

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In *Metpen*. Pidie: <https://penerbitzaini.com/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Terry, G. R. (2019). *Dasara Dasar Manajemen*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.

Jurnal dan Skripsi:

- Ananda, P. J., & Santosa, A. (2024). Pengaruh *E-recruitment*, Media Sosial, dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i3.176>
- Anggita Gracia, Arianis Chan, dan R. (2018). *Analysis Of Implementation E*

Recruitment At PT.X. XX(X), 13–19.

<https://doi.org/10.16383/j.aas.2018.cxxxxxx>

Astri Ayu Pramesti, Nadia Fransiska Dewi, Febrianti Novita, T. E. S. (2025).

Analisis Etika Dan Perilaku Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan. 13(12), 1–11.

Ekhsan, M., & Ernasari. (2022). The Effect of *E-recruitment* on Interest in Applying for Jobs with Company Reputation as a Mediation Variable. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 4(1), 41–49.

Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 603–619.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>

Fatimah, S., Kusniawati, A., & Kader, A. M. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja. *Business Management and Entrepreneuership Jurnal*, 3(2018), 40–55.

Geofanny, R., & Faraz, F. (2023). Employer Branding and *E-recruitment* Against Interest in Applying for Generation Z Jobs. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 12(1), 146. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v12i1.9922>

Gupta, S., & Saini, G. K. (2020). Information Source Credibility and Job Seekers' Intention to Apply: The Mediating Role of Brands. *Global Business Review*, 21(3), 743–762. <https://doi.org/10.1177/0972150918778910>

- Hasnida, H. A. (2024). *Fungsi Manajemen George Robert Terry Dalam Pandangan Islam*. 10(02).
- Herwin, H., & Abadi, F. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 353–364. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i3.161>
- Hidayat, R., & A. Anwar, S. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia (Study Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Qurrota A'yun). *J-STAF: Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah*, 1(2), 387–396. <https://doi.org/10.62515/staf.v1i2.81>
- Husni Pasarela. (2023). Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia. *CiDEA Journal*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1277>
- ManpowerGroup. (2025). *World of Work for Generation Z in 2025*.
- Novianty, N. (2023). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Menggunakan Model Komprehensif MVAIC dan Corporate Reputation Score. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 9(2), 377–387. <https://doi.org/10.24252/jiap.v9i2.41199>
- Nurhana, S. D., & Rizky, G. (2024). Faktor Eksternal Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2), 533–546.

Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhilah, N., & Rahmi, N. (2022). The Intention of Generation Z To Apply For a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218–247. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i3.16493>

Prasetya, A. D., & Suryono, D. W. (2025). *Jurnal Manajemen STEI*. 8(1), 69–80.

Purnawan, G., Hapsara, I., & Nugrahaningsih, T. H. (2024). Corporate Reputation Mediates the Effect of Employer Branding on Intention Z Generation to Apply for a Job Reputasi Perusahaan Memediasi Pengaruh Employer Branding Terhadap Niat Mahasiswa Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2548–2562.

Rina Dewi, P. E. M., & Mujiati, N. W. (2024). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan Dan E-recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(12), 2405. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i12.p09>

Rizwan Naqvi, S., Sankar Associate Professor, M., Siddiqui Associate Professor, S., & Banerjee Assistant Professor, D. (2023). E-recruitment and It's Impact of Job Seekers. *Journal of Informatics Education and Research*, 3(June), 460. <http://jier.org><http://jier.org>

Rohana, Siti. Yuniastri, salsabila dwi. Setianingrum, T. S. (2024). Mufakat Mufakat. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*.

Rubi Babullah. (2024). Mengenal Sumber Daya Manusia (SDM): Pengertian Dan Fungsinya. *Jurnal Arjuna : Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan*

Matematika, 2(4), 187–204. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i4.1104>

Sania Nur Makrufa, & Drs. Saibat, MM. (2024). Pengaruh Branding Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Bagi Mahasiswa Dan Alumni Perguruan Tinggi Kota Surabaya Di Pt. Bma. *Soetomo Management Review*, 2(4), 560–577. <https://doi.org/10.25139/smr.v2i4.8030>

Saputri, F. A. (2024). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan E-recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z Di Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Sari, R. T. (2020). Analisis Lingkungan Manajemen Dalam Pengembangan Bisnis. *Journal of Entrpreneurship, Management, and Industry*, 3(3), 117–122.

Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi dan E-recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.6088>

Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. In *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran* (Vol. 2, Issue 1).

Wijaya, C. N., Mustika, M. D., Bulut, S., & Bukhori, B. (2023). The power of E-

recruitment and employer branding on Indonesian millennials' intention to apply for a job. *Frontiers in Psychology*, 13(January).
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1062525>

Wijoyo, A., Mustofa, F. B., Febriana, I., Khalisa, S., & Muldani, V. (2023). Sistem *E-RECRUITMENT* Atau Proses Perekrutan Berbasis Elektronik: Studi Kasus Pada PT. Astra Internasional Tbk. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2), 247–252. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis>

Zhafira, H., & Ahmadi, M. A. (2025). *Pengaruh Digital E-recruitment dan Human Resource Management terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Baru. 1.*

Sumber Lain:

Siler, J. (2022). *The Importance Of Branding Your Recruiting Process*. Forbes.
[https://www.forbes.com/councils/forbeshumanresourcescouncil/2022/09/09/t](https://www.forbes.com/councils/forbeshumanresourcescouncil/2022/09/09/the-importance-of-branding-your-recruiting-process/)
[he-importance-of-branding-your-recruiting-process/](https://www.forbes.com/councils/forbeshumanresourcescouncil/2022/09/09/the-importance-of-branding-your-recruiting-process/)