur atau tidak jelas dan titik-titik yang ada tersebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Indartini, et al., 2024).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji hubungan linier antara beberapa atau seluruh variabel yang menjelaskan dalam model-model regresi. Gejala multikolinearitas pada model regresi linear berganda dapat dilihat ada atau tidaknya dari VIF (*Variance Inflation Factor*). Variabel dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, apabila $VIF \leq 10$ atau toleransi $\geq 0,1$ (Indartini, et al., 2024).

3.6.3 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi merupakan analisis yang berkaitan dengan ketergantungan antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan satu variabel independen terhadap variabel dependen disebut analisis regresi sederhana, sedangkan hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen disebut analisis regresi berganda.

Pada penelitian ini memiliki variabel mediasi yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga membentuk metode kausal step (Asyorori, et al., 2023). Model regresi yang terbentuk sebagai berikut :

$$Z = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1$$

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + e_2$$

Keterangan :



a	= konstanta
b	= koefisien korelasi
X ₁ , X ₂	= Variabel independen (<i>person-organization fit, green recruitment</i>)
Y	= Variabel dependen (<i>job pursuit intention</i>)
Z	= Variabel mediasi (<i>organizational attractiveness</i>)
e	= <i>error</i>

Uji Signifikan dilakukan sebagai berikut :

a. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara pelamar kerja (Asyorori, et al., 2023). Indartini, et al., (2024) menyatakan bahwa uji parsial dapat dilihat antara tabel sig dengan $\alpha = 0,05$, jika variabel independen memiliki sig. $< \alpha = 0,05$ terhadap variabel dependen, maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji simultan (Uji F)

Pengujian ini digunakan untuk menemukan apakah ada hubungan secara linier antara variabel dependen dan variabel independen (Asyorori, et al., 2023). Indartini, et al, (2024) menyatakan bahwa uji simultan dapat dilihat antara tabel sig dengan $\alpha = 0,05$, jika $\text{sig.} < \alpha = 0,05$, maka variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Analisis koefisiensi determinasi menunjukkan seberapa besar pengukuran atas variabel independen (X) memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Y) yang digunakan untuk mengetahui besaran persentase pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020).

d. Uji Sobel

Uji sobel digunakan untuk menguji apakah ada signifikansi dari efek mediasi dari model antara variabel independen, mediasi, dan dependen. Uji sobel berfungsi untuk menentukan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara signifikan yang dimediasi oleh variabel mediasi (Z) (Dewi, 2024).

Rumus uji sobel sebagai berikut :

$$Z\text{-value} = \frac{a \times b}{\sqrt{b^2 \times s_a^2 + a^2 \times s_b^2}}$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian / Responden

Objek penelitian atau responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa semester akhir berusia 20-25 tahun (Generasi Z) yang sedang mencari pekerjaan di Kota Semarang. Dasar penentuan karakteristik responden ditentukan karena pada usia tersebut merupakan usia yang sudah matang untuk mempersiapkan diri untuk mulai mencari pekerjaan. Mahasiswa semester akhir dinilai sudah matang untuk mulai fokus memahami hal-hal yang perlu diperhatikan untuk melanjutkan pada jenjang karir mereka. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan *Google Form* yang didistribusikan pada awal Maret 2025. Penelitian ini menghasilkan jawaban dari para responden sebanyak 100 responden yang digunakan untuk pengolahan data selanjutnya.

4.4.1 Karakteristik Responden

Data primer pada penelitian ini merupakan data karakteristik responden yang berisi mengenai informasi berupa identitas responden berupa jenis kelamin, usia, perguruan tinggi, dan Studi yang Sedang Diambil untuk data pendukung pada penelitian ini yang dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden

Karakteristik		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	54	54%
	Laki-Laki	46	46%
Total		100	100%
Domisili Saat Ini	Semarang	100	100%
Total		100	100%
Usia	20 – 21 Tahun	23	23%
	22 – 23 Tahun	63	63%
	24- 25 Tahun	14	14%
Total		100	100%
Perguruan Tinggi	Universitas Islam Sultan Agung	21	21%
	Universitas Diponegoro	35	35%
	Politeknik Negeri Semarang	23	23%
	Universitas Negeri Semarang	11	11%
	Universitas Semarang	5	5%
	Lainnya	5	5%
Total		100	100%
Studi yang Sedang Diambil	D3	44	44%
	D4 / S1	51	51%
	S2	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan dari hasil 100 responden bahwa :

a. Jenis Kelamin

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari sebanyak 100 responden, didominasi oleh responden perempuan dengan persentase sebesar 54% responden dan 46% responden laki-laki yang merupakan mahasiswa semester akhir yang siap bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa banyak perempuan yang sudah berminat untuk mempersiapkan diri untuk berkarir setelah menempuh studi di perguruan tinggi

sehingga bisa menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih banyak mempersiapkan lapangan kerja yang layak dan menjanjikan bagi para perempuan.

b. Domisili Saat Ini

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 100 responden dengan persentase 100% responden yang berdomisili di Semarang sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini, bahwa responden yang menjadi sampel penelitian merupakan mahasiswa semester akhir yang berdomisili di Kota Semarang.

c. Usia

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari sebanyak 100 responden, sebesar 23% responden merupakan responden dengan rentang usia 20 – 21 tahun, responden dengan rentang usia 22 – 23 tahun sebesar 63% responden, dan responden dengan usia 24 – 25 tahun sebesar 14%. Hasil tersebut menjelaskan bahwa usia pengisian kuesioner didominasi oleh mahasiswa semester akhir berusia 22 – 23 tahun yang telah mempersiapkan diri untuk mencari pekerjaan. Hal ini bisa menjadi pertimbangan perusahaan untuk menyediakan lowongan pekerjaan dengan rentang usia tersebut karena mahasiswa semester akhir dengan rentang usia 22 – 23 sudah siap untuk melanjutkan berkarir setelah menyelesaikan pendidikannya di perguruan tinggi.

d. Perguruan Tinggi

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari sebanyak 100 responden, sebesar 21% responden merupakan mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung, sebesar 35% responden merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro, sebesar 23% responden merupakan mahasiswa Politeknik Negeri Semarang, sebesar 11% responden

merupakan mahasiswa Universitas Negeri Semarang, sebesar 5% responden merupakan mahasiswa Universitas Semarang, dan sebesar 5% responden merupakan mahasiswa dari perguruan tinggi lainnya. Hasil tersebut menjelaskan bahwa responden dari kuesioner ini didominasi oleh mahasiswa Universitas Diponegoro. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dari Universitas Diponegoro sudah mempersiapkan diri untuk mempersiapkan diri ke jenjang karir.

e. Studi yang Sedang Diambil

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari sebanyak 100 responden, didominasi oleh mahasiswa semester akhir dengan studi yang sedang diambil pada tingkat D4 / S1 dengan persentase sebesar 51% responden, studi yang sedang diambil pada tingkat D3 sebesar 44% responden, dan sebesar 5% responden merupakan mahasiswa semester akhir dengan studi yang sedang diambil pada tingkat S2. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa semester akhir dengan studi yang sedang diambil pada tingkat D4 / S1 sudah memikirkan untuk bekerja dan bisa dijadikan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperbanyak lowongan dengan kualifikasi pendidikan jenjang D4 / S1.

4.2 Deskripsi Variabel

Penelitian ini menggunakan pengukuran variabel dengan analisis indeks jawaban untuk menganalisis gambaran deskriptif dari jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner. Penelitian ini menggunakan 5 item pernyataan pada variabel *person-organization fit*, 3 item pernyataan dari variabel *green recruitment*,

4 item pernyataan dari variabel *job pursuit intention*, dan 5 item pernyataan dari variabel *organizational attractiveness*.

Perhitungan indeks variabel dengan mengukur angka hasil respon responden dengan angka 1 untuk nilai minimum dan angka 5 untuk nilai maksimum yang dirumuskan menurut Ferdinand (2014) sebagai berikut :

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)}{5}$$

Keterangan:

F1: frekuensi responden dengan jawaban bernilai 1 dalam daftar pertanyaan kuesioner

F2: frekuensi responden dengan jawaban bernilai 2 dalam daftar pertanyaan kuesioner

F3: frekuensi responden dengan jawaban bernilai 3 dalam daftar pertanyaan kuesioner

F4: frekuensi responden dengan jawaban bernilai 4 dalam daftar pertanyaan kuesioner

F5: frekuensi responden dengan jawaban bernilai 5 dalam daftar pertanyaan kuesioner

Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini sebanyak 9 pernyataan untuk variabel bebas, 5 pernyataan untuk variabel mediasi dan 4 pernyataan untuk variabel terikat, dengan perhitungan sebagai berikut :

- a. Angka indeks terendah yang akan diperoleh jika 100 responden memilih nilai terendah (1), perhitungannya akan menjadi :

$$\text{Nilai Indeks} = (100 \times 1) + (0 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5) / 5 = 20$$

- b. Angka indeks terendah yang akan diperoleh jika 100 responden memilih nilai tertinggi (5), perhitungannya akan menjadi :

$$\text{Nilai Indeks} = (0 \times 1) + (0 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (100 \times 5) / 5 = 100$$

- c. Penentuan rentang, dapat dilakukan dengan perhitungan menggunakan nilai tertinggi dikurangi nilai terendah, perhitungannya akan menjadi :

$$\text{Nilai rentang} = 100 - 20 = 80$$

Penelitian menggunakan kriteria *three box method*, yaitu analisis yang digunakan untuk mengategorikan data kuesioner ke dalam tiga kategori. Rentang yang didapat sebesar 80 dibagi menjadi 3 dengan hasil 26,6. Ketentuan rentang setiap kriteria adalah 26,66 yang dibagi dalam tiga kategori sebagai berikut :

1. Rendah : 20-46,66
2. Sedang : 46,67-73,33
3. Tinggi : 73,34-100

4.2. Indeks Variabel

4.2.1 *Person-Organization Fit*

Analisis variabel *person-organization fit* diukur dengan 5 pernyataan dengan hasil jawaban dan analisis indeks jawaban variabel seperti di bawah ini :

Tabel 4. 2
Indeks Variabel Person-OrganizationFit

Indikator	Frekuensi Jawaban					Total	Indeks	Keterangan
	1	2	3	4	5			
<i>Personality traits</i>	0	0	5	47	48	443	88,6%	Tinggi
<i>Goals</i>	0	1	2	44	53	449	89,8%	Tinggi
<i>Cognitive style</i>	0	5	6	39	50	434	86,8%	Tinggi
<i>Ethics</i>	0	3	7	52	37	425	85,0%	Tinggi
<i>Skill compatibility</i>	0	7	2	37	54	438	87,6%	Tinggi
Rata-Rata						437,8	87,6%	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *person-organization fit* memiliki indeks variabel sebesar 87,6% yang termasuk dalam rentang kriteria tinggi, artinya dalam menentukan organisasi atau perusahaan yang akan dilamar, para mahasiswa semester akhir akan mempertimbangkan kesesuaian dari segi kepribadian, tujuan, penyelesaian kerja, etika, dan persamaan keterampilan dengan organisasi atau perusahaan.

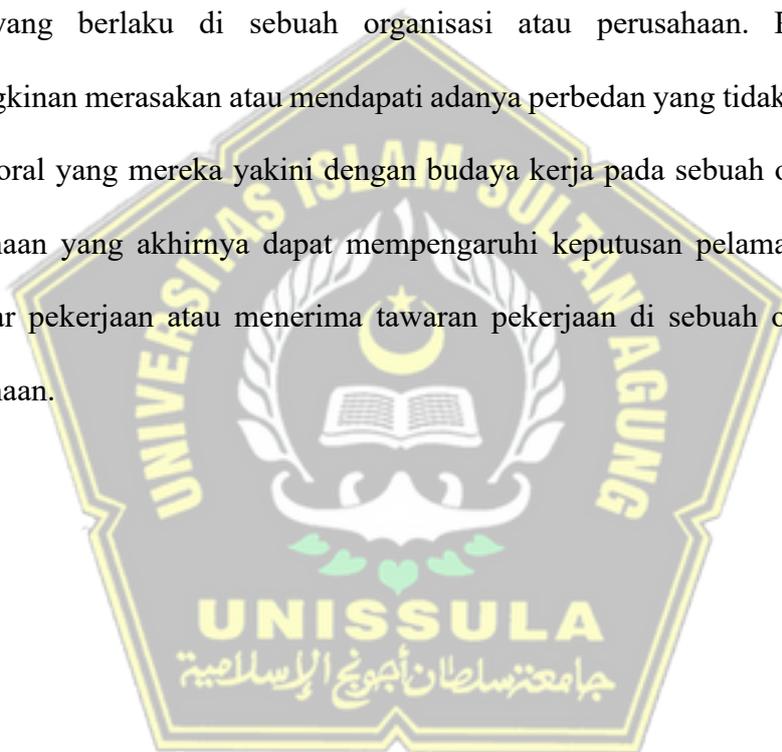
Hasil indikator *personality traits* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa kepribadian mereka selaras dengan citra dan nilai Perusahaan yang diminati. Hasil indikator *goals* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa tujuan pribadi mereka sejalan dengan tujuan organisasi yang mereka minati. Indikator *cognitive style* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa

menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa yakin bahwa perusahaan yang mereka minati mampu mendukung untuk menghadapi tantangan di tempat kerja nantinya. indikator *ethics* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa ada kesesuaian antara etika kerja mereka dengan budaya organisasi yang diminati. Indikator *skill compability* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa memiliki keterampilan yang relevan dengan organisasi yang mereka tuju.

Indikator *goals* atau tujuan memiliki nilai indeks tertinggi sebesar 89,8% dan indikator *ethics* atau etika memiliki nilai indeks terendah sebesar 85,0%. *Person-organization fit* dapat dijelaskan sebagai kesesuaian antara seorang pelamar kerja terhadap sebuah organisasi atau perusahaan, baik kesesuaian berdasar nilai, tujuan, kebutuhan, maupun budaya antara seorang pelamar kerja dengan sebuah organisasi.

