

PENGARUH REPUTASI, KOMPENSASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Komang Dede Permadi¹
I Gusti Salit Ketut Netra²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: komangdedepermadi@yahoo.com/telp:+62 85737421929

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif program ekstensi semester 8 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Populasi pada objek penelitian sebanyak 270 orang dan dengan sampel responden sebanyak 73 orang. Metode penentuan sampel menggunakan metode *proportional random sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda pada penelitian ini (hasil uji t) dinyatakan bahwa variabel reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Kata kunci: reputasi, kompensasi, lingkungan, minat melamar

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the effect the reputation of the company, the compensation offered by the company and the company's work environment on the interest of applying for a job. This research was conducted on active student program extension 8th semester Faculty of Economics and Business, University of Udayana. Population at the object research amounted to 270 students and the sample of respondents amounted to 73 students. The sampling method using proportional random sampling method. Collecting data in this research is through observation, interviews and questionnaires. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple linear regression analysis in this research (t test results) stated that the variable corporate reputation, the compensation offered by the company and the company's working environment partially positive and significant impact on the interest apply jobs.

Keywords: reputation, compensation, environment, apply interests

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan kegiatan perusahaan sehari-hari, perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk menjadi yang terbaik dalam segala hal, segala usaha yang dilakukan perusahaan-perusahaan untuk terus mengembangkan diri di mata konsumen tentu saja merupakan hasil kerja keras seluruh sumber daya manusia yang berada didalam organisasi (Sherly, 2012). Dapat disimpulkan bahwa pegawai adalah aset penting yang sangat berharga bagi setiap perusahaan. Oleh karena itu setiap perusahaan tentunya menginginkan pegawai yang terbaik dan berkualitas untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Langkah awal yang sangat penting untuk sebuah perusahaan dalam menentukan keberhasilan didalam persaingan bisnis adalah proses rekrutmennya (Breugh, 2008). Melalui suatu proses rekrutmen yang direncanakan dengan baik tentu akan mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan (Oggy, 2013). Disini dibutuhkan kejelian sebuah perusahaan didalam menentukan strategi rekrutmen yang tepat supaya perusahaan mendapatkan pelamar kerja dengan jumlah yang besar. Dengan semakin besarnya jumlah pelamar kerja tersebut tentunya perusahaan akan mendapatkan peluang yang semakin besar juga untuk menyeleksi kemudian merekrut karyawan potensial yang tepat bagi perusahaan (Setiani, 2013). Mempertimbangkan masukan dari para calon karyawan merupakan salah satu langkah tepat yang dapat ditempuh perusahaan sebelum menentukan strategi rekrutmen. Masukan-masukan dari lingkungan eksternal ini, khususnya calon pegawai sangat perlu diperhatikan karena masukan-masukan dari para calon karyawan inilah yang sangat dibutuhkan perusahaan untuk memperoleh tenaga

kerja potensial, yang memiliki kualitas baik dan tentunya sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut (Nelson, 2007). Melalui masukan dari para calon pencari tenaga kerja ini dapat memudahkan perusahaan didalam mengetahui faktor-faktor yang menentukan minat para calon karyawan didalam melamar pekerjaan ke sebuah perusahaan, perusahaan akan mengetahui strategi apa saja yang harus dilakukan untuk menarik minat melamar kerja para calon karyawan dalam jumlah yang besar sehingga besar peluang perusahaan untuk memperoleh sumber daya manusia yang potensial (Octavianus, 2014).

Barber (1998) memaparkan, minat melamar pekerjaan sebagai suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambilsuatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan. Para calon karyawan juga melakukan sebuah evaluasi individu terhadap informasi-informasi yang didapat dari sumber-sumber rekrutmen. Secara umum terdapat dua jenis sumber rekrutmen yaitu sumber internal serta sumber eksternal (Marwansyah, 2012:111). Dapat ditarik kesimpulan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi-informasi lowongan pekerjaan yang bisa didapat dari sumber internal maupun eksternal perusahaan, menentukan pilihan kemudian pengambilan suatu keputusan perusahaan mana yang akan dilamar. Barber dan Roehling (1993) memaparkan bahwa, proses pemilihan perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor lokasi perusahaan dan pelamar

