

Pengaruh Reputasi Perusahaan, Peluang Pengembangan Karir, Dan Sistem Gaji Terhadap Minat Kerja Generasi Z Kabupaten Banyuwangi

Tania Putri Dewanti^{1*}, Ira Puspitadewi Samsuryaningrum², Wenny Murtalining Tyas³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

^{1*}taniaputrid15@gmail.com, ²irapuspita@unmuhjember.ac.id, ³wennymurtaliningtyas@unmuhjember.ac.id

Diterima: Juni 2026 | Disetujui: Juli 2026 | Dipublikasikan: September 2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji terhadap minat kerja Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji terhadap minat kerja Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kerja Generasi Z sehingga dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam menyusun strategi rekrutmen, pengembangan karir, dan sistem kompensasi yang sesuai dengan karakteristik generasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Banyuwangi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel secara parsial maupun simultan. Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi rekrutmen dan pengelolaan sumber daya manusia yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z sehingga mampu meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar tenaga kerja. Kata kunci: Reputasi Perusahaan; Peluang Pengembangan Karir; Sistem Gaji; Minat Kerja

Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of company reputation, career development opportunities, and salary systems on the job interest of Generation Z in Banyuwangi Regency. Generation Z is a generation that has grown up in the digital era and possesses unique characteristics in selecting employment opportunities, such as considering company reputation, career development prospects, and competitive compensation systems. Therefore, companies need to understand the factors that can increase Generation Z's interest in employment as potential future workers. The independent variables in this study consist of company reputation, career development opportunities, and salary systems, while the dependent variable is the job interest of Generation Z. This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. The population of this study consists of Generation Z individuals residing in Banyuwangi Regency. Data were collected through questionnaires developed based on the indicators of each research variable. The collected data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis to determine the partial and simultaneous effects of the independent variables on the dependent variable. The findings of this study are expected to contribute to the development of human resource management literature, particularly regarding the factors influencing Generation Z's job interest. Furthermore, the results are expected to provide valuable insights for companies in designing recruitment strategies and human resource management practices that align with the characteristics of Generation Z, thereby enhancing organizational attractiveness in the labor market.

Keywords: Company Reputation; Career Development Opportunities; Salary System; Job Interest

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam dunia kerja. Transformasi digital yang ditandai dengan otomatisasi, penggunaan teknologi berbasis internet, serta perubahan pola komunikasi telah mengubah cara organisasi dalam mengelola sumber daya manusia (Schwab, 2017). Perubahan ini juga berdampak pada karakteristik dan preferensi tenaga kerja, khususnya generasi muda yang tumbuh di era digital. Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997–2012, kini mulai memasuki dunia kerja dan menjadi bagian penting dari angkatan kerja produktif. Generasi ini dikenal sebagai digital native yang memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap teknologi serta akses informasi yang cepat (Priporas et al., 2017). Selain itu, Generasi Z memiliki ekspektasi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, seperti keinginan akan fleksibilitas kerja, keseimbangan kehidupan kerja (work-life balance), serta lingkungan kerja yang mendukung pengembangan diri (Sukoco, 2021). Menurut Twenge (2017), Generasi Z juga cenderung lebih realistis dan mempertimbangkan stabilitas dalam memilih pekerjaan.

Minat kerja merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan individu untuk melamar dan bekerja pada suatu organisasi. Minat kerja mencerminkan keinginan seseorang untuk menjadi bagian dari organisasi berdasarkan persepsi terhadap berbagai aspek pekerjaan, seperti kondisi kerja, citra perusahaan, dan imbalan yang diberikan (Hasibuan, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Gloria et al.(2024) menunjukkan bahwa minat kerja seseorang dalam memilih karier, dapat dijelaskan melalui pendekatan Theory of Planned Behavior. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mahasiswa dalam menentukan pilihan karier. Dengan demikian, semakin positif sikap individu, semakin kuat dukungan sosial yang diterima, serta semakin tinggi persepsi kontrol terhadap kemampuan diri, maka semakin besar pula minat mahasiswa dalam memilih karier yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa minat kerja tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial.