Indikator *goals* atau tujuan menjelaskan bahwa dengan tujuan yang sama antara seorang pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan. Indikator *goals* memperoleh hasil nilai indeks tertinggi dapat diartikan bahwa, secara umum pelamar kerja merasa memiliki tujuan yang sama dengan organisasi atau perusahaan, sehingga mereka akan lebih mudah mempertimbangkan untuk melamar kerja pada organisasi atau perusahaan tersebut. Persamaan visi dan misi yang dimiliki organisasi atau perusahaan dengan tujuan yang dimiliki pelamar kerja dilihat sebagai peluang untuk berkembang dan mencapai tujuan karir bagi para pelamar kerja, sehingga mereka akan tertarik untuk memutuskan bergabung dengan organisasi atau perusahaan yang dituju.

Indikator *ethics* atau etika merujuk persepsi seorang pelamar kerja terhadap nilai etika seperti dalam pengambilan keputusan, berinteraksi dengan norma dan budaya dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Indikator *ethics* menghasilkan nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa, ada perbedaan nilai moral yang diyakini oleh pelamar kerja dengan budaya kerja yang diterapkan pada organisasi atau perusahaan yang akan dituju. Pelamar kerja merasa kurang memahami standar etika yang berlaku di sebuah organisasi atau perusahaan. Pelamar kerja kemungkinan merasakan atau mendapati adanya perbedaan yang tidak sejalan antara nilai moral yang mereka yakini dengan budaya kerja pada sebuah organisasi atau perusahaan yang akhirnya dapat mempengaruhi keputusan pelamar kerja dalam melamar pekerjaan atau menerima tawaran pekerjaan di sebuah organisasi atau perusahaan.



4.4.2 Green Recruitment

Analisis variabel *green recruitment* diukur dengan 3 pernyataan dengan hasil jawaban dan analisis indeks jawaban variabel seperti di bawah ini :

Tabel 4. 3
Indeks Variabel Green Recruitment

Indikator	Frekuensi Jawaban					Total	Indeks	Keterangan
	1	2	3	4	5			
<i>Attract green job candidates</i>	0	1	15	51	33	416	83,2%	Tinggi
<i>Green employer branding</i>	0	2	24	38	36	408	81,6%	Tinggi
<i>Recruit employee with environmental awareness</i>	0	1	14	47	38	422	84,4%	Tinggi
Rata-Rata						415,3	83,1%	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *green recruitment* memiliki indeks variabel sebesar 84,4% yang termasuk dalam rentang kriteria tinggi, artinya para mahasiswa semester akhir akan mempertimbangkan organisasi atau perusahaan yang mampu menarik minat kandidat yang peduli lingkungan, memiliki karyawan yang memperkenalkan organisasi atau perusahaannya sebagai perusahaan ramah lingkungan, dan organisasi atau perusahaan yang berkomitmen untuk merekrut karyawan yang sadar akan lingkungan.

Hasil indikator *attract green job candidates* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai bahwa organisasi yang mereka minati telah menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dalam operasional kerjanya dengan menggunakan web yang telah dikembangkan oleh perusahaan dan memanfaatkan sistem *paperless*. Indikator *green employer branding* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas

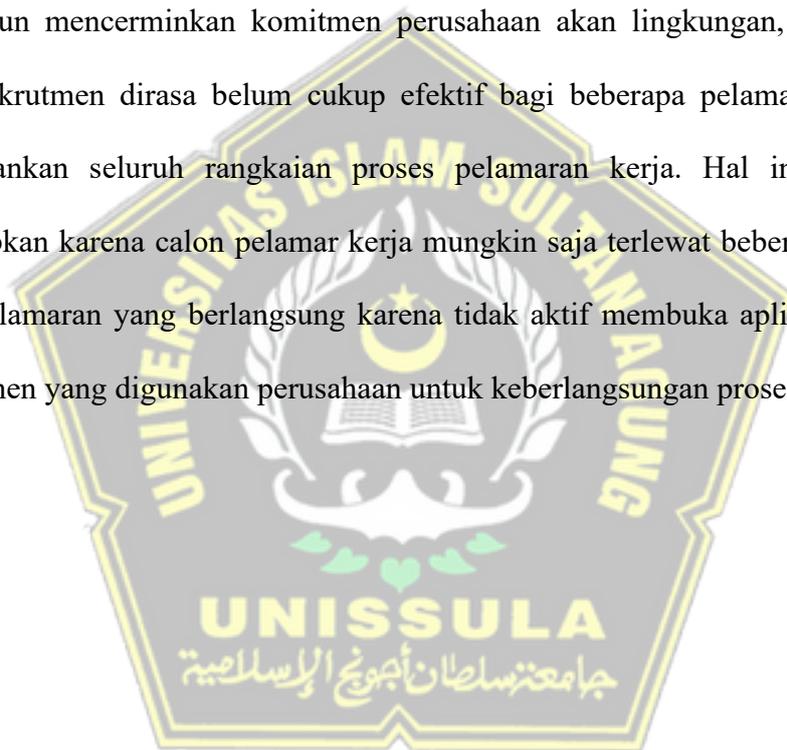
responden memiliki penilaian bahwa karyawan di perusahaan yang mereka tuju telah menerapkan sikap peduli lingkungan dengan pemanfaatan teknologi dengan melakukan rekrutmen melalui *website* rekrutmen perusahaan (*e-recruitment*) dan menerapkan sistem *paperless*. Indikator *recruit employee with environmental awareness* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki organisasi yang mereka tuju berkomitmen dalam menerapkan proses rekrutmen yang berbasis keberlanjutan dengan menggunakan media sosial dan *online test* dalam proses perekrutan kandidatnya.

Indikator *recruit employee with environmental awareness* memiliki nilai indeks tertinggi sebesar 89,8% dan indikator *green employer branding* memiliki nilai indeks terendah sebesar 81,6%. *Green Recruitment* dapat dijelaskan sebagai cara perusahaan melakukan perekrutan karyawan menggunakan citra perusahaan yang peduli lingkungan. Proses rekrutmen yang berjalan juga dilakukan dengan meminimalisir penggunaan kertas dan memanfaatkan media sosial atau sistem digital yang mana membantu efisiensi para calon pelamar kerja selama proses rekrutmen, sehingga tidak mengharuskan mereka untuk datang langsung ke tempat mereka melamar kerja dan dapat mengurangi penggunaan kendaraan bermotor yang mampu mengurangi polusi yang ditimbulkan dari polusi kendaraan.

Indikator *recruit employee with environmental awareness* merupakan cara perusahaan untuk merekrut karyawan yang peduli pada isu kesadaran lingkungan. Indikator *recruit employee with environmental awareness* menghasilkan indeks nilai tertinggi dapat diartikan bahwa pelamar kerja merasa memiliki kesesuaian visi dan misi mengenai keberlanjutan lingkungan yang diterapkan perusahaan dan siap

melakukan *test online* mengenai komitmen terhadap lingkungan serta siap berkontribusi nyata melakukan *green initiative* untuk keberlangsungan perusahaan hijau pada perusahaan yang mereka minati.

Indikator *green employer branding* merupakan upaya perusahaan dalam memanfaatkan karyawannya untuk menciptakan citra peduli lingkungan. Indikator *green employer branding* memiliki nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa meskipun mencerminkan komitmen perusahaan akan lingkungan, penggunaan web rekrutmen dirasa belum cukup efektif bagi beberapa pelamar kerja untuk menjalankan seluruh rangkaian proses pelamaran kerja. Hal ini juga dapat disebabkan karena calon pelamar kerja mungkin saja terlewat beberapa informasi terkait lamaran yang berlangsung karena tidak aktif membuka aplikasi atau web rekrutmen yang digunakan perusahaan untuk keberlangsungan proses rekrutmen.



4.4.3 Job Pursuit Intention

Analisis variabel *job pursuit intention* diukur dengan 4 pernyataan dengan hasil jawaban dan analisis indeks jawaban variabel seperti di bawah ini :

Tabel 4. 4
Indeks Variabel Job Pursuit Intention

Indikator	Frekuensi Jawaban					Total	Indeks	Keterangan
	1	2	3	4	5			
<i>Salary and benefits</i>	0	5	12	36	47	425	85,0%	Tinggi
<i>Competence</i>	0	2	4	46	48	440	88,0%	Tinggi
<i>Prestige</i>	0	3	8	45	44	430	86,0%	Tinggi
<i>Ethical image</i>	0	1	4	54	41	435	87,0%	Tinggi
Rata-Rata						437,8	87,6%	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *job pursuit intention* memiliki indeks variabel sebesar 87,6% yang termasuk dalam rentang kriteria tinggi, artinya dalam menentukan organisasi atau perusahaan yang akan dilamar, para mahasiswa semester akhir akan mempertimbangkan gaji dan benefit yang ditawarkan, kesiapan akan bekerja, melihat peluang karir, dan citra perusahaan.

Hasil indikator *salary and benefits* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa rata-rata responden menrasa gaji dan manfaat yang ditawarkan organisasi sesuai dengan harapan mereka. Indikator *competence* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas responden siap menjalankan tanggung jawab pekerjaan di organisasi yang mereka tuju. Indikator *prestige* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas responden melihat organisasi yang diminati mampu dijadikan peluang untuk mengembangkan karir dan reputasi profesional mereka. Indikator *ethical image* menghasilkan nilai indeks tinggi

menunjukkan bahwa banyak reponden menilai organisasi yang mereka inati memiliki etika kerja dan citra positif untuk dijadikan tujuan melamar pekerjaan.

Indikator *Competence* atau kompetensi memiliki nilai indeks tertinggi sebesar 88,0% dan indikator *salary and benefits* atau gaji dan manfaat memiliki indeks terendah sebesar 85,0%. *Job pursuit intention* dapat dijelaskan sebagai niat atau keinginan seorang pelamar kerja dalam mengambil tindakan untuk melamar pekerjaan dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Indikator *competence* atau kompetensi digunakan untuk mendeskripsikan apa saja yang merupakan bagian dari pekerjaan yang menjelaskan fokus dari hasil suatu pekerjaan. Indikator *competence* menghasilkan nilai indeks tertinggi yang dapat diartikan bahwa pelamar kerja lebih mempertimbangkan kesesuaian kompetensi mereka dengan pekerjaan yang akan dilamar. Pelamar kerja yang merasa memiliki kesesuaian antara kompetensi kerja yang dibutuhkan perusahaan dengan keahlian yang dimiliki pelamar kerja akan menguatkan keinginan pelamar kerja untuk melamar pekerjaan pada organisasi atau perusahaan yang dituju karena dengan adanya kesesuaian kompetensi pekerjaan dengan keahlian yang dimiliki, pelamar kerja akan merasa nyaman melakukan pekerjaannya karena sudah memiliki *basic skill* sesuai kompetensi kerja yang ada.

Indikator *salary and benefit* merupakan gaji dan tunjangan yang diberikan oleh perusahaan kepada para karyawannya. Gaji dan tunjangan juga merupakan salah satu indikator yang ditawarkan untuk meningkatkan minat melamar pekerjaan. Indikator *salary and benefit* menghasilkan nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa pelamar kerja lebih memperhatikan kesesuaian kompetensi

pekerjaan yang dilamar dibandingkan dengan faktor gaji dan tunjangan yang ditawarkan. Gaji dan tunjangan tetap memiliki indeks yang tinggi yang dapat diartikan bahwa gaji dan tunjangan tetap menjadi faktor penting yang dapat ditawarkan perusahaan, namun tidak menjadi prioritas utama dalam keputusan untuk melamar kerja. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran perspektif di mana pelamar tidak hanya mencari pekerjaan dengan gaji dan tunjangan yang tinggi, tetapi lebih berfokus kepada mencari pengalaman kerja yang bermakna dan mendukung pertumbuhan profesional mereka.



4.4.4 Organizational Attractiveness

Analisis variabel *organizational attractiveness* diukur dengan 5 pernyataan dengan hasil jawaban dan analisis indeks jawaban variabel seperti di bawah ini :

Tabel 4. 5
Indeks Variabel Organizational Attractiveness

Indikator	Frekuensi Jawaban					Total	Indeks	Keterangan
	1	2	3	4	5			
<i>Interest Value</i>	0	3	9	57	31	416	83,2%	Tinggi
<i>Social Value</i>	0	0	4	53	43	439	87,8%	Tinggi
<i>Economic Value</i>	0	2	6	32	60	450	90,0%	Tinggi
<i>Development Value</i>	0	1	2	53	44	440	88,0%	Tinggi
<i>Application Value</i>	0	1	3	39	57	452	90,4%	Tinggi
Rata-Rata						439,4	87,9%	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *organizational attractiveness* memiliki indeks variabel sebesar 87,9% yang termasuk dalam rentang kriteria tinggi, artinya dalam menentukan organisasi atau perusahaan yang akan dilamar, para mahasiswa semester akhir akan mempertimbangkan gaji dan benefit yang ditawarkan, kesiapan akan bekerja, melihat peluang karir, dan citra perusahaan.

Hasil indikator *interest value* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa mayoritas responden tertarik dengan inovasi produk dan jasa yang ditawarkan oleh organisasi yang mereka minati. Indikator *social value* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa banyak responden merasa lingkungan kerja di organisasi yang mereka tuju menarik dan sesuai dengan preferensi mereka. Indikator *economic value* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa rata-rata dari responden tertarik dengan gaji, benefit, dan fasilitas yang ditawarkan perusahaan. Indikator *development value* menghasilkan

nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa Indikator *application value* menghasilkan nilai indeks tinggi menunjukkan bahwa Sebagian besar responden melihat peluang pengembangan diri dari perusahaan sebagai hal yang penting bagi keberlanjutan karir mereka nantinya.