menilai bahwa nilai perusahaan sangat sesuai dengan mereka. Setelah pelamar menentukan pilihan, pelamar selanjutnya akan diberikan tawaran mengenai beberapa posisi yang akan memenuhi kebutuhan dari calon karyawan (Wheeler dan Mahoney, 1981). Gatewood *et al.* (1993) memaparkan beberapa tahapan yang dilakukan oleh calon pegawai dalam menentukan pilih pekerjaannya. Pertama, mempertimbangkan kemudian memilih beberapa opsi pekerjaan yang diinginkan. Kedua, mencari informasi-informasi melalui sumber-sumber rekrutmen perusahaan. Ketiga, menentukan pilihan pada saat pemberian tawaran wawancara oleh suatu perusahaan. Keempat, pembuatan keputusan untuk melamar pekerjaan ke perusahaan mana yang dianggap tepat dan sesuai dengan keinginan. Barber (1998), memaparkan indikator-indikator pada ketertarikan melamar pekerjaan yang meliputi kebutuhan akan pekerjaan, pencarian informasi pekerjaan, penentuan pilihan pekerjaan dan pembuatan keputusan.

Ketertarikan melamar pekerjaan bagi calon tenaga kerja ini didorong oleh motivasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Motivasi adalah suatu kebutuhan yang mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu, adanya kebutuhan ini menyebabkan orang bertingkah laku tertentu dalam usahanya mencapai suatu tujuan Ardana, dkk. (2009:30). Ada beberapa teori tentang motivasi, namun teori motivasi yang cocok dalam penelitian ini adalah teori hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow dalam Ardana, dkk. (2012:194). Maslow menghipotesakan bahwa pada diri manusia ada lima jenjang kebutuhan yang meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri.

Menurut Williamson *et al.* (2010), Octavianus (2014) dan Sherly (2012), reputasi perusahaan dapat menarik calon tenaga kerja potensial yang dibutuhkan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan menarik banyak calon tenaga kerja potensial (Rachmatika, 2013). Menurut Kamaludin (2010), reputasi perusahaan adalah cara dari bagaimana pihak lain memandang perusahaan. Brown *et al.* (2006), reputasi perusahaan merupakan penilaian atau persepsi yang dihasilkan dari *stakeholder* terhadap perusahaan. Wartick (2002), reputasi perusahaan merupakan sebuah persepsi/pandangan dari masing-masing *stakeholder* secara keseluruhan mengenai seberapa baik kinerja organisasional dari suatu perusahaan. Fombrun (1996) menyebutkan bahwa reputasi perusahaan dapat digunakan untuk melihat pandangan calon karyawan dalam ketertarikan melamar pekerjaan. Walsh *et al.* (2008), reputasi perusahaan merupakan sebuah evaluasi perusahaan atas apa saja yang telah dilakukan perusahaan kepada konsumen berdasarkan dari reaksi terhadap produk dan jasa, komunikasi dan interaksi perusahaan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa reputasi perusahaan adalah suatu pandangan/persepsi yang dihasilkan dari para *stakeholder* secara keseluruhan mengenai baik/buruknya kinerja suatu perusahaan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menarik minat pelamar pekerjaan. Menurut Lewis (2001), untuk membangun reputasi yang baik, perusahaan dituntut untuk menyelaraskan kinerja dengan kebijakan yang diambil. Dolphin (2004), memaparkan bahwa reputasi perusahaan perlu diperhatikan untuk mewakili kinerja dari keseluruhan perusahaan mengenai sisi sosial perusahaan. Menurut Wang *et. al* (2006), reputasi perusahaan memiliki keunggulan sebagai aset suatu

perusahaan dan keunggulan didalam persaingan. Sedangkan menurut Ratnasari (2013), perusahaan yang tidak memiliki reputasi baik akan kesulitan didalam memperoleh tenaga kerja potensial yang tentunya diharapkan perusahaan. Fombrun (1996:112), memaparkan terdapat tiga komponen yang dapat membangun sebuah reputasi perusahaan sebagai tempat yang baik/layak dimata calon karyawan yang meliputi membangun kepercayaan *stakeholder*, meningkatkan kinerja perusahaan dan menimbulkan perasaan bangga.