Fenomena minat kerja Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi menunjukkan adanya perubahan pola pikir dan preferensi dalam memilih pekerjaan. Generasi Z tidak lagi hanya berorientasi pada ketersediaan lapangan pekerjaan, tetapi juga mempertimbangkan berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas perusahaan dan prospek kerja di masa depan. Kondisi ini terlihat dari tingginya jumlah pencari kerja dibandingkan lowongan yang tersedia, serta meningkatnya sikap selektif generasi muda dalam menentukan tempat kerja yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Generasi Z cenderung mencari perusahaan yang mampu memberikan rasa aman, kesempatan berkembang, dan sistem penghargaan yang adil sehingga perusahaan perlu memiliki daya tarik yang lebih kuat untuk memperoleh minat kerja dari calon tenaga kerja muda (Schroth, 2019). Dalam konteks daerah berkembang seperti Kabupaten Banyuwangi, pertumbuhan sektor pariwisata dan jasa menunjukkan peningkatan kebutuhan tenaga kerja. Banyuwangi dikenal sebagai salah satu daerah dengan perkembangan sektor pariwisata yang pesat, yang didukung oleh berbagai program pengembangan destinasi dan event daerah (Kementerian Pariwisata, 2022). Data dari berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2024, jumlah angkatan kerja di Kabupaten Banyuwangi terus mengalami peningkatan, terutama dari kelompok usia muda. Peningkatan ini menunjukkan adanya potensi tenaga kerja yang besar, namun juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat dalam memperoleh pekerjaan. Dalam kondisi tersebut, generasi Z cenderung mempertimbangkan berbagai

aspek dalam memilih pekerjaan, seperti citra perusahaan, kesempatan pengembangan diri, dan sistem kompensasi yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa minat kerja tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan lapangan pekerjaan, tetapi juga oleh daya tarik perusahaan itu sendiri.

Namun demikian, perusahaan di Banyuwangi masih menghadapi tantangan dalam menarik minat kerja Generasi Z. Perbedaan karakteristik dan ekspektasi kerja menyebabkan perusahaan perlu menyesuaikan strategi manajemen sumber daya manusia. Generasi Z tidak hanya mempertimbangkan faktor gaji, tetapi juga reputasi perusahaan serta peluang pengembangan karier. Data minat kerja Kabupaten Banyuwangi tahun 2026, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) mencapai 75,36% dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,03%. Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat usia produktif, termasuk Generasi Z, terhadap dunia kerja tergolong cukup tinggi, namun persaingan dalam memperoleh pekerjaan juga masih cukup ketat. Sektor pekerjaan yang paling banyak diminati di Kabupaten Banyuwangi meliputi perdagangan, pariwisata, hotel dan restoran, konstruksi, serta pertanian dan perikanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung memilih pekerjaan yang dianggap mampu memberikan penghasilan, pengalaman kerja, serta peluang pengembangan diri yang lebih baik.

Meskipun penelitian mengenai pengaruh reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji terhadap minat kerja telah banyak dilakukan, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan adanya keterbatasan. Sebagian besar penelitian dilakukan pada konteks perusahaan di kota-kota besar, mahasiswa, atau pencari kerja secara umum, sehingga belum banyak yang secara khusus mengkaji perilaku Generasi Z di daerah berkembang seperti Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya hanya berfokus pada satu atau dua faktor yang memengaruhi minat kerja, sedangkan penelitian yang mengintegrasikan reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji dalam satu model penelitian masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kerja Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai grand theory karena teori tersebut mampu menjelaskan bagaimana niat seseorang untuk bekerja terbentuk melalui sikap terhadap perusahaan, pengaruh lingkungan sosial (subjective norm), serta persepsi individu terhadap kemudahan atau peluang yang dimiliki (perceived behavioral control). Dalam konteks penelitian ini, reputasi perusahaan dipandang mampu membentuk sikap positif terhadap organisasi, peluang pengembangan karir memberikan keyakinan mengenai prospek masa depan, sedangkan sistem gaji membentuk persepsi mengenai manfaat dan keadilan yang akan diterima. Ketiga faktor tersebut diyakini berkontribusi dalam membentuk minat kerja Generasi Z sehingga penggunaan TPB menjadi landasan teoritis yang relevan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengayaan terhadap kajian manajemen sumber daya manusia, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kerja Generasi Z pada daerah berkembang. Selain memberikan kontribusi teoritis melalui pengujian Theory of Planned Behavior dalam konteks minat kerja Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi, penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan sebagai dasar dalam menyusun strategi employer branding, pengembangan karir, dan sistem kompensasi yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z sehingga mampu meningkatkan daya tarik perusahaan dalam memperoleh tenaga kerja yang berkualitas.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh reputasi perusahaan, pengembangan karier, dan sistem gaji terhadap minat kerja telah banyak dilakukan di wilayah perkotaan. Namun, penelitian yang mengkaji ketiga faktor tersebut dalam konteks daerah berkembang seperti Kabupaten Banyuwangi masih terbatas.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan serta pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengujian hipotesis. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang digunakan berupa angka-angka yang dianalisis secara statistik guna memperoleh kesimpulan yang objektif, terukur, dan dapat digeneralisasikan. Desain penelitian ini disusun untuk mengetahui pengaruh Reputasi Perusahaan (X_1), Peluang Pengembangan Karir (X_2), dan Sistem Gaji (X_3) terhadap Minat Kerja Generasi Z (Y) di Kabupaten Banyuwangi. Dalam penelitian ini, reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji bertindak sebagai variabel independen, sedangkan minat kerja Generasi Z bertindak sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, yaitu pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) dan berdomisili di Kabupaten Banyuwangi. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel yang telah ditetapkan dalam definisi operasional variabel. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis statistik, seperti uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antarvariabel, baik secara parsial (uji t) maupun simultan (uji F). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kerja Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) dan berdomisili di Kabupaten Banyuwangi. Populasi ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengetahui minat kerja Generasi Z terhadap perusahaan berdasarkan reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji. Karena jumlah populasi Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi cukup besar dan tidak dapat diketahui secara pasti jumlah pastinya dalam konteks penelitian ini, maka digunakan teknik pengambilan sampel. Sampel yang diambil harus representatif (mewakili) karakteristik populasi. Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif, penelitian ini mengacu pada pendapat Andriani (2022) yang menyatakan bahwa jumlah sampel dalam penelitian kuantitatif dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Reputasi Perusahaan = 6 indikator