Indikator *Application Value* atau nilai aplikasi memiliki nilai indeks tertinggi sebesar 90,4% dan indikator *Interest Value* atau nilai minat memiliki nilai indeks terendah sebesar 83,2%. *Organizational attractiveness* mencerminkan sejauh mana sebuah organisasi atau perusahaan mampu menarik perhatian dan minat calon pekerja.

Indikator *application value* disebut juga sebagai nilai penerapan yang memberikan keyakinan bagi seorang pelamar kerja bahwa jika bergabung dengan organisasi atau perusahaan yang dituju maka akan memiliki pengalaman yang berguna dari pekerjaan yang dilakukannya. Indikator *application value* memiliki nilai indeks tertinggi dapat diartikan bahwa pelamar kerja lebih tertarik pada manfaat praktis yang dapat mereka peroleh dari organisasi atau perusahaan, seperti peluang pengembangan keterampilan, pengalaman kerja yang relevan, dan prospek karir di masa depan apabila mereka melamar pekerjaan di organisasi atau perusahaan yang dituju. pelamar kerja cenderung memilih organisasi atau perusahaan yang dapat memberikan nilai tambah dalam bentuk keterampilan yang dapat diaplikasikan di pekerjaan selanjutnya.

Indikator *interest value* disebut juga sebagai nilai minat berupa inovasi dan minat seorang pelamar kerja terhadap produk atau jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Indikator *interest value* memiliki nilai indeks terendah dapat diartikan

bahwa faktor daya tarik akan inovasi, kreativitas, atau lingkungan kerja yang unik kurang dipertimbangkan dalam memilih tempat bekerja. Indikator *interest value* tetap menghasilkan nilai indeks yang tinggi yang berarti bahwa faktor ini tetap menjadi faktor yang penting untuk menjadi daya tarik organisasi atau perusahaan, tetapi calon pelamar cenderung lebih berorientasi kepada manfaat langsung yang bisa mereka dapatkan ketika mereka melamar pekerjaan pada suatu organisasi atau perusahaan dibandingkan hanya memilih organisasi atau perusahaan berdasarkan keunikan atau inovasi pada produk atau jasa yang ditawarkan.



4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen

Kuesioner (angket) dapat dikatakan valid apabila pernyataan yang diajukan pada isi kuesioner atau angket dapat menemukan hasil pengukuran sesuai kriteria atau ketentuan yang diukur dalam kuesioner atau angket yang dibagikan (Indartini, et al., 2024). Uji instrumen pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat hasil pengukuran dari tingkat validitas suatu instrumen. Hasil pengukuran validitas instrumen yang tinggi dapat menghasilkan pendapat bahwa variabel yang diukur dinyatakan valid atau sesuai dengan kriteria pengukuran, sedangkan bila pengukuran hasil pengukuran validitas instrumen rendah, maka variabel tidak valid atau kurang mewakili kriteria pengukuran yang diinginkan. Pengambilan keputusan uji validitas adalah :

1. Jika nilai r -hitung $>$ r -tabel, maka item pernyataan valid
2. Jika nilai r hitung $<$ r -tabel, maka item pernyataan tidak valid

Pengujian dalam uji validitas menggunakan uji dua sisi dengan jumlah data (n) (Zahriyah, et al., 2021). Hasil uji validitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 6
Uji Validitas Variabel

Variabel	Indikator	Signifikansi	R- hitung	R- tabel	Keterangan
<i>Person-Organization Fit (X1)</i>	X1.1	0,000	0,909	0,3610	Valid
	X1.2	0,000	0,801	0,3610	Valid
	X1.3	0,000	0,836	0,3610	Valid
	X1.4	0,000	0,851	0,3610	Valid
<i>Green Recruitment (X2)</i>	X2.1	0,000	0,842	0,3610	Valid
	X2.2	0,000	0,915	0,3610	Valid
	X2.3	0,000	0,848	0,3610	Valid
<i>Job Pursuit Intention (Y)</i>	Y1	0,000	0,871	0,3610	Valid
	Y2	0,000	0,883	0,3610	Valid
	Y3	0,000	0,798	0,3610	Valid
	Y4	0,000	0,850	0,3610	Valid
<i>Organizational Attractiveness (Z)</i>	Z1	0,000	0,751	0,3610	Valid
	Z2	0,000	0,786	0,3610	Valid
	Z3	0,000	0,700	0,3610	Valid
	Z4	0,000	0,813	0,3610	Valid
	Z5	0,000	0,798	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan menunjukkan hasil uji validitas dari variabelvariabel yang diujikan dalam penelitian yang diketahui bahwa hasil r hitung > r tabel dan hasil signifikansi tiap variabel < 0,05 yang membuktikan bahwa seluruh butir indikator dari tiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data memiliki konsistensi dari hasil pengukuran yang dilakukan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian, apakah layak digunakan sebagai alat ukur penelitian kepada responden atau tidak.

Metode Cronbach Alpha digunakan untuk menentukan reliabilitas instrumen penelitian. Variabel yang memiliki hasil nilai Cronbach Alpha $> 0,7$, maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel (Zahriyah, et al., 2021). Hasil uji reliabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 7
Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Person-Organization Fit</i>	0,891	Reliabel
<i>Green Recruitment</i>	0,837	Reliabel
<i>Job Pursuit Intention</i>	0,873	Reliabel
<i>Organizational Attractiveness</i>	0,827	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel yang diujikan dalam penelitian ini yang diketahui bahwa seluruh variabel pada penelitian ini memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,70$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk uji dalam penelitian terbukti reliabel.

4.4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk bisa memenuhi persyaratan untuk menggunakan persamaan linier berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least squares*) (Indartini, et al., 2024). Uji asumsi klasik pada penelitian sebagai berikut:

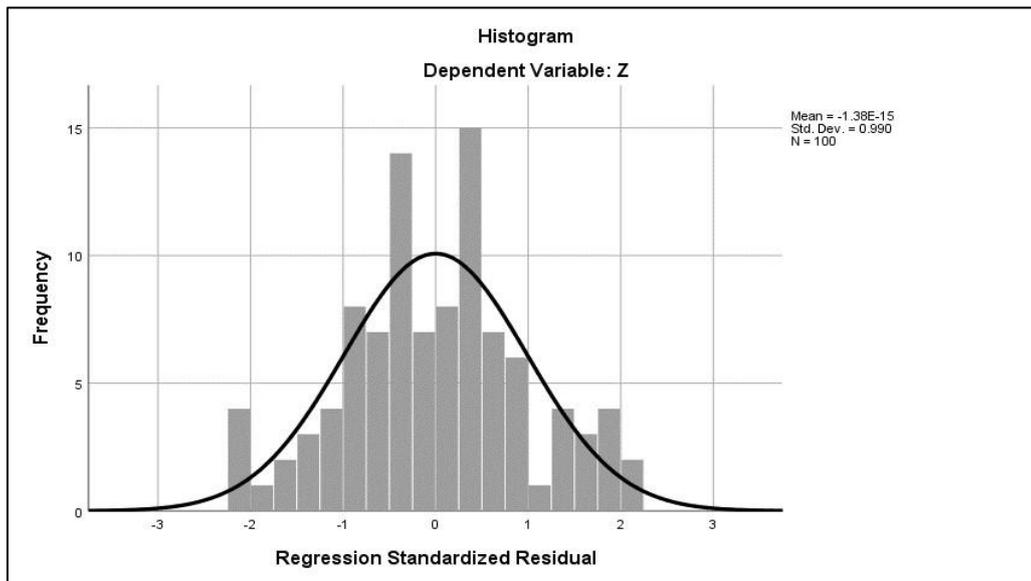
a. Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui apakah data sampel dari populasi yang ada dalam penelitian menghasilkan analisis berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat diukur menggunakan *Test Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit* dengan dasar pengambilan keputusan, jika hasil signifikansi $> \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. (Lestari, et al., 2023). Uji normalitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas 1

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68146558
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.053
Test Statistic		.060
Asymp. Sig (2-tailed)		.200

Sumber : Data primer yang diolah, 2025



Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4. 1

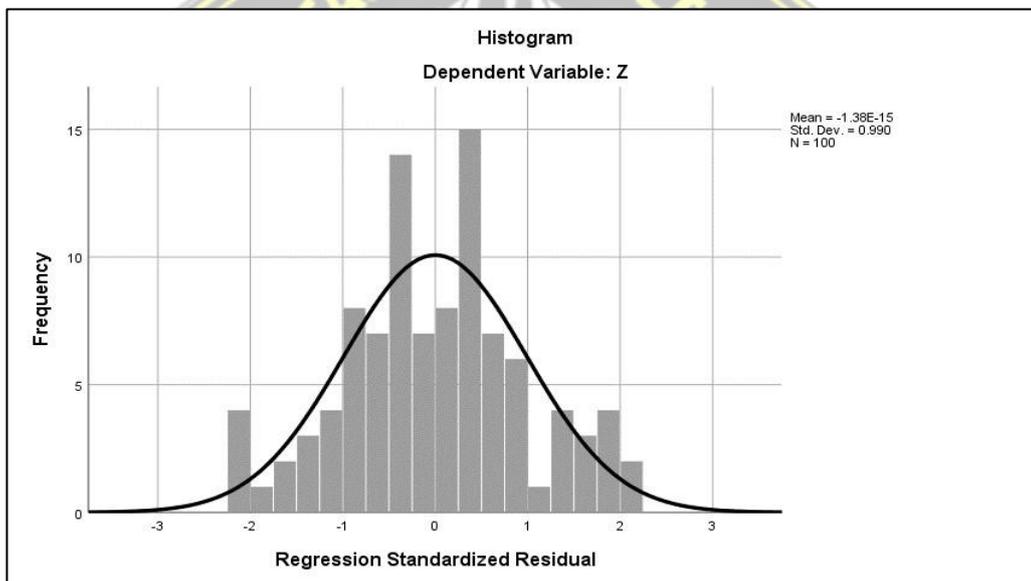
Histogram Uji Normalitas 1

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai signifikansi hasil uji normalitas variabel *person-organization fit* (X1) dan variabel *green recruitment* (X2) terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z) menunjukkan hasil signifikansi sebesar $0,200 > 0,050$ yang menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil pengujian juga dapat dibuktikan bahwa berdistribusi normal dengan hasil histogram yang berbentuk lonceng yang berarti residual berdistribusi normal.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas 2

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36717192
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.060
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig (2-tailed)		.129

Sumber : Data primer yang diolah, 2025



Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4. 2
Histogram Uji Normalitas 2

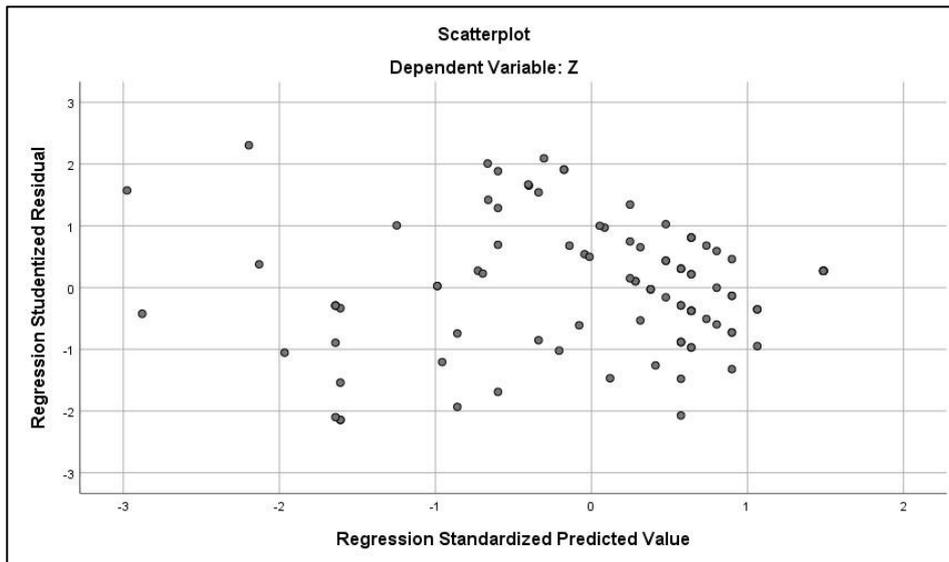
Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai signifikansi hasil uji normalitas variabel *person-organization fit* (X1), variabel *green recruitment* (X2), dan variabel *organizational attractiveness* (Z) terhadap variabel *job pursuit intention* (Y) menunjukkan hasil signifikansi sebesar $0,129 > 0,050$ yang menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil pengujian juga dapat dibuktikan bahwa berdistribusi normal dengan hasil histogram yang berbentuk lonceng yang berarti residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti tidak diperbolehkan adanya korelasi antara variabel sisa dengan masing-masing variabel independen dengan melakukan uji dengan melihat grafik scatterplot. Dasar analisis uji heteroskedastisitas yaitu :

1. Jika ada pola tertentu, maka dapat diindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang tidak teratur atau tidak jelas dan titik-titik yang ada tersebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Indartini, et al., 2024).

Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

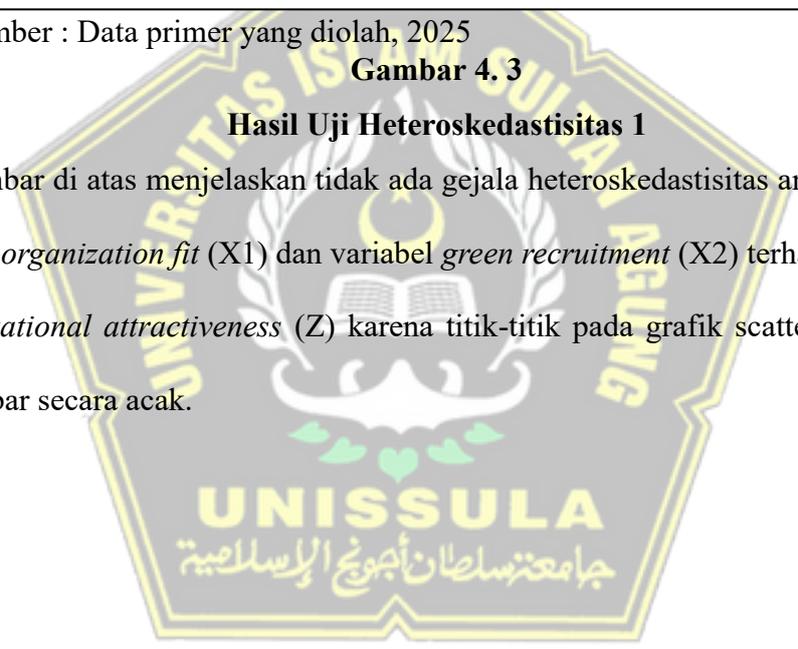


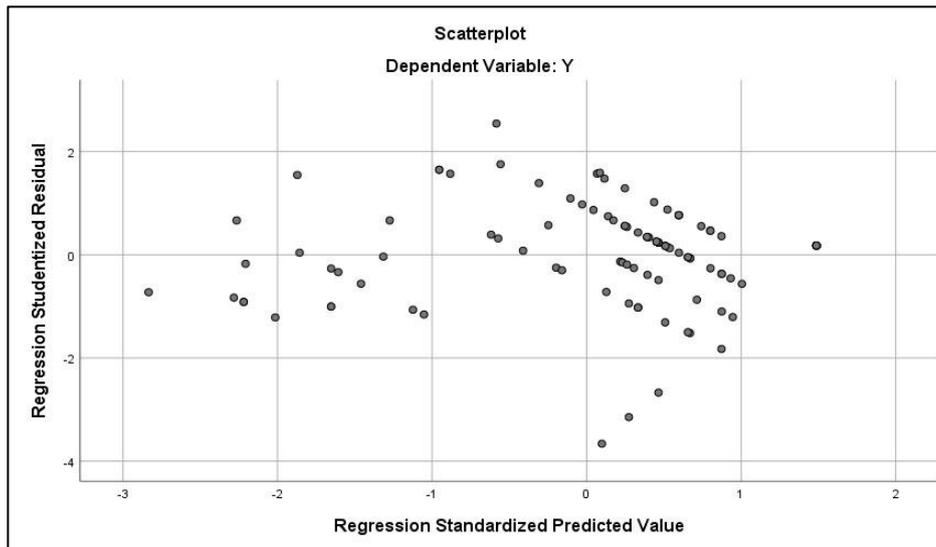
Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas 1

Gambar di atas menjelaskan tidak ada gejala heteroskedastisitas antara variabel *person-organization fit* (X1) dan variabel *green recruitment* (X2) terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z) karena titik-titik pada grafik scatterplot di atas menyebar secara acak.





Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas 2

Gambar di atas menjelaskan tidak ada gejala Heteroskedastisitas antara variabel *person-organization fit* (X1), variabel *green recruitment* (X2) dan variabel *organizational attractiveness* (Z) terhadap variabel *job pursuit intention* (Y) karena titik-titik pada grafik scatterplot di atas menyebar secara acak.

c. Uji Multikolinearitas

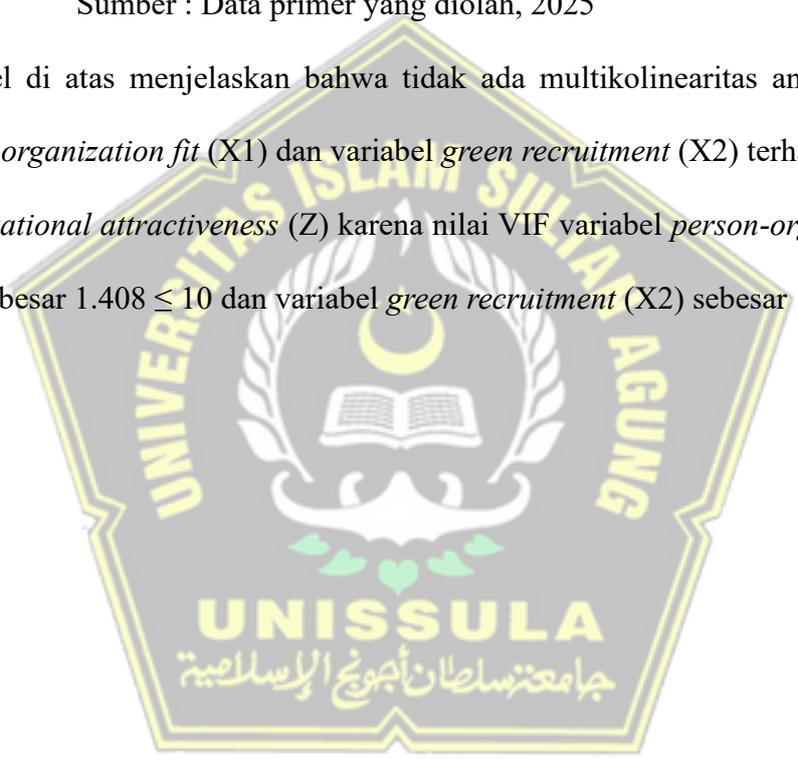
Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji hubungan linier antara beberapa atau seluruh variabel yang menjelaskan dalam model-model regresi. Gejala multikolinearitas pada model regresi linear berganda dapat dilihat ada atau tidaknya dari VIF (*Variance Inflation Factor*). Variabel dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, apabila $VIF \leq 10$ atau toleransi $\geq 0,1$ (Indartini, et al., 2024). Uji multikolinearitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinearitas 1

Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
(Constant)		
X1	.710	1.408
X2	.710	1.408
Dependent Variabel : Z		

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menjelaskan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel *person-organization fit* (X1) dan variabel *green recruitment* (X2) terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z) karena nilai VIF variabel *person-organization fit* (X1) sebesar $1.408 \leq 10$ dan variabel *green recruitment* (X2) sebesar $1.408 \leq 10$.



Tabel 4. 11
Hasil Uji Multikolinearitas 2

Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
(Constant)		
X1	.509	1.965
X2	.494	2.026
Z	.356	2.806
Dependent Variabel : Y		

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menjelaskan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel *person-organization fit* (X1), variabel *green recruitment* (X2) dan variabel *organizational attractiveness* (Z) terhadap variabel *job pursuit intention* (Y) karena nilai VIF variabel *person-organization fit* (X1) sebesar $1.965 \leq 10$, variabel *green recruitment* (X2) sebesar $2.026 \leq 10$, dan variabel *organizational attractiveness* (Z) sebesar $2.806 \leq 10$.

4.4.6 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi merupakan analisis yang berkaitan dengan ketergantungan antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan satu variabel independen terhadap variabel dependen disebut analisis regresi sederhana, sedangkan hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen disebut analisis regresi berganda.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1 (Tabel Coefficient)

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	6.513	1.129		5.770	.000
X1	.369	.060	.445	6.192	.000
X2	.588	.090	.469	6.524	.000
Dependent Variabel : Z					

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel 4. 13
Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1 (Tabel Anova)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	505.485	2	252.742	87.587	.000
Residual	279.905	97	2.886		
Total	785.390	99			
Dependent Variabel : Z Predictor (Constant), X2, X1					

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil dari persamaan regresi linear 1 yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

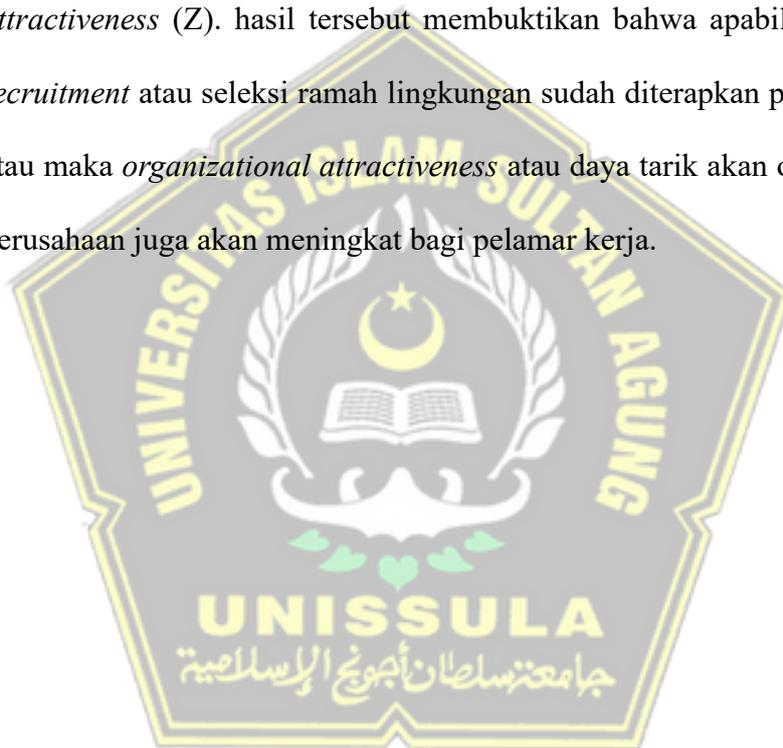
$$Z = 0,445 X1 + 0,469 X2$$

Persamaan regresi linear di atas menjelaskan bahwa :

- a. Variabel *person-organization fit* (X1) dan variabel *green recruitment* (X2) berpengaruh positif terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z)
- b. Nilai Standardized Coefficient Beta dari variabel *person-organization fit* (X1) sebesar 0,445 dengan nilai positif, hal ini menjelaskan bahwa variabel *person-organization fit* (X1) berpengaruh positif terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z). hasil tersebut membuktikan bahwa apabila suatu *person-organization fit* atau kesesuaian pelamar kerja dengan organisasi atau

perusahaan sudah terpenuhi maka *organizational attractiveness* atau daya tarik akan organisasi atau perusahaan juga akan meningkat bagi pelamar kerja.

- c. Nilai Standardized Coefficient Beta dari variabel *green recruitment* (X2) sebesar 0,469 dengan nilai positif, hal ini menjelaskan bahwa variabel *green recruitment* (X2) berpengaruh positif terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z). hasil tersebut membuktikan bahwa apabila suatu *green recruitment* atau seleksi ramah lingkungan sudah diterapkan pada organisasi atau maka *organizational attractiveness* atau daya tarik akan organisasi atau perusahaan juga akan meningkat bagi pelamar kerja.



Tabel 4. 14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2 (Tabel Coefficient)

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1.626	1.069		1.521	.132
X1	.149	.057	.206	2.584	.011
X2	.270	.088	.247	3.051	.003
Z	.415	.083	.477	5.001	.000
Dependent Variabel : Y					

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel 4. 15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2 (Tabel Anova)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	410.663	3	136.888	71.016	.000
Residual	185.047	96	1.928		
Total	595.710	99			
Dependent Variabel : Y Predictor (Constant), Z,X2, X1					

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil dari persamaan regresi linear 2 yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y = 0,206 X1 + 0,247 X2 + 0,477 Z$$

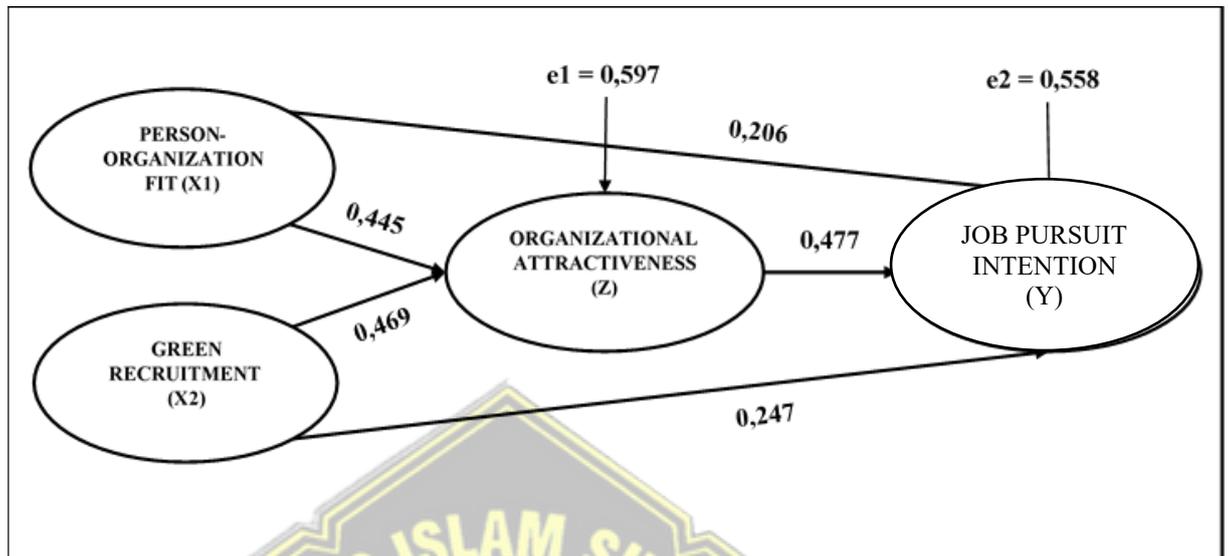
Persamaan regresi linear di atas menjelaskan bahwa :

- a. Variabel *person-organization fit* (X1), variabel *green recruitment* (X2), dan variabel *organizational attractiveness* (Z) berpengaruh positif terhadap variabel *job pursuit intention* (Y).
- b. Nilai Standardized Coefficient Beta dari variabel *person-organization fit* (X1) sebesar 0,206 dengan nilai positif, hal ini menjelaskan bahwa variabel *person-organization fit* (X1) berpengaruh positif terhadap variabel *job pursuit intention* (Y). hasil tersebut membuktikan bahwa apabila suatu *person-*

organization fit atau kesesuaian pelamar kerja dengan organisasi atau perusahaan sudah terpenuhi maka meningkatkan *job pursuit intention* atau minat untuk melamar pekerjaan pada sebuah organisasi atau perusahaan bagi pelamar kerja.

