

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING*, KOMPENSASI, PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL, DAN *E-RECRUITMENT* TERHADAP MINAT
MELAMAR PEKERJAAN PADA *FRESH GRADUATE*
DI KABUPATEN SLEMAN**

Nabilah Uzdah Nisa

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *employer branding*, kompensasi, penggunaan media sosial dan *e-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada *fresh Graduate* di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data yang disebarakan kepada 163 responden. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independent dan dependen. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua variabel independent yaitu *employer branding*, kompensasi, penggunaan media sosial, dan *e-recruitment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independent yaitu *employer branding*, kompensasi, penggunaan media sosial, dan *e-recruitment* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Studi ini memberikan wawasan yang penting bagi Perusahaan dalam Menyusun strategi rekrutmen yang lebih efektif, khususnya dalam menarik minat *fresh graduate*. Pemanfaatan *employer branding* yang kuat, dan transparansi kompensasi, serta penggunaan *e-recruitment* yang ramah pengguna dapat meningkatkan daya tarik perusahaan bagi generasi muda pencari kerja.

Kata Kunci: *Employer Branding, Kompensasi, Penggunaan Media Sosial, dan E-Recruitment, Minat Melamar Pekerjaan.*

 2021/12/25

***THE INFLUENCE OF EMPLOYER BRANDING, COMPENSATION,
SOCIAL MEDIA USE, AND E-RECRUITMENT ON JOB APPLICATION
INTERESTS OF FRESH GRADUATES IN SLEMAN REGENCY***

Nabilah Uzdah Nisa

Abstract

This study aims to analyze the influence of employer branding, compensation, social media use, and e-recruitment on the interest of fresh graduates in applying for jobs in Sleman Regency. This study employs a quantitative method, using a questionnaire as the instrument for collecting data from 163 respondents. The analysis in this study uses multiple linear regression analysis to test the relationship between independent and dependent variables. The results of the data analysis indicate that all independent variables —namely, employer branding, compensation, social media use, and e-recruitment — have a positive and significant influence on job application interest. This study provides important insights for Companies in developing more effective recruitment strategies, especially in attracting fresh graduates. The use of strong employer branding, compensation transparency, and user-friendly e-recruitment can increase the company's attractiveness to the younger generation of job seekers.

Keywords: *Employer Branding, Compensation, Use of Social Media, E-recruitment, Interest in Applying for a Job*