Peluang Pengembangan Karir = 4 indikator

Sistem Gaji = 3 indikator

Minat Kerja = 4 indikator

Total indikator = 17 indikator

Perhitungan jumlah sampel minimum:

Sampel minimum = Jumlah indikator $\times$ 5
 $= 17 \times 5 = 85$

Dengan mengacu pada pendapat tersebut dan berdasarkan pertimbangan yang telah di kemukakan, maka jumlah yang dipakai dalam penelitian ini mengambil 90 sampel.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan dalam penelitian. Menurut (Husen, 2023),

sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah unit dalam sampel dilambangkan dengan notasi n . Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang dapat diterapkan sesuai dengan tujuan dan karakteristik penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua individu di Kabupaten Banyuwangi termasuk dalam kategori Generasi Z atau memiliki kesiapan memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, pemilihan responden perlu disesuaikan dengan karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji terhadap minat kerja. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997–2012.
2. Berdomisili di Kabupaten Banyuwangi.
3. Sedang bekerja, pernah bekerja, atau sedang mencari pekerjaan (job seeker), sehingga memiliki persepsi terhadap reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji.

Data dikumpulkan dari responden yang memenuhi kriteria tersebut melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form serta penyebaran langsung di beberapa institusi pendidikan, komunitas pemuda, dan area publik di Kabupaten Banyuwangi. Pemilihan metode purposive sampling dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih relevan dan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu menganalisis pengaruh reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, dan sistem gaji terhadap minat kerja Generasi Z di Kabupaten Banyuwangi. Dengan teknik ini, diharapkan data yang diperoleh mampu merepresentasikan persepsi dan preferensi Generasi Z secara lebih akurat.

Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh layak, reliabel, dan memenuhi asumsi statistik sehingga dapat digunakan dalam model regresi linear berganda. Adapun tahapan analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2019), uji validitas mengukur keakuratan dan kesuaian kuesioner yang diisi oleh responden. Teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment pearson digunakan sebagai metode pengujian dalam penelitian ini. Uji ini dilakukan dengan menghitung skor korelasi tiap item dengan total skor, dan data analisis menggunakan IBM SPSS 24 pada taraf signifikansi 5%.