- c. Nilai Standardized Coefficient Beta dari variabel *green recruitment* (X2) sebesar 0,247 dengan nilai positif, hal ini menjelaskan bahwa variabel *green recruitment* (X2) berpengaruh positif terhadap variabel *job pursuit intention* (Y). hasil tersebut membuktikan bahwa apabila suatu *Green Recruitment* atau seleksi ramah lingkungan sudah diterapkan pada organisasi atau maka meningkatkan *job pursuit intention* atau minat untuk melamar pekerjaan pada sebuah organisasi atau perusahaan bagi pelamar kerja.
- d. Nilai Standardized Coefficient Beta dari variabel *organizational attractiveness* (Z) sebesar 0,477 dengan nilai positif, hal ini menjelaskan bahwa variabel *organizational attractiveness* (Z) berpengaruh positif terhadap variabel *job pursuit intention* (Y). hasil tersebut membuktikan bahwa apabila suatu *organizational attractiveness* atau daya tarik perusahaan semakin tinggi maka meningkatkan *job pursuit intention* atau minat untuk melamar pekerjaan pada sebuah organisasi atau perusahaan bagi pelamar kerja.

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4. 5
Hubungan Regresi Linear Berganda

a. Uji Parsial (Uji T)

Indartini, et al., (2024) menyatakan bahwa uji parsial dapat dilihat antara tabel sig dengan $\alpha = 0,05$, jika variabel independen memiliki sig. $< \alpha = 0,05$ terhadap variabel dependen, maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini, uji parsial hipotesis dapat ditentukan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan perhitungan t-hitung $> t$ - tabel (1,982) dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan tingkat kepercayaan 95%. Hasil uji parsial atau uji t dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel *person-organization fit* (X1) terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z) menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan t hitung sebesar $6,192 > 1,982$. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 1 diterima dan menjelaskan bahwa *person-organization fit* mempengaruhi *organizational attractiveness* secara positif dan signifikan.
- b. Variabel variabel *Green Recruitment* (X2) terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z) menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan t hitung sebesar $6,524 > 1,982$. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 2 diterima dan menjelaskan bahwa variabel *green recruitment* mempengaruhi *organizational attractiveness* secara positif dan signifikan.
- c. Variabel variabel *person-organization fit* (X1) terhadap variabel *job pursuit intention* (Y) menghasilkan nilai signifikansi $0,011 < 0,050$ dan t hitung sebesar $2,584 > 1,982$. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 3 diterima dan menjelaskan bahwa *person-organization fit* mempengaruhi *job pursuit intentions* secara positif dan signifikan.
- d. Variabel *green recruitment* (X2) terhadap variabel variabel *job pursuit intention* (Y) menghasilkan nilai signifikansi $0,003 < 0,050$ dan t hitung sebesar $3,051 > 1,982$. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 4 diterima dan menjelaskan bahwa *green recruitment* mempengaruhi *job pursuit intentions* secara positif dan signifikan.
- e. Variabel *organizational attractiveness* (Z) terhadap menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan t hitung sebesar $5,001 > 1,982$. Hasil tersebut

membuktikan bahwa hipotesis 5 diterima dan menjelaskan bahwa *organizational attractiveness* mempengaruhi *job pursuit intentions* secara positif dan signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Indartini, et al., (2024) menyatakan bahwa uji simultan dapat dilihat antara tabel sig dengan $\alpha = 0,05$, jika $\text{sig.} < \alpha = 0,05$, maka variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini, uji simultan dapat ditentukan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan perhitungan $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ (2,70) dengan nilai $\alpha = 0,05$. Hasil uji simultan atau uji f dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel *Person-Organization Fit* (X1) dan *Green Recruitment* (X2) menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan f hitung sebesar $87,578 > 2,70$ terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z). Hasil tersebut membuktikan bahwa model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi variabel *organizational attractiveness*.
- b. Variabel *person-organization fit* (X1), *green recruitment* (X2), dan variabel *organizational attractiveness* (Z) menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan f hitung sebesar $71,016 > 2,70$. terhadap variabel *job pursuit intention* (Y). Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 2 diterima dan menjelaskan bahwa variabel *green recruitment* mempengaruhi *organizational attractiveness* secara positif.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisiensi determinasi menunjukkan seberapa besar pengukuran atas variabel independen (X) memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Y) yang digunakan untuk mengetahui besaran persentase pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Hasil pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 16
Hasil Koefisien Determinasi 1

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.802	.644	.636	1.699
Predictor (Constant), X2, X1			

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

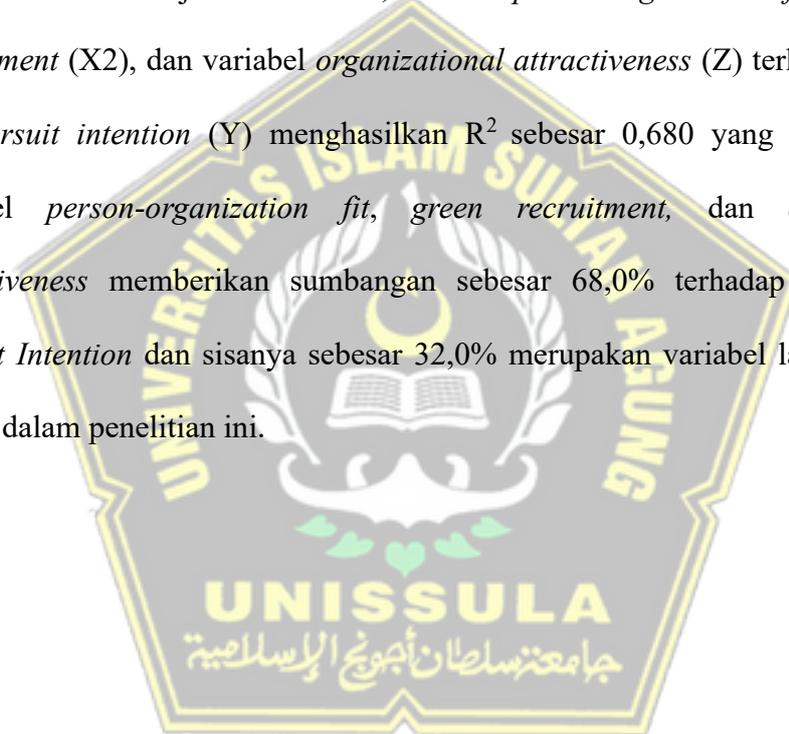
Tabel di atas menjelaskan bahwa, variabel *person-organization fit* (X1) dan *green recruitment* (X2) terhadap variabel *organizational attractiveness* (Z) menghasilkan R^2 sebesar 0,636 yang berarti bahwa variabel *person-organization fit* dan *green recruitment* memberikan sumbangan sebesar 63,6% terhadap variabel *organizational attractiveness* dan sisanya sebesar 36,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. 17
Hasil Koefisien Determinasi 1

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.830	.689	.680	1.388
Predictor (Constant), X2, X1			

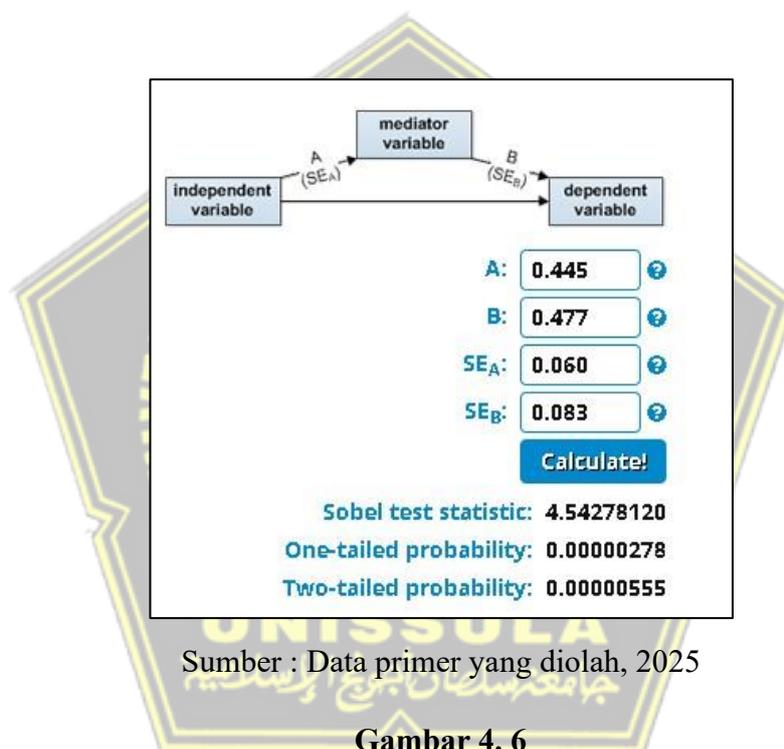
Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menjelaskan bahwa, variabel *person-organization fit* (X1), *green recruitment* (X2), dan variabel *organizational attractiveness* (Z) terhadap variabel *job pursuit intention* (Y) menghasilkan R² sebesar 0,680 yang berarti bahwa variabel *person-organization fit*, *green recruitment*, dan *organizational attractiveness* memberikan sumbangan sebesar 68,0% terhadap variabel *Job Pursuit Intention* dan sisanya sebesar 32,0% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



d. Uji Sobel

Uji sobel digunakan untuk menguji apakah ada signifikansi dari efek mediasi dari model antara variabel independen, mediasi, dan dependen. Uji sobel berfungsi untuk menentukan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara signifikan yang dimediasi oleh variabel mediasi (Z) (Dewi, 2024). Hasil uji sobel pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

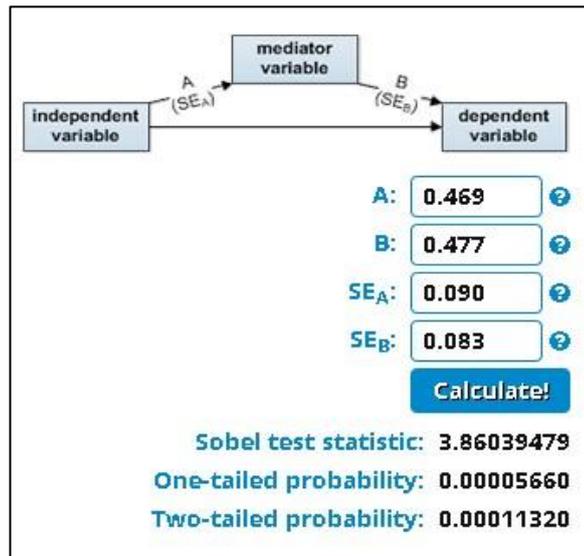


Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4. 6

Uji Sobel 1

Gambar di atas menunjukkan hasil uji sobel untuk menguji pengaruh mediasi variabel *organizational attractiveness* (Z) antara variabel *person-organization fit* (X1) dan variabel *job pursuit intention* (Y). Hasil uji di atas menghasilkan signifikansi $0,000 < 0,050$ yang membuktikan bahwa variabel *organizational attractiveness* memediasi hubungan antara variabel *person-organization fit* dan variabel *job pursuit intention*.



Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Gambar 4. 7
Uji Sobel 2

Gambar di atas menunjukkan hasil uji sobel untuk menguji pengaruh mediasi variabel *organizational attractiveness* (Z) antara variabel *green recruitment* (X₂) dan variabel *job pursuit intention* (Y). Hasil uji di atas menghasilkan signifikansi $0,000 < 0,050$ yang membuktikan bahwa variabel *organizational attractiveness* memediasi hubungan antara variabel *green recruitment* dan variabel *job pursuit intention*.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh *Person-Organization Fit* terhadap *Organizational Attractiveness*

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *person-organization fit* mempengaruhi variabel *organizational attractiveness* secara positif dan signifikan. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 1 diterima dan menunjukkan bahwa *person-organization fit* dapat meningkatkan *organizational attractiveness*. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Bogan et. al. (2020) dan Cinar (2019) yang menyatakan bahwa *person-organization fit* memiliki efek positif terhadap *organizational attractiveness*.

Indikator *goals* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *person-organization fit* dan indikator *application value* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *organizational attractiveness*. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya persamaan tujuan antara pelamar kerja dengan organisasi atau perusahaan, mampu menjadi faktor utama dalam menentukan minat pelamar kerja untuk melamar pada organisasi atau perusahaan yang dituju. Indikator *application value* yang tinggi juga menjelaskan bahwa pelamar kerja memperhatikan manfaat praktis yang bisa mereka dapatkan dari organisasi atau perusahaan, seperti pengalaman kerja, pengembangan keterampilan, dan peluang karir di masa depan

Hal ini dapat dipahami bahwa jika organisasi atau perusahaan ingin menarik calon pekerja untuk melamar pada perusahaannya maka organisasi atau perusahaan harus memastikan bahwa mereka memiliki tujuan yang sesuai dengan pelamar kerja dan mampu menawarkan peluang pengembangan diri dan karir yang jelas untuk bisa dimanfaatkan pelamar kerja di masa depan. Kesesuaian tujuan serta adanya nilai aplikasi yang dapat dipenuhi oleh organisasi atau perusahaan, dapat meningkatkan daya tarik pelamar kerja terhadap sebuah organisasi atau perusahaan yang nantinya akan meningkatkan kesempatan mereka untuk mendapatkan kandidat potensial.

Kesesuaian antara pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan juga mampu menciptakan ekspektasi terhadap lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif, yang mana akan meningkatkan daya tarik organisasi atau perusahaan di mata pelamar kerja. Dengan begitu, semakin tinggi tingkat *person-organization fit*, maka semakin besar kemungkinan pelamar kerja untuk tertarik terhadap daya tarik yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan sebagai preferensi tempat kerja yang akan mereka lamar, sehingga dapat meningkatkan kecenderungan mereka untuk melamar pekerjaan di organisasi tersebut.

4.4.2 Pengaruh *Green Recruitment* terhadap *Organizational Attractiveness*

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *green recruitment* mempengaruhi variabel *organizational attractiveness* secara positif dan signifikan. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 2 diterima dan menunjukkan bahwa *green recruitment* dapat meningkatkan *organizational attractiveness*. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Khan et. al. (2020) dan Farag (2024) yang menyatakan bahwa *green recruitment* memiliki efek positif terhadap *organizational attractiveness*.

Indikator *recruit employee with environmental awareness* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *green recruitment* dan indikator *application value* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *organizational attractiveness*. Hal ini menjelaskan bahwa calon karyawan yang tertarik dengan visi misi perusahaan mengenai keberlangsungan lingkungan dengan pemanfaatan teknologi dalam proses rekrutmennya akan bersedia untuk melakukan *green initiative* untuk keberlangsungan perusahaan. Indikator *application value* yang tinggi juga menjelaskan bahwa pelamar kerja memperhatikan manfaat praktis yang bisa mereka dapatkan dari organisasi atau perusahaan, seperti pengalaman kerja, pengembangan keterampilan, dan peluang karir di masa depan.

Hal ini dapat dipahami bahwa organisasi atau perusahaan yang menerapkan praktik rekrutmen berbasis keberlanjutan lingkungan dan memanfaatkan teknologi seperti penggunaan email, zoom, dan pengisian formulir online dapat memberikan pengalaman baru bagi para calon pekerja untuk mengembangkan diri di jenjang karirnya, karena tidak mudah bagi sebuah organisasi atau perusahaan untuk terus

berkomitmen untuk menerapkan praktik peduli pada lingkungan dan memudahkan proses rekrutmen dengan teknologi yang digunakan oleh perusahaan, sehingga hal ini mampu menarik pelamar kerja yang tertarik dengan kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan dalam proses rekrutmen.

Salah satu aspek *green recruitment* yang mampu menarik atensi calon pelamar kerja yaitu konsep *paperless recruitment* dengan mencerminkan komitmen organisasi atau perusahaan terhadap efisiensi dalam proses rekrutmen. Digitalisasi dalam seleksi karyawan, seperti penggunaan *e-recruitment*, sistem aplikasi daring, dan wawancara virtual tidak hanya mengurangi ketergantungan terhadap dokumen fisik yang dapat membahayakan keberlangsungan lingkungan, tetapi juga menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan. Konsep *paperless recruitment* ini juga membantu organisasi atau perusahaan menciptakan citra perusahaan yang inovatif, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi yang dapat menciptakan persepsi positif terhadap profesionalisme dan efektivitas manajemen yang mampu menjadi daya tarik organisasi atau perusahaan untuk menarik pelamar kerja. Dengan begitu, semakin tinggi tingkat *green recruitment*, maka semakin besar kemungkinan pelamar kerja untuk tertarik terhadap daya tarik yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan sebagai preferensi tempat kerja yang akan mereka lamar, sehingga dapat meningkatkan kecenderungan mereka untuk melamar pekerjaan di organisasi tersebut.

4.4.3 Pengaruh *Person-Organization Fit* terhadap *Job Pursuit Intention*

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *person-organization fit* mempengaruhi variabel *job pursuit intention* secara positif dan signifikan. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 3 diterima dan menunjukkan bahwa *person-organization fit* dapat meningkatkan *job pursuit intention*. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Azizah (2022), Chowdhury et. al. (2021), dan Bednarska (2016) yang menyatakan bahwa *person-organization fit* memiliki efek positif terhadap *job pursuit intention*.

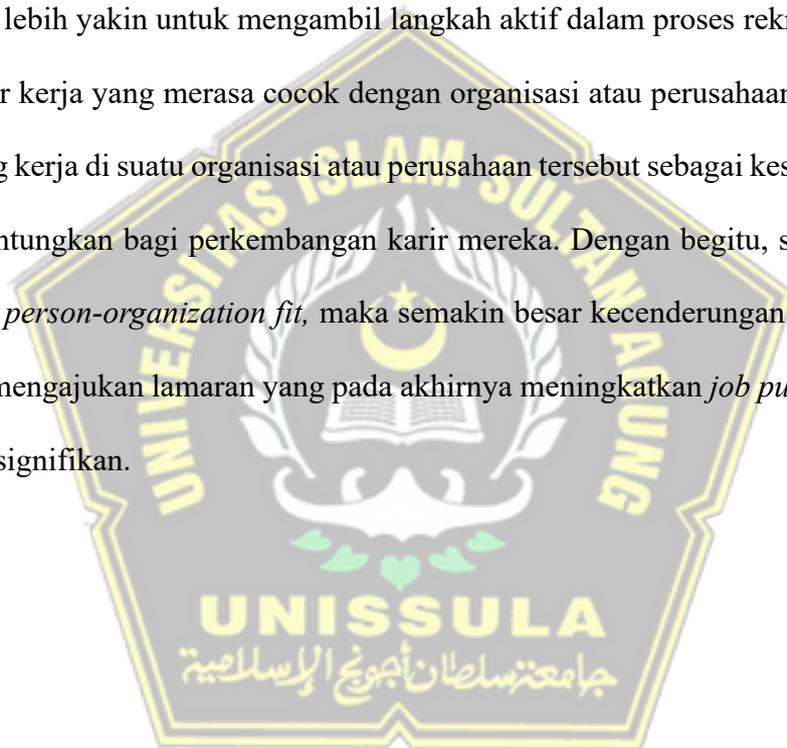
Indikator *goals* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *person-organization fit* dan indikator *competence* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *job pursuit intention*. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya persamaan tujuan antara pelamar kerja dengan organisasi atau perusahaan, mampu menjadi faktor utama dalam menentukan minat pelamar kerja untuk melamar pada organisasi atau perusahaan yang dituju. Indikator *competence* yang tinggi juga menjelaskan bahwa pelamar kerja lebih tertarik pada organisasi atau perusahaan yang dirasa sesuai untuk perkembangan karir dan untuk menunjukkan kompetensi mereka.

Hal ini dapat dipahami bahwa jika organisasi atau perusahaan hendak meningkatkan minat pelamar kerja untuk melamar pada tempat mereka, maka organisasi atau perusahaan dapat memperkuat visi dan misi perusahaan mereka dan memberikan transparansi mengenai tujuan yang akan mereka capai, karena hal ini sangat mempengaruhi penilaian pelamar kerja terhadap pilihan mereka untuk melamar pekerjaan. Organisasi atau perusahaan juga perlu memberikan detail

kompetensi pekerjaan apa yang akan dibutuhkan perusahaan dan memastikan dengan baik bahwa *jobdesk* pekerjaan yang akan diampu oleh pelamar kerja sudah sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan pada masa rekrutmen kerja untuk mempertahankan indikator kompetensi tetap tinggi.

Person-organization fit juga dapat meningkatkan persepsi pelamar kerja terhadap kepuasan kerja di masa depan, sehingga pelamar kerja tersebut akan merasa lebih yakin untuk mengambil langkah aktif dalam proses rekrutmen.

Pelamar kerja yang merasa cocok dengan organisasi atau perusahaan akan melihat peluang kerja di suatu organisasi atau perusahaan tersebut sebagai kesempatan yang menguntungkan bagi perkembangan karir mereka. Dengan begitu, semakin tinggi tingkat *person-organization fit*, maka semakin besar kecenderungan pelamar kerja untuk mengajukan lamaran yang pada akhirnya meningkatkan *job pursuit intention* secara signifikan.



4.4.4 Pengaruh *Green Recruitment* terhadap *Job Pursuit Intention*

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *green recruitment* mempengaruhi variabel *job pursuit intention* secara positif dan signifikan. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 4 diterima dan menunjukkan bahwa *green recruitment* dapat meningkatkan *job pursuit intention*. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Farag (2024) dan Khan et. al. (2020) yang menyatakan bahwa *Green Recruitment* memiliki efek positif terhadap *job pursuit intention*.

Indikator *recruit employee with environmental awareness* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *green recruitment* dan indikator *competence* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *job pursuit intention*. Hal ini menjelaskan bahwa calon karyawan yang tertarik dengan visi misi perusahaan mengenai keberlangsungan lingkungan dengan pemanfaatan teknologi dalam proses rekrutmennya akan bersedia untuk melakukan *green inisiative* untuk keberlangsungan perusahaan. Indikator *competence* yang tinggi juga menjelaskan bahwa pelamar kerja lebih tertarik pada organisasi atau perusahaan yang dirasa sesuai untuk perkembangan karir dan untuk menunjukkan kompetensi mereka.

Hal ini dapat dipahami bahwa organisasi atau perusahaan yang menerapkan *green recruitment* membutuhkan karyawan dengan kompetensi atau keterampilan yang sesuai untuk mendukung tujuan kepedulian lingkungan mereka dalam pemanfaatan teknologi digital. Perusahaan yang menerapkan *green recruitment* akan mencari pelamar kerja yang memiliki kesadaran lingkungan, namun untuk menyempurnakan praktik tersebut, organisasi atau perusahaan perlu mencari

karyawan yang memiliki kompetensi yang relevan, seperti kemampuan penerapan digitalisasi, dan inovasi dalam pemanfaatan teknologi digital untuk melindungi lingkungan. Calon pelamar kerja yang merasa memiliki kompetensi yang relevan dengan organisasi atau perusahaan yang juga peduli akan lingkungan akan lebih tertarik untuk melamar pekerjaan pada organisasi atau perusahaan tersebut. Mereka tidak hanya menghargai nilai kepedulian akan lingkungan saja, tetapi juga memberi ruang untuk mengembangkan diri sesuai keterampilan yang mereka miliki.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa *green recruitment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *job pursuit intention*. *Green recruitment* menciptakan kesan positif sebagai tempat kerja yang progresif, inovatif, dan bertanggung jawab secara sosial, yang dapat meningkatkan minat pelamar kerja untuk melamar pekerjaan pada organisasi atau perusahaan tersebut. *Green recruitment* mencerminkan efisiensi serta modernisasi pada proses seleksi, seperti penggunaan teknologi dalam metode rekrutmen berkelanjutan. *Green recruitment* menggunakan konsep digital dalam proses seleksinya yang dapat menarik minat pelamar kerja untuk melamar ke organisasi atau perusahaan yang menggunakan teknologi moderen dalam proses seleksi sebagai bentuk efisiensi yang lebih profesional yang akan meningkatkan minat generasi muda untuk melamar ke organisasi atau perusahaan yang sudah menerapkan *green recruitment*. Dengan begitu, semakin tinggi tingkat *person-organization fit*, maka semakin besar kecenderungan pelamar kerja untuk mengajukan lamaran yang pada akhirnya meningkatkan *job pursuit intention* secara signifikan.

4.4.5 Pengaruh *Organizational Attractiveness* terhadap *Job Pursuit Intention*

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *organizational attractiveness* mempengaruhi variabel *job pursuit intention* secara positif dan signifikan. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 5 diterima dan menunjukkan bahwa *organizational attractiveness* dapat meningkatkan *job pursuit intention*. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Bogan et. al. (2020), dan Khan et. al. (2020) yang menyatakan bahwa *organizational attractiveness* memiliki efek positif terhadap *job pursuit intention*.

Indikator *application value* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *organizational attractiveness* dan indikator *competence* merupakan indikator tertinggi dalam variabel *job pursuit intention*. Hal ini menjelaskan bahwa pelamar kerja memperhatikan manfaat praktis yang bisa mereka dapatkan dari organisasi atau perusahaan, seperti pengalaman kerja, pengembangan keterampilan, dan peluang karir di masa depan. Indikator *competence* yang tinggi juga menjelaskan bahwa pelamar kerja lebih tertarik pada organisasi atau perusahaan yang dirasa sesuai untuk perkembangan karir dan untuk menunjukkan kompetensi mereka.

Hal ini dapat dipahami bahwa organisasi atau perusahaan yang menyediakan program pengembangan keterampilan dan peluang karir akan dirasa lebih menarik bagi kandidat yang ingin meningkatkan kompetensi mereka. pelamar kerja yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan organisasi atau perusahaan akan berpotensi memberikan kontribusi lebih besar bagi organisasi atau perusahaan. Hal ini dapat menciptakan hubungan timbal balik, di mana organisasi atau perusahaan

akan mendapatkan calon karyawan potensial dan terampil, sementara calon karyawan akan mendapatkan manfaat langsung untuk meningkatkan karir mereka,

Pelamar kerja yang merasa bahwa organisasi atau perusahaan yang dituju merupakan tempat yang ideal untuk bekerja, cenderung akan menunjukkan minat yang tinggi untuk melamar kerja pada organisasi atau perusahaan tersebut, bahkan mereka bersedia berkompetisi untuk mendapatkan posisi kerja pada organisasi atau perusahaan tersebut. Dengan begitu, semakin tinggi tingkat *organizational attractiveness* yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan, maka semakin besar kecenderungan pelamar kerja untuk mengajukan lamaran yang pada akhirnya meningkatkan *job pursuit intention* secara signifikan.



4.4.6 Peran *Organizational Attractiveness* untuk meningkatkan pengaruh *Person-Organization Fit* terhadap *Job Pursuit Intention*

Hasil pengujian hipotesis melalui uji sobel yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *organizational attractiveness* memediasi hubungan antara variabel *person-organization fit* dan variabel *job pursuit intention*. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 6 diterima dan variabel *organizational attractiveness* mampu berperan untuk meningkatkan pengaruh antara variabel *Person-Organization Fit* dan variabel *job pursuit intention*.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa bahwa *organizational attractiveness* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh memiliki pengaruh *person-organization fit* terhadap *job pursuit intention* karena ketika pelamar kerja merasa bahwa nilai, budaya, dan tujuan organisasi atau perusahaan selaras dengan nilai pribadi yang diyakini oleh pelamar kerja, maka mereka akan cenderung tertarik dengan daya tarik yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan. Daya tarik organisasi atau perusahaan mampu memperkuat hubungan tersebut dengan meningkatkan motivasi pelamar kerja untuk melamar pekerjaan, karena bukan hanya merasa cocok dengan organisasi atau perusahaan, tetapi juga merasa bahwa perusahaan yang akan dilamar, akan mampu menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung perkembangan karir para pelamar kerja.