Kompensasi yang ditawarkan perusahaan juga menjadi pertimbangan bagi calon karyawan, Octavianus (2014), Sulastri (2012), serta Dharma dan Putra (2013) memaparkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan akan berimbas pada semangat kerja, kinerja, *turnover* pegawai, serta motivasi kerja calon karyawan. Para calon karyawan yang berkualitas cenderung memperhatikan kompensasi yang ditawarkan perusahaan sebelum mereka memutuskan untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Martoyo (2007:115) memaparkan, kompensasi adalah aspek penting yang berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan. Menurut Mega (2013), kompensasi merupakan suatu balas jasa yang diberikan perusahaan kepada pegawainya atas kerja yang dinilai melalui uang dan cenderung diberikan secara tetap. Sedangkan Rivai (2006) memaparkan bahwa, kompensasi merupakan suatu balas jasa yang diperoleh pegawai dari perusahaan yang berupa gaji, upah, insentif, tunjangan-tunjangan, sebuah asuransi serta kompensasi non finansial. Dapat disimpulkan bahwa kompensasi adalah suatu tanda balas jasa yang diperoleh pegawai dari suatu perusahaan berupa gaji,

upah, insentif, tunjangan-tunjangan, asuransi maupun kompensasi non finansial yang dapat berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan. Sulastri (2012) memaparkan, adanya kejelasan pemberian kompensasi yang ditawarkan perusahaan, maka tidak akan terdapat pengaruh terhadap *turnover* pegawai. Menurut Porter *et al.* (2007), keadilan didalam pemberian kompensasi berdampak positif pada suatu perekrutan dengan negosiasi gaji yang tinggi, sedangkan akan berdampak negatif apabila penawaran gajinya rendah. Simamora (2006:541) memaparkan, indikator-indikator kompensasi yang ditawarkan perusahaan kepada karyawan meliputi kompensasi langsung (gaji dan insentif) serta kompensasi tidak langsung (tunjangan dan dana pensiun).

Selain reputasi perusahaan dan kompensasi yang ditawarkan perusahaan, lingkungan kerja juga menjadi faktor untuk menarik minat melamar pekerjaan. Penelitian sebelumnya terkait lingkungan kerja yang telah diteliti oleh Edy (2013) dan Tresna (2013) memaparkan bahwa lingkungan kerja suatu perusahaan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap sumber daya manusia di perusahaan tersebut. Lingkungan kerja suatu perusahaan menjadi pertimbangan bagi calon karyawan agar kelak di masa depan mereka dapat bekerja dengan senang dan penuh semangat karena ditopang oleh lingkungan kerja perusahaan yang baik. Edy (2013) dan Tresna (2013) memaparkan, lingkungan kerja merupakan segala sesuatu disekitar pegawai didalam dalam melaksanakan pekerjaan yang berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya kinerja karyawan. Menurut Ambarini dan Emawati (2010), lingkungan kerja adalah aspek penting

yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang akan berdampak pada kinerja karyawan. Annakis dan Lobo (2011) memaparkan, perusahaan yang memiliki lingkungan kerja baik akan berdampak pada kinerja karyawan. Menurut Kristiawan dan Suprayitno (2009), para pegawai akan merasa nyaman dan senang apabila bekerja dengan fasilitas-fasilitas perusahaan dalam keadaan bersih, tidak bau, tidak bising, sirkulasi udara baik serta peralatan yang memadai dan modern. Utami dan Hartanto (2010) serta Artana (2012) memaparkan bahwa, lingkungan kerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan dan kinerja karyawan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa lingkungan kerja adalah aspek penting disekitar pegawai didalam dalam melaksanakan pekerjaan yang berpengaruh terhadap semangat dan kenyamanan bekerja pegawai yang akan berdampak pada tinggi atau rendahnya kinerja suatu perusahaan. Indikator-indikator dari lingkungan kerja menurut Sedarmayanti (2011:28) meliputi kenyamanan, keamanan, hubungan sesama rekan kerja dan antara atasan dengan bawahan. Hitt *et al.* (2001:56) memaparkan lingkungan eksternal makro perusahaan meliputi demografis dan teknologi.

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah penelitiannya adalah (1) Bagaimana pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana? (2) Bagaimana pengaruh kompensasi yang ditawarkan perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana? (3) Bagaimana pengaruh lingkungan kerja terhadap minat

melamar pekerjaan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana?