Hasil korelasi Pearson $\geq 0,05$ = tidak valid

Hasil korelasi Pearson $< 0,05$ = valid

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan butir pernyataan dalam kuesioner dalam mengukur variabel yang dimaksud. Uji ini menggunakan teknik Pearson Product Moment Correlation, dengan cara mengkorelasikan setiap item pernyataan dengan skor total variabel. Item dikatakan valid apabila nilai r -hitung $> r$ -tabel pada taraf signifikan 0,05.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), uji reliabilitas adalah megevaluasi konsistensi hasil pengukuran ketika gejala yang sama diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama. Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dalam satu kesempatan (single Measurement). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika menghasilkan Cronbach's Alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika menghasilkan Cronbach's Alpha $< 0,60$. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel. Uji dilakukan

dengan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$, yang menunjukkan bahwa item pernyataan konsisten dalam mengukur variabel yang sama.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis utama menggunakan Regresi Linear Berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi penelitian adalah: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

Keterangan:

Y = Minat Kerja

X_1 = Reputasi Perusahaan

X_2 = Pengembangan Karir

X_3 = Sistem Gaji

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

e = Error

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat penggunaan model regresi linear berganda.

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2019), uji normalitas menguji apakah variabel residu dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Data yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas yang digunakan dalam penelitian adalah uji normalitas data statistik. Rumus yang digunakan uji normalitas adalah Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan :

Jika nilai signifikan $> 0,05$ berarti data berdistribusi normal

Jika nilai $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel X_1, X_2, X_3 , dan Y berdistribusi normal. Uji dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov atau grafik Normal P-P Plot. Data dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2019), uji multikolonieritas menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Adanya multikolonieritas dapat diketahui dengan mengevaluasi variance inflasi faktor (VIF) dan nilai toleransi.

Jika $VIF < 10$ dan nilai toleransi $< 0,01$ maka menunjukkan terjadi adanya multikolonieritas.

Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai toleransi $> 0,01$ maka tidak terjadi adanya multikolonieritas.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas terjadi korelasi yang tinggi. Uji dilakukan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan kriteria tidak terjadi multikolinearitas jika Tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menguji apakah terdapat variasi yang tidak sama antar residual pada pengamatan yang berbeda. Jika variance residual tetap antara pengamatan tersebut disebut homoskedastisitas, jika terdapat perbedaan variance residual disebut heteroskedastisitas. Untuk uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan Glejser yaitu regresi nilai absolut dari nilai residu variabel independen.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Metode yang digunakan adalah Uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual dengan ketiga variabel bebas. Data dinyatakan bebas heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Uji Parsial

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara suatu variabel independen dengan variabel dependen, dengan menjaga salah satu variabel independen tetap atau terkendali (Sugiyono, 2019). Kriteria pengujian uji-t adalah sebagai berikut.

1. Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen individu terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas berpengaruh signifikan jika nilai sig $< 0,05$.

3.5.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2019) Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi yang mengukur kekuatan setiap variabel yang digunakan koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel independen. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai antara (0) dan (1). Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (X_1, X_2, X_3) dalam menjelaskan perubahan pada variabel terikat (Y). Nilai R^2 antara 0–1. Semakin mendekati 1, semakin besar pengaruh variabel X terhadap Y . Bagian ini menyajikan desain penelitian, populasi, teknik sampel dan sampling, serta metode analisis. Penulis harus menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan secara rinci. Semua artikel telah disetujui oleh komite etik dan artikel yang melibatkan subyek manusia telah mendapatkan persetujuan. Etika, validitas dan reliabilitas, atau kepercayaan harus menjadi bagian dari bagian ini.

HASIL

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui atau mengukur tingkat kekuatan hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Menurut (Sugiyono, 2021) model persamaanya regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen

e : Kesalahan regresi

Y : Perilaku Menabung

X_1 : Reputasi Perusahaan

X_2 : Peluang Pengembangan Karir

X_3 : Sistem Gaji

X4 :Lingkungan Sosial

Tabel 1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	std error	Beta		
(constant)	2,708	1,023		2,648	0,009
Reputasi Perusahaan (X1)	0,171	0,040	0,260	4,229	0,000
Peluang Pengembangan Karir (X2)	0,162	0,032	0,304	5,117	0,000
Sistem Gaji (X3)	0,306	0,043	0,437	7,105	0,000

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 4.1 hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut: $Y=2,708+0,171X1+0,162X2+0,306X3$