Organizational attractiveness penting dalam memediasi pengaruh *person-organization fit* dan *job pursuit intention* karena apabila pelamar kerja merasa cocok dengan sebuah organisasi atau perusahaan akan semakin meyakinkan diri untuk melamar pekerjaan apabila ada daya tarik yang kuat mampu menaikkan atau mendorong minat para pelamar kerja untuk melamar pekerjaan pada organisasi atau perusahaan. Dengan begitu, *organizational attractiveness* memperkuat dampak *person-organization fit* terhadap *job pursuit intention* dengan membangun persepsi yang lebih positif terhadap organisasi, sehingga meningkatkan kemungkinan pelamar kerja untuk melamar dan bergabung dengan organisasi atau perusahaan tersebut.



4.4.7 Peran *Organizational Attractiveness* untuk meningkatkan pengaruh *Green Recruitment* terhadap *Job Pursuit Intention*

Hasil pengujian hipotesis melalui uji sobel yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel *organizational attractiveness* memediasi hubungan antara variabel *green recruitment* dan variabel *job pursuit intention*. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis 7 diterima dan variabel *organizational attractiveness* mampu berperan untuk meningkatkan pengaruh antara variabel *Green Recruitment* dan variabel *job pursuit intention*.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa bahwa *organizational attractiveness* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh memiliki pengaruh *green recruitment* terhadap *job pursuit intention* karena dengan penerapan *green recruitment* mampu mencerminkan komitmen organisasi atau perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang mampu menciptakan citra organisasi atau perusahaan yang lebih positif.

Organizational attractiveness menjadi penguat pengaruh pelamar kerja untuk melamar pada suatu organisasi atau perusahaan karena apabila sebuah organisasi atau perusahaan hanya menerapkan konsep *green recruitment* saja tanpa adanya daya tarik yang ditawarkan, belum tentu calon pelamar akan langsung setuju untuk melamar kerja pada organisasi atau perusahaan yang ada. Dengan begitu, *organizational attractiveness* memperkuat dampak *green recruitment* terhadap *job pursuit intention* dengan menghubungkan praktik kepedulian akan lingkungan dengan aspek lain yang mampu meningkatkan minat para pelamar kerja untuk melamar.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian dan pembahasan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. *Person-organization fit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational attractiveness*. Hal tersebut berarti apabila dengan adanya kecocokan yang dirasakan antara seorang pelamar kerja dengan sebuah organisasi atau perusahaan, maka akan mempengaruhi ketertarikan antara pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila *person-organization fit* sudah dipenuhi oleh perusahaan maka *organizational attractiveness* mampu meningkatkan daya tarik calon pelamar terhadap sebuah organisasi atau perusahaan.
- b. *Green recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational attractiveness*. Hal tersebut berarti apabila sebuah perusahaan telah menerapkan *green recruitment* dengan pemanfaatan teknologi digital dan konsep *paperless*, maka calon pelamar akan tertarik dengan daya tarik lainnya yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila *green recruitment* sudah dilaksanakan oleh perusahaan maka *organizational attractiveness* mampu meningkatkan daya tarik calon pelamar terhadap sebuah organisasi atau perusahaan.

- c. *Person-organization fit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *job pursuit intention*. Hal tersebut berarti apabila ada kecocokan antara pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan, maka pelamar kerja akan semakin berminat untuk melamar atau meraih kerja pada sebuah organisasi atau perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila *person-organization fit* sudah dipenuhi oleh perusahaan maka mampu meningkatkan *job pursuit intention* untuk melamar atau meraih pekerjaan pada organisasi atau perusahaan yang ada.
- d. *Green recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *job pursuit intention*. Hal tersebut berarti apabila sebuah organisasi atau perusahaan telah menerapkan *green recruitment* dengan pemanfaatan teknologi digital dan konsep *paperless*, maka pelamar kerja akan semakin berminat untuk melamar atau meraih kerja pada sebuah organisasi atau perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila *green recruitment* diterapkan oleh perusahaan maka mampu meningkatkan *job pursuit intention* untuk melamar atau meraih pekerjaan pada organisasi atau perusahaan yang ada.

- e. *Organizational attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *job pursuit intention*. Hal tersebut berarti apabila sebuah organisasi atau mampu menawarkan daya tarik yang menarik, maka pelamar kerja akan semakin berminat untuk melamar atau meraih kerja pada sebuah organisasi atau perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila *organizational attractiveness* yang ditawarkan organisasi atau perusahaan mampu menarik minat pelamar kerja, maka *job pursuit intention* akan tercipta untuk pelamar kerja melamar atau meraih pekerjaan pada organisasi atau perusahaan yang ada.
- f. *Organizational attractiveness* berperan dalam meningkatkan pengaruh antara variabel *person-organization fit* dan variabel *job pursuit intention*. Hal tersebut berarti daya tarik yang ditawarkan organisasi atau perusahaan mampu memperkuat minat pelamar kerja untuk melamar atau meraih kerja pada suatu organisasi atau perusahaan setelah pelamar kerja mencari informasi apakah ada kecocokan antara organisasi atau perusahaan dengan nilai yang mereka yakini. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila sudah terjadi kecocokan antara pelamar kerja dengan organisasi atau perusahaan, maka *organizational attractiveness* mampu memperkuat *job pursuit intention* para pelamar kerja untuk melamar atau meraih pekerjaan pada organisasi atau perusahaan yang ada.

g. *Organizational attractiveness* berperan dalam meningkatkan pengaruh antara variabel *green recruitment* dan variabel *job pursuit intention*. Hal tersebut berarti daya tarik yang ditawarkan organisasi atau perusahaan mampu memperkuat minat pelamar kerja untuk melamar atau meraih kerja pada suatu organisasi atau perusahaan setelah calon pelamar merasa cocok dengan konsep rekrutmen digital yang telah dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan kepedulian akan keberlangsungan lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa apabila konsep *Green recruitment* sudah sesuai dengan nilai yang sejalan dengan pelamar kerja, maka *organizational attractiveness* mampu memperkuat *job pursuit intention* para pelamar kerja untuk melamar atau meraih pekerjaan pada organisasi atau perusahaan yang ada.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pada bidang rekrutmen dan perilaku organisasi, khususnya bagaimana memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *job pursuit intention* di kalangan pelamar kerja. Hasil dari penelitian ini juga menjelaskan bagaimana *person-organization fit* dan *green recruitment* berperan dalam meningkatkan *organizational attractiveness* yang nantinya digunakan sebagai mediasi untuk meningkatkan *job pursuit intention* para pelamar kerja.

Temuan ini memperkuat teori bahwa apabila terjadi kecocokkan nilai antara pelamar kerja dan organisasi atau perusahaan, maka dapat meningkatkan niat untuk melamar pekerjaan pada organisasi atau perusahaan tersebut. Penelitian ini juga mendukung praktik rekrutmen yang berorientasi pada kepedulian lingkungan dan meningkatkan *awarness* mengenai manfaat pengelolaan teknologi yang baik untuk keberlanjutan lingkungan terutama kepada generasi z yang mulai mempertimbangkan untuk melanjutkan ke jenjang karir. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *awarness* bahwa penggunaan teknologi dan sistem *paperless* dalam proses perekrutan tenaga kerja yang hanya dinilai untuk keefektifan proses rekrutmen saja, juga sudah memiliki nilai tambah untuk mengurangi penggunaan kertas yang berlebih dan membantu mengurangi polusi karena kandidat yang melamar tidak diharuskan untuk datang ke perusahaan yang dilamar.

Penelitian ini mampu memperluas wawasan dalam literatur mengenai rekrutmen dan memberikan perspektif baru untuk lebih memahami bagaimana praktik *green recruitment* dan *person organization fit* dapat dikaitkan dengan minat pelamar kerja untuk melamar pada sebuah organisasi atau perusahaan melalui daya tarik yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan.

5.2.2 Implikasi praktis

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan mengenai implikasi praktis yang dapat dipertimbangkan, sebagai berikut :

- a. Indikator *ethics* dalam variabel *person-organization fit* menghasilkan nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa, ada perbedaan nilai moral yang diyakini oleh pelamar kerja dengan budaya kerja yang diterapkan pada organisasi atau perusahaan yang akan dituju. Saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan indikator ini, yaitu organisasi atau perusahaan dapat mulai mengomunikasikan secara jelas nilai-nilai atau etika yang berlaku di dalam organisasi atau perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan memberlakukan transparansi mengenai kebijakan yang berlaku di dalam organisasi atau perusahaan, memperjelas kode etik organisasi atau perusahaan dalam wawancara, serta memperkenalkan lingkungan dan budaya kerja kepada pelamar kerja dengan kemudahan akses pada *website* perusahaan yang mudah diakses oleh pelamar kerja, sehingga dapat meyakinkan pelamar kerja bahwa nilai yang diyakini sesuai dengan budaya kerja yang berlaku pada organisasi atau perusahaan.
- b. Indikator *green employer branding* dalam variabel *green recruitment* memiliki nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa perusahaan belum sepenuhnya berhasil membangun citra sebagai organisasi yang peduli lingkungan dengan pemanfaatan *e-recruitment* untuk rekrutmen dirasa masih kurang maksimal. Saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan indikator ini, yaitu saat membuat iklan lamaran online bisa disertakan pada

ketentuan lamaran bahwa lamaran pada perusahaan dilakukan sepenuhnya secara online menggunakan *website* atau *software* rekrutmen sehingga diharapkan untuk para pelamar selalu aktif membuka portal lamaran. Saran lainnya, perusahaan dapat mengirimkan pesan otomatis yang dikirimkan melalui *email* atau aplikasi pesan digital seperti *whatsapp* ke *contact person* yang tertera untuk hasil dari proses rekrutmen yang berlangsung.

- c. Indikator *salary and benefit* dalam variabel *job pursuit intention* menghasilkan nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa pelamar kerja lebih memperhatikan kesesuaian kompetensi pekerjaan yang dilamar dibandingkan dengan faktor gaji dan tunjangan yang ditawarkan. Saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan indikator ini, yaitu organisasi atau perusahaan dapat menawarkan gaji dan tunjangan yang kompetitif dan transparan saat menyebarkan lowongan pekerjaan supaya dapat dipelajari oleh pelamar kerja. Organisasi atau perusahaan juga dapat memanfaatkan manfaat non-finansial seperti fleksibilitas jam kerja, work-life balance, dan pengembangan karir supaya dapat menarik calon pelamar yang berkualitas.
- d. Indikator *interest value* dalam variabel *organizational attractiveness* memiliki nilai indeks terendah dapat diartikan bahwa faktor daya tarik akan inovasi, kreativitas, atau lingkungan kerja yang unik kurang dipertimbangkan dalam memilih tempat bekerja. Saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan indikator ini, yaitu organisasi atau perusahaan dapat membangun citra perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik dan inovatif untuk meningkatkan daya saing dalam menarik talenta terbaik.

Organisasi atau perusahaan dapat menjelaskan inovasi dan kreativitas akan produk atau jasa yang ditawarkan dalam *website* perusahaan yang mudah diakses oleh pelamar kerja supaya dapat meningkatkan ketertarikan pelamar kerja terhadap nilai ketertarikan atau *interest value* yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dialami selama proses penelitian sehingga dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, beberapa keterbatasan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Penelitian ini terbatas hanya melibatkan responden generasi z yang sedang menempuh pendidikan kuliah semester akhir khususnya di Kota Semarang, sehingga hasil dari penelitian ini kemungkinan akan mengalami perbedaan di wilayah lain karena tidak dapat digeneralisir untuk populasi pelamar kerja disebabkan adanya perbedaan karakteristik di tiap wilayah.
- b. Penelitian ini dilakukan secara umum tanpa mempertimbangkan pada jenis pekerjaan atau sektor industri tertentu, contohnya *green recruitment* mungkin memiliki pengaruh lebih besar di sektor yang berkaitan erat dengan keberlanjutan (seperti, industri energi terbarukan yang mudah bersinggungan langsung dengan isu lingkungan) dibandingkan dengan sektor yang lebih tradisional seperti manufaktur atau perbankan.
- c. Data yang dikumpulkan dalam penelitian sesuai dengan periode waktu saat ini yang bisa mengalami perubahan bergantung pada perubahan ekonomi,

tren rekrutmen, kebutuhan akan pekerjaan, ketersediaan lowongan pekerjaan, dan keterbukaan informasi mengenai rekrutmen pekerjaan di masa depan.

- d. Penelitian ini hanya berfokus melalui penyebaran kuesioner dengan skala tertentu untuk mengumpulkan data uji, yang meskipun mampu mengukur hubungan antar variabel secara statistik, namun belum bisa menangkap alasan lebih dalam mengapa seorang tertarik dengan organisasi atau perusahaan dengan tingkat *po fit* yang tinggi atau organisasi atau perusahaan yang menerapkan *green recruitment*.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Keterbatasan penelitian ini harapannya dapat dijadikan masukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Saran yang dapat diajukan seperti berikut :

- a. Penelitian mendatang dapat dilakukan dengan melibatkan responden dari wilayah lain dan tidak terbatas hanya pada satu kota saja supaya bisa memahami bahwa karakteristik suatu daerah mampu mempengaruhi preferensi pencarian kerja terutama preferensi atau fokus pelamar kerja terhadap *person-organization fit*, *green recruitment*, *organizational attractiveness*, dan *job pursuit intention*. Penelitian juga dapat mencakup pencari kerja dengan berbagai tingkat pengalaman kerja, seperti lulusan baru, pekerja dengan pengalaman menengah, serta profesional yang ingin berpindah kerja supaya gambaran mengenai variabel yang telah disebutkan bisa lebih luas lagi cakupannya.