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan calon karyawan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. (2) Untuk menguji pengaruh kompensasi yang ditawarkan perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan calon karyawan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. (3) Untuk menguji pengaruh lingkungan kerja terhadap minat melamar pekerjaan calon karyawan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Sherly (2012) menyatakan bahwa reputasi perusahaan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap pembuatan keputusan melamar pekerjaan. Williamson *et al.* (2010) pada penelitiannya memaparkan bahwa reputasi perusahaan dan website perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Oktavianus (2014) menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Ratnasari (2013) memaparkan bahwa terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Dominguez (2011) pada penelitiannya menyatakan bahwa adanya pengaruh positif reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hipotesis yaitu:

H₁: Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Porter *et al.* (2007) memaparkan pada penelitiannya bahwa terdapat hubungan atau pengaruh positif antara negosiasi gaji dengan keberhasilan didalam merekrut karyawan. Dharma dan Putra (2013) memaparkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Sulastri (2012) pada penelitiannya memaparkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Oktavianus (2014) menyatakan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hipotesis yaitu:

H₂: Kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Artana (2012) memaparkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap semangat dan kinerja karyawan. Annakis dan Lobo (2011) memaparkan bahwa lingkungan kerja yang baik berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Sedangkan Utami dan Hartanto (2010) pada penelitiannya menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Edy dan Tresna (2013) memaparkan bahwa lingkungan kerja perusahaan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap sumber daya manusia dalam perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hipotesis yaitu:

H₃: Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, desain penelitiannya tergolong jenis penelitian kuantitatif yang berbentuk asosiatif karena dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh dari 3 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat, data yang akan diolah adalah data dalam bentuk numerik (Sugiyono, 2012).

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis program S1 ekstensi Universitas Udayana dengan alasan mahasiswa dan mahasiswi di perguruan tinggi tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dinilai sangat kritis didalam memberikan informasi serta memberikan jawaban penelitian karena ketepatan memilih sumber informasi sangat menentukan keakuratan dari hasil suatu penelitian.

Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Data kuantitatif

Sugiyono (2012:13) memaparkan, data kuantitatif adalah data-data yang didapat yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka serta dapat dihitung dalam satuan hitung. Data kuantitatif pada penelitian ini adalah sampel sebanyak 270 orang, responden sebanyak 73 orang, skor-skor dan hasil tabulasi dari kuesioner.

2) Data kualitatif

Sugiyono (2012:13) memaparkan, data kualitatif adalah data yang berupa penjelasan-penjelasan dan tidak berbentuk angka serta dapat diukur dalam satuan hitung (Sugiyono, 2012:13). Data kualitatif pada penelitian ini adalah hasil dari pernyataan responden melalui pengisian kuesioner.

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari para responden penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah kuesioner yang diperoleh peneliti melalui pengisian kuesioner-kuesioner langsung dari responden (mahasiswa) aktif program S1 ekstensi semester 8 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel terikat atau *dependent variable* (Y), adalah variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat melamar pekerjaan (Y).
- 2) Variabel bebas atau *independent variable* (X), adalah variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2012). Variabel bebas pada penelitian ini adalah reputasi perusahaan

(X_1), kompensasi yang ditawarkan perusahaan (X_2) dan lingkungan kerja perusahaan (X_3).

Definisi Operasional Variabel

Penjelasan tentang operasional masing-masing variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Minat melamar pekerjaan (Y)

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan (Barber, 1998).

Barber (1998) memaparkan beberapa indikator dari variabel minat melamar pekerjaan, yaitu:

(1) Kebutuhan akan pekerjaan

Calon pegawai tertarik melamar pekerjaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan.

(2) Pencarian informasi pekerjaan

Calon pegawai mencari informasi-informasi tentang lowongan pekerjaan yang disediakan oleh suatu perusahaan.

(3) Penentuan pilihan pekerjaan

Calon pegawai mulai mempertimbangkan dan menentukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang ada sesuai dengan keinginannya.

(4) Pembuatan keputusan

Calon pegawai membuat keputusan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan minat dan bakat.

2) Reputasi Perusahaan (X_1)

Reputasi perusahaan adalah cara dari bagaimana pihak lain memandang perusahaan (Kamaludin, 2010).