1. Nilai konstanta sebesar 2,708 menunjukkan bahwa apabila variabel Reputasi Perusahaan (X1), Peluang Pengembangan Karir (X2), dan Sistem Gaji (X3) bernilai nol, maka nilai Minat Kerja Generasi Z (Y) sebesar 2,708.
2. Koefisien regresi variabel Reputasi Perusahaan (X1) sebesar 0,171 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada reputasi perusahaan, dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan minat kerja Generasi Z sebesar 0,171 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik reputasi perusahaan, maka semakin tinggi minat kerja Generasi Z terhadap perusahaan tersebut.
3. Koefisien regresi variabel Peluang Pengembangan Karir (X2) sebesar 0,162 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada peluang pengembangan karir, dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan minat kerja Generasi Z sebesar 0,162 satuan. Artinya, semakin besar kesempatan pengembangan karir yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi minat kerja Generasi Z.
4. Koefisien regresi variabel Sistem Gaji (X3) sebesar 0,306 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada sistem gaji, dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan minat kerja Generasi Z sebesar 0,306 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem gaji yang baik dan sesuai harapan menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat kerja Generasi Z.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.6, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, variabel Reputasi Perusahaan (X1), Peluang Pengembangan Karir (X2), dan Sistem Gaji (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Nilai koefisien regresi (B) menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel, di mana variabel Sistem Gaji (X3) memiliki pengaruh terbesar dengan nilai koefisien sebesar 0,306, diikuti oleh Reputasi Perusahaan (X1) sebesar 0,171 dan Peluang Pengembangan Karir (X2) sebesar 0,162. Selain itu, nilai t hitung tertinggi juga terdapat pada variabel Sistem Gaji (X3) yaitu sebesar 7,105, sehingga dapat disimpulkan bahwa Sistem Gaji merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat kerja Generasi Z dalam penelitian ini.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi, baik variabel dependen maupun independen, berdistribusi normal (Sugiyono, 2020). Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas adalah Uji Kolmogorov-Smirnov, yang dapat menunjukkan apakah data menyimpang signifikan dari distribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	2700000
		Std. Deviation	3.27695353
Most Extreme Differences		Absolute	.081
		Positive	.061
		Negative	-.081
Test Statistics			.081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.107
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d		Sig.	.109
		90% Confidence Interval	Lower Bound
			.101
			Upper Bound
			.117
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov*Sumber : Diolah Peneliti, 2026*

Gambar 4.2 ini menunjukkan output dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,107 dan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,109. Kedua nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam pengujian lebih lanjut.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. (Constant)		
Reputasi Perusahaan (X1)	0,923	1.349
Peluang Pengembangan Karir (X2)	0,951	1.264
Sistem Gaji (X3)	0,918	1.352

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan pada Tabel 4.8, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Tolerance untuk variabel Religiusitas (0,923), Budaya (0,951), Literasi Keuangan (0,918), dan Lingkungan Sosial (0,943) yang semuanya berada di atas 0,10, serta nilai VIF masing-masing sebesar 1,349, 1,264, 1,352 dan 1,033 yang seluruhnya berada di bawah angka 10. Dengan demikian, seluruh variabel independen dalam model ini tidak menunjukkan adanya korelasi yang tinggi antar variabel, sehingga model regresi memenuhi asumsi bebas multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis (t-parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig		-tabel
	B	Std error	Beta			
Reputasi Perusahaan (X1)	0,171	0,040	0,260	4,229	0,000	1,988
Peluang Pengembangan Karir (X2)	0,162	0,032	0,304	5,117	0,000	1,988
Sistem Gaji (X3)	0,306	0,043	0,437	7,105	0,000	1,988

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Menunjukkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu Reputasi Perusahaan (X1), Peluang Pengembangan Karir (X2), dan Sistem Gaji (X3) terhadap variabel dependen yaitu Minat Kerja Generasi Z. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Selain itu, nilai koefisien regresi (B) terbesar terdapat pada variabel Sistem Gaji (X3) sebesar 0,306, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya dalam meningkatkan minat kerja Generasi Z.

Variabel Reputasi Perusahaan (X1)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Reputasi Perusahaan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 4,229, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4,229 > 1,988$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Koefisien regresi (B) sebesar 0,171 menunjukkan bahwa peningkatan reputasi perusahaan akan diikuti dengan peningkatan Minat Kerja Generasi Z sebesar 0,171 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel Peluang Pengembangan Karir (X2)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Peluang Pengembangan Karir (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 5,117, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($5,117 > 1,988$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Peluang Pengembangan Karir berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Koefisien regresi (B) sebesar 0,162 menunjukkan bahwa peningkatan peluang pengembangan karir akan meningkatkan Minat Kerja Generasi Z sebesar 0,162 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel Sistem Gaji (X3)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Sistem Gaji (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 7,105, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($7,105 > 1,988$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Sistem Gaji berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Koefisien regresi (B) sebesar 0,306 menunjukkan bahwa peningkatan sistem gaji akan meningkatkan Minat Kerja Generasi Z sebesar 0,306 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Selain itu, variabel Sistem Gaji memiliki nilai t hitung dan koefisien beta terbesar dibandingkan variabel lainnya, sehingga dapat dinyatakan sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Minat Kerja Generasi Z. Selain itu, variabel Sistem Gaji (X3) memiliki nilai t hitung dan koefisien Beta (0,437) yang paling besar dibandingkan variabel independen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Sistem Gaji (X3) merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi variabel dependen dibandingkan

Reputasi Perusahaan (X1) dan Peluang Pengembangan Karir (X2).

Hasil uji t menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan (X1), Peluang Pengembangan Karir (X2), dan Sistem Gaji (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, karena seluruh variabel memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Di antara ketiga variabel tersebut, Sistem Gaji (X3) merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi variabel dependen, ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,437 dan t hitung sebesar 7,105 yang merupakan nilai tertinggi.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	0.734	0.723	1.832
a. Predictors: (Constant), reputasi perusahaan, peluang pengembangan karir, budaya, sistem gaji.				

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 4, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,734. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 73,4% variabel Minat Kerja Generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel Reputasi Perusahaan (X1), Peluang Pengembangan Karir (X2), dan Sistem Gaji (X3). Sedangkan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti, seperti lingkungan kerja, work-life balance, budaya organisasi, motivasi pribadi, maupun faktor eksternal lainnya. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,723 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel Reputasi Perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar 4,229, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4,229 > 1,988$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya, semakin baik reputasi perusahaan di mata Generasi Z, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan menjadi salah satu pertimbangan penting bagi Generasi Z dalam memilih tempat kerja karena perusahaan yang memiliki citra positif dianggap mampu memberikan rasa aman, kepercayaan, stabilitas kerja, serta prospek karier yang lebih baik di masa depan.
2. Berdasarkan hasil uji t, variabel Peluang Pengembangan Karir memiliki nilai t hitung sebesar 5,117, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($5,117 > 1,988$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Peluang Pengembangan Karir berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, semakin besar peluang pengembangan karir yang ditawarkan perusahaan, maka semakin tinggi minat Generasi Z untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Generasi Z cenderung mencari perusahaan yang memberikan kesempatan untuk meningkatkan kompetensi, memperoleh pelatihan, mengembangkan keterampilan, serta memiliki jenjang karier yang jelas. Oleh karena itu, peluang pengembangan karir menjadi salah satu faktor yang mampu menarik minat Generasi Z dalam memilih tempat kerja.
3. Berdasarkan hasil uji t, variabel Sistem Gaji memiliki nilai t hitung sebesar 7,105, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($7,105 > 1,988$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Sistem Gaji berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Artinya, semakin baik sistem gaji yang diterapkan perusahaan, maka semakin tinggi minat Generasi Z untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Sistem gaji yang kompetitif dan sesuai dengan beban kerja menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan oleh Generasi Z dalam menentukan pilihan karier. Selain itu, sistem gaji yang adil dan transparan dapat meningkatkan daya tarik perusahaan sebagai tempat kerja yang diinginkan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Artinya, semakin baik reputasi perusahaan yang tercermin melalui citra perusahaan, kredibilitas, dan kepercayaan yang diberikan kepada masyarakat, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Reputasi yang baik membuat perusahaan lebih menarik bagi Generasi Z karena dianggap mampu memberikan lingkungan kerja yang profesional, stabilitas kerja, dan prospek karier yang menjanjikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peluang Pengembangan Karir berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Artinya, semakin besar kesempatan yang diberikan perusahaan untuk pengembangan diri, pelatihan, promosi jabatan, dan jenjang karier yang jelas, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Generasi Z cenderung memilih perusahaan yang mampu mendukung peningkatan kompetensi dan perkembangan karier mereka dalam jangka panjang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Gaji berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja Generasi Z. Artinya, semakin baik sistem gaji yang diterapkan perusahaan, baik dari segi keadilan, kesesuaian dengan beban kerja, maupun daya saing kompensasi yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Selain itu, Sistem Gaji merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi yang diterima menjadi salah satu pertimbangan utama bagi Generasi Z dalam memilih tempat kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Reputasi Perusahaan, Peluang Pengembangan Karir, dan Sistem Gaji terhadap Minat Kerja Generasi Z Kabupaten Banyuwangi" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashary, O. W. (2022). *Pengaruh Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja melalui Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu Manajemen, 10(2), 663–674.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi. (2024). *Keadaan ketenagakerjaan Kabupaten Banyuwangi*.
- Bahri, S., & Nisa, Y. C. (2017). *Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 18(1), 9–15.
- Chairani, R., & Pradana, M. R. A. (2022). *Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja serta Implikasinya terhadap Kinerja Pegawai*. Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, 6(2), 105–117.
- Chaeriyah, H., & Halomoan, Y. K. (2024). *Pengaruh online rekrutmen dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z pengguna platform TikTok di PT. Es Teh Indonesia*. JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation, 2(4), 2225–2237.

- Citra, N., Saleh, M. Y., & Said, M. (2023). *Analisis kesesuaian kompensasi dan semangat kerja terhadap kinerja pegawai melalui komitmen organisasi*. Indonesian Journal of Business and Management, 6(1), 152–161.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Dewantoro, A., Podungge, R., & Biki, S. B. (2026). *Pengaruh employer branding terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Kota Gorontalo*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 8(3), 1649–1660.
- Dr. Fitri Wulandari, M. (2020). *Manajemen sumber daya manusia*.
- Fitriana, S., & Imtikhanah, S. (2025). *Pengaruh green accounting dan corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi*. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING).
- Gloria, G., Pontoh, G., & Amiruddin. (2024). *Students' intention to pursue a career in taxation from the perspective of the theory of planned behavior*. SIMAK, 22(2), 145–161.
- Haq, A. S., & Sukmawati, K. (2024). *Pengaruh e-recruitment dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z*. Investasi: Inovasi Jurnal Ekonomi dan Akuntansi, 3(4).
- Hasibuan, M. S. P., & Irianto. (2020). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Hidayat, R. M. D., & Linando, J. A. (2024). *The influence of work-life balance & healthy lifestyle on mental health through focus on work in Gen Z employees*. Selektta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen.
- Indah Dwi Putri, & Zaman, K. (2024). *Pengaruh kompensasi, lingkungan kerja dan e-recruitment terhadap daya tarik perusahaan bagi pelamar kerja (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global Group)*. Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 18(1), 449–465.
- Junio, E. A., & Sumartik. (2023). *Enhancing employee performance: The impact of compensation, motivation, and work ethic*. Indonesian Journal of Law and Economics Review, 18(4).
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Laporan perkembangan pariwisata Indonesia*.
- Lawren, C., & Ekawati, S. (2023). *Pengaruh motivasi kerja, kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan PT TSA di Bogor*. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 5(1).
- Ma, I., Ikasari, H., Prayitno, A., & Ulfa, A. K. (2026). *Peran mediasi daya tarik perusahaan pada pengaruh work-life balance dan kompensasi terhadap minat melamar kerja Generasi Z di Kota Semarang*. Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi, 9(1), 567–581. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v9i1.2178>
- Milkovich, G. T., & Newman, J. M. (2020). *Compensation* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Mukrodi, M., & Sugiarti, E. (2023). *Analisis dampak pengembangan karier terhadap kinerja dengan melihat peran pelatihan, pengalaman dan kompetensi kerja*. INOVASI, 9(2), 146–154.
- Novianty, N. (2023). *Pengaruh intellectual capital terhadap reputasi perusahaan dengan menggunakan model komprehensif MVAIC dan corporate reputation score*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban, 9(2).
- Permadi, K. D. (2016). *Pengaruh reputasi, kompensasi, dan lingkungan kerja terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa Universitas Udayana*. E-Jurnal Manajemen Unud, 4(10), 3256–3286.
- Prasetyo, A., & Hidayat, R. (2023). *Karakteristik Generasi Z dalam dunia kerja digital*. Jurnal Administrasi dan Manajemen, 13(2), 115–124.
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). *Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing*. Computers in Human Behavior, 77, 374–381.
- Pratama, A., & Nugraheni, R. (2023). *Pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja Generasi Z*. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia, 10(2), 115–126.
- Putri, P. M. (2023). *Pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap intensi melamar kerja pada Generasi Z (Studi kasus pada fresh graduate Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung)*.