- b. Penelitian mendatang bisa lebih memfokuskan objek penelitian supaya lebih homogen seperti pada sektor perusahaan berbasis lingkungan (*green company*), perusahaan multinasional, sektor manufaktur atau *start-up* teknologi, supaya karakteristik kebutuhan kerja, nilai perusahaan, serta praktik *green recruitment* bisa dianalisis lebih spesifik. Selain itu, dari responden dapat dikerucutkan pada mahasiswa dari jurusan tertentu, seperti mahasiswa Jurusan Manajemen, Psikologi, atau Teknik Lingkungan sehingga persepsi mengenai variabel *person-organization fit*, *green recruitment*, *organizational attractiveness*, dan *job pursuit intention* dapat mengurangi bias variasi persepsi akibat perbedaan disiplin ilmu.
- c. Penelitian mendatang bisa menggunakan rentang waktu tertentu supaya bisa memahami apakah preferensi dalam melamar pekerjaan akan mengalami perubahan sesuai dengan perubahan ekonomi, tren rekrutmen, kebutuhan akan pekerjaan, ketersediaan lowongan pekerjaan, dan keterbukaan informasi mengenai rekrutmen pekerjaan di masa depan.
- d. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi faktor lainnya yang dapat memediasi atau memoderasi hubungan antara *po fit*, *green recruitment*, dan *job pursuit intention*, seperti *employer branding*, *work-life balance*, fleksibilitas kerja, dan lainnya yang dapat dijadikan variabel tambahan untuk memahami proses pengambilan keputusan dalam melamar pekerjaan. Variabel-variabel tersebut juga dapat digunakan untuk mengukur pengaruhnya dalam menaikkan minat melamar pekerjaan atau *job pursuit intention*.

DAFTAR PUSTAKA

- Guillot-Soulez Chloé, Saint-Onge Sylvie and Soulez Sébastien Green Certification and Organizational Attractiveness: The Moderating Role of Firm Ownership [Journal]. - Lyon : Wiley, 2021. - 189-199 : Vol. 29.
- Ambrose Maureen L., Arnaud Anke and Schminke Marshall Individual Moral Development and Ethical Climate: The Influence of Person–Organization Fit on Job Attitudes [Journal]. - Florida : Journal of Business Ethics, 2007. - 3 : Vol. 77.
- Amin N. F., Garancang S. and Abunawas K. Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian [Journal]. - [s.l.] : JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 2023. - 1 : Vol. 14.
- Asyorori Muhammad and Andani Wirda Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step [Journal]. - Pontianak : Buletin Ilmiah Math. Stat. dan Terapannya (Bimaster), 2023. - 1 : Vol. 12.
- Atmaja Hanung Eka [et al.] Green HRM for Companies in Indonesia [Journal]. - Magelang : Quality - Access to Success, 2023. - 200 : Vol. 25.
- Azizah Fajriati Nur and Kismono Gugup Pengaruh Person-Organization Fit pada Niat Mengejar Pekerjaan dengan Daya Tarik Organisasi sebagai Variabel Pemediasi [Journal]. - Yogyakarta : Universitas Gajah Mada, 2022.
- Babullah Rubi Mengenal Sumber Daya Manusia (SDM): Pengertian Dan Fungsinya [Journal]. - Sukabumi : Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika, 2024. - 4 : Vol. 2.
- Baş Türker and Ertan Ece Organizational Attractiveness Dimensions [Journal]. - Istanbul : The Asian Institute of Research, 2020. - 3 : Vol. 3.
- Bednarska Marlena A Complementary Person-Environment Fit as a Predictor of Job Pursuit Intentions in the Service Industry [Journal]. - Poznan : Contemporary Economics, 2016. - 1 : Vol. 10.
- Bogale Addisalem Tadesse and Birbirsa Zerihun Ayenew HR system and work ethics: A systematic review [Journal]. - Ethiopia : Cogent Business & Management, 2023. - Vol. 10.

- Boğan Erhan [et al.] Exploring the predictors of prospective employees' job pursuit intention in Muslim-friendly hotels [Journal]. - Adiyaman, Turkey : Tourism Management Perspectives, 2020. - Vol. 34.
- Chan David Cognitive Misfit of Problem-Solving Style at Work : A Facet of Person-Organization Fit [Journal]. - Singapore : Organizational Behaviour and Human Process, 1996. - 3 : Vol. 68.
- Chowdhury Md Sohel, Yun Jeonghun and Kang Dae-Seok Towards Sustainable Corporate Attraction: The Mediating and Moderating Mechanism of Person–Organization Fit [Journal]. - Incheon : MDPI : Sustainability, 2021. - 21 : Vol. 13.
- Cinar Esra The Effect of Person-Organization Fit on The Organizational Identification: The Mediating Role of Organizational Attractiveness [Journal]. - Turkey : Eurasian Journal of Business and Management, 2019. - 1 : Vol. 7.
- Dewi Rian Fatika Pengaruh Keterlibatan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Dengan Mediasi Organizational Citizenship Behavior Pada Pegawai Kelurahan Poncosari Srandakan Bantul Yogyakarta [Journal]. - Yogyakarta : Jurnal Manajemen, 2024. - 1 : Vol. 14.
- Dhir Swati and Dutta Tanusree Linking supervisor-support, person-job fit and person- organization fit to company value [Journal]. - New Delhi : Journal of Indian Business Research, 2020. - 4 : Vol. 12.
- Diana A. Chaterine A Study on Effectiveness of Green Recruitment practices among HR Executives of IT sector [Journal]. - Gobichettipalayam : International Conference on Service Marketing – Talking The Show Abroad, 2016.
- Fadhilah Anditha Nur and Putranto Nur Arief Rahmatsyah Influence of Employer Branding Dimensions on Generation Z Women’s Intention to Apply For a Job with Person-Organization Fit as Mediating Variable: A Study of Bandung Institute of Technology [Journal]. - Bandung : Journal Integration of Social Studies and Bussiness Development, 2023. - 2 : Vol. 1.

- Farag Hayat Green Human Resource Management and Job Pursuit Intention: Role of Individual Green Values [Journal]. - Alexandria : Future of Business Administration, 2024. - 1 : Vol. 3.
- Hutomo Prihatin Tiyanto Priagung and Pudjiarti Emiliana Sri Innovative Work Behaviour: An Intregative Investigation of Person-Job Fit, Person-Organization Fit, and Person-Group Fit [Journal]. - Semarang : Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Indonesia, 2020. - 1:39-47 : Vol. 21.
- Indartini M. and Mutmainah Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi, dan Regresi Linear Berganda [Journal]. - Klaten : Penerbit Lakeisha, 2024.
- Indartini Mintarti and Mutmainah Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi, dan Regresi Linear Berganda [Book]. - Klaten : Penerbit Lakeisha, 2024.
- Jamil Sobia [et al.] The Role of Green Recruitment on Organizational Sustainability Performance: A Study within the Context of Green Human Resource Management [Journal] // Sustainability . - 2023. - pp. 3-4.
- Jehanzeb Khawaja Does perceived organizational support and employee development influence organizational citizenship behavior? Person–organization fit as moderator [Journal] // European Journal of Training and Development Vol 44 No 67. - 2020. - p. 641.
- Khan Muhammad Hamza and Muktar Syaharizatul Noorizwan Mediating role of organizational attractiveness on the relationship between green recruitment and job pursuit intention among students of Universiti Teknologi Malaysia [Journal]. - Johor : Cogent Business & Management , 2020. - Vol. 7.
- Kılıçkaya Fatma Yılmaz Effect of Presenteeism on Job Performance Levels in Turkey: Role of Organisational Attraction [Journal]. - Baden-Baden : [s.n.], 2024. - 2 : Vol. 29.
- Krisna Ardilla and Emilia Netania Pengaruh Green Human Resource Management dan Corporate Governance terhadap Job Pursuit Intention melalui Corporate Social Responsibility [Journal]. - Jakarta : Jurnal Pendidikan Tambusa, 2023. - 3 : Vol. 7.

- Kristof-Brown Amy, Schneider Benjamin and Su Rong Person-organization fit theory and research: Conundrums, conclusions, and calls to action [Journal]. - Iowa, USA : Wiley : Personnel Psychology, 2023. - Vol. 76.
- Lestari Salsabrina Putri and Permatasari Rita Intan Pengaruh Pengalaman Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Operasional Pt. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat [Journal]. - Jakarta : Jurnal Ilmiah M-Progress, 2023. - 1 : Vol. 13.
- Makarim Abdul Faris and Muafi Muafi The effect of green human resource management (GHRM) practices on turnover intention: Mediating role of work environment [Journal]. - Turkey : International Journal of Research in Business & Social Science, 2021. - 5 : Vol. 10.
- Mardiatmoko G. Pentingnya Uji asumsi klasik pada analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). [Journal]. - Ambon : Barekeng : Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan, 2020. - 3 : Vol. 14.
- Mayangsari, Resti Eva, Nawangsari Lenny C. and Sutawijaya Ahmad H. Employee Green Behavior on generation X and Y Millennial [Journal]. - Jakarta : International Review of Management and Marketing, 2021. - 4 : Vol. 11.
- Mukhlis [et al.] Identifikasi Generasi Milenial Golongan Z di Desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu [Journal]. - Medan : PENDIS : Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial, 2022. - 1 : Vol. 1.
- Mutonyi Barbara Rebecca [et al.] The Impact of Organizational Culture and Leadership Climate on Organizational Attractiveness and Innovative Behavior: A Study of Norwegian Hospital Employees [Journal]. - Oslo : BMC Health Services Research, 2022. - 637 : Vol. 22.
- Mwita Kelvin M. Conceptual Review of Green Human Resource Management Practices [Journal]. - Tanzania : East African Journal of Social and Applied Sciences (EAJ -SAS), 2020. - 2 : Vol. 1.
- Nawakitphaitoon Kritkorn and Sooraksa Nanta Employer Image and Job Pursuit Intention in the New S-Curve Industries in Thailand: The Mediating Role of

- Organizational Attractiveness [Journal]. - Thailand : Asian Journal of Business Research, 2023. - 1 : Vol. 13.
- Ngoc Thang Nguyen [et al.] Generation Z job seekers' expectations and their job pursuit intention: Evidence from transition and emerging economy [Journal]. - Hanoi : International Journal of Engineering Business Management, 2022. - Vol. 14.
- Pasarela Husni Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia [Journal]. - Aceh : CiDEA Journal, 2023. - 2 : Vol. 2.
- Phalevi Shafara Arifah and Handoyo Seger Pengaruh Employer Branding dan Reputasi Perusahaan terhadap Organizational Attractiveness di Perusahaan Startup pada Generasi Z [Journal]. - Surabaya : Sibatik Journal, 2023. - 7 : Vol. 2.
- Priadana Sidik and Sunarsi Denok Metode Penelitian Kuantitatif [Book]. - Tangerang Selatan : Pascal Books, 2021.
- Renata Gabriel Rudra Pengaruh Green Training, Green Recruitment And Selection dan Green Empowerment terhadap Green Performance Management di Bengkel Sepeda Motor AHASS Bantul [Journal]. - Yogyakarta : Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen, 2023. - 4 : Vol. 1.
- Resick Christian J., Baltes Boris B. and Shantz Chyntia Walker Person–Organization Fit and Work-Related Attitudes and Decisions:Examining Interactive Effects With Job Fit and Conscientiousness [Journal]. - Amsterdam : Journal of Applied Psychology , 2007. - 5 : Vol. 92.
- Riyanto Slamet and Hatmawan Aglis Andhita Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen [Book]. - Sleman : Deepublish, 2020.
- Rozsa Zoltan and Machova Veronika Factors Affecting Job Announcement Competitiveness [Journal]. - Trenčín : Journal of Competitiveness, 2020. - 4 : Vol. 12.
- Sari Mutia [et al.] Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif [Journal]. - Palembang : Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer, 2023. - 1 : Vol. 3.

- Shtembari Eriona, Kufo Andromahi and Haxhnasto Dea Employee Compensation and Benefits Pre and Post COVID-19 [Journal]. - Switzerland : Administrative Sciences, 2022. - 3 : Vol. 12.
- Siroj Rusydi A. [et al.] Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data [Journal]. - Palembang : urnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, 2024. - 3 : Vol. 7.
- Tarigan Josua [et al.] Corporate social responsibility, job pursuit intention, quality of work life and employee performance: case study from Indonesia controversial industry [Journal]. - Surabaya : Asia - Pacific Journal of Business Administration, 2021. - 2 : Vol. 13.
- Tom Victor R. The Role of Personality and Organizational Images in the Recruiting Proces [Journal]. - Los Angeles, California : Organizational Behaviour and Human Performance, 1971. - 573-592 : Vol. 6.
- Vancouver Jeffrey B. and Schmitt Neal W. An Exploratory Examination of Person-Organization Fit: Organizational Goal Congruence [Journal]. - New York : Personnel Psychology, 1991. - Vol. 44.
- Vianitati P. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif [Book]. - Bandung : CV Media Sains Indonesia, 2020.
- Waal André de Measuring Organizational Attractiveness [Journal]. - Netherlands : International Journal of Management and Applied Research, 2022. - 1 : Vol. 9.
- Wang Jinghan [et al.] The Implementation and Barriers of Green Recruitment: A Qualitative Study on Green Human Resource Management [Journal]. - Switzerland : MDPI, 2024. - 3 : Vol. 4.
- Wen Shuyu and Shuyu Jun The Effects of Dominance-based and Prestige-based Leadership on Employee Well-being: A Moderated Mediation Model [Journal]. - Guangxi, China : SHS Web of Conferences, 2023. - Vol. 169.
- Wong Shaw-Chiang Competency Definitions, Development and Assessment: A Brief Review [Journal]. - Johor, Malaysia : International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development, 2020. - 3 : Vol. 9.

Zahriyah Aminatus [et al.] Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS
[Book]. - Jember : Mandala Press Anggota APPTI-Afiliasi Penerbit
Perguruan Tinggi Indonesia, 2021.



LAMPIRAN