Fombrun (1996:112) menyebutkan terdapat 3 indikator dari variabel reputasi perusahaan, yaitu:

(1) Membangun kepercayaan *stakeholder*

Membangun kepercayaan *stakeholder* bisa berdasarkan dari:

- a. Rasa percaya calon pegawai terhadap perusahaan yang akan dituju.
- b. Pelayanan serta produk yang diberikan suatu perusahaan.

(2) Meningkatkan kinerja perusahaan

Hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Seperti contoh, karyawan akan sangat senang apabila karyawan diberdayakan dan turut serta dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan,

perasaan senang ini akan memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik.

(3) Menimbulkan perasaan bangga

Seorang karyawan akan memiliki keterlibatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan apabila perusahaan menghargainya. Perusahaan yang menghargai pegawainya akan menimbulkan rasa bangga akan pekerjaan mereka, produk perusahaan serta perusahaan tempat ia bekerja.

3) Kompensasi yang ditawarkan perusahaan (X_2)

Kompensasi merupakan suatu balas jasa yang diberikan perusahaan kepada pegawainya atas kerja yang dinilai melalui uang dan cenderung diberikan secara tetap (Mega, 2013).

Simamora (2006:541) memaparkan terdapat 2 indikator dari variabel kompensasi, yaitu:

(1) Kompensasi langsung, yaitu sebuah tanda balas jasa yang diterima

karyawan berupa:

- a. Gaji, suatu balas jasa yang diterima karyawan dari perusahaan dalam bentuk uang sebagai tanda balas jasa dari tenaga dan pikiran kepada perusahaan.
- b. Insentif, adalah imbalan langsung yang diberikan karena kinerja dari pegawai melampaui standar kerja yang telah ditentukan perusahaan.

(2) Kompensasi tidak langsung, yaitu sebuah tanda balas jasa yang diterima karyawan berupa:

- a. Tunjangan kesehatan, biaya yang dibayarkan perusahaan didalam memelihara kesehatan karyawan.
- b. Dana pensiun, biaya yang ditetapkan dan dibayarkan kepada karyawan yang sudah pensiun.

4) Lingkungan kerja perusahaan (X_3)

Edy (2013) dan Tresna (2013) memaparkan, lingkungan kerja merupakan segala sesuatu disekitar pegawai didalam dalam melaksanakan pekerjaan yang berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya kinerja karyawan.

Berikut adalah indikator-indikator dari variabel lingkungan kerja menurut Sedarmayanti (2011:28):

- (1) Kenyamanan, meliputi penerangan cahaya dan sirkulasi udara yang baik, temperatur sekitar ruangan yang normal, jauh dari kebisingan dan tidak ada bau-bauan di sekitar ruangan yang dapat mengganggu kinerja pegawai.
- (2) Keamanan, tidak adanya gangguan di sekitar tempat kerja yang dapat membahayakan keselamatan para karyawan.
- (3) Hubungan sesama rekan kerja dan antara atasan dengan bawahan, adanya hubungan antara sesama rekan kerja dalam bentuk kerjasama didalam menyelesaikan pekerjaan serta terjalannya

hubungan kerja antara atasan dan bawahan dalam hal memberikan dan menerima perintah.

Hitt *et al.* (2001:56) memaparkan lingkungan eksternal makro perusahaan meliputi:

- (1) Demografis, berkaitan dengan ukuran populasi, struktur usia, distribusi geografis, bauran etnis dan distribusi pendapatan.
- (2) Teknologi, meliputi institusi-institusi dan aktivitas-aktivitas yang terlibat dalam menciptakan pengetahuan baru dan menerjemahkan pengetahuan itu ke output, produk, proses dan materi-materi baru.

Semua variabel dan indikator pada penelitian ini adalah dalam bentuk persepsi dan diteliti dengan menggunakan skala likert.

Populasi, Sampel dan Metode Penentuan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi semester 8 program studi S1 ekstensi yang masih aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang jumlahnya 270 orang dengan perincian 137 mahasiswa jurusan manajemen, 103 mahasiswa jurusan akuntansi dan 30 mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan. Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *proporsional random sampling*. Teknik ini adalah pengambilan suatu sampel dari setiap sub-populasi dengan memperhitungkan besar atau kecilnya suatu sub-populasi. Menurut Sugiyono (2009: 82), teknik tepat digunakan apabila populasi tersebut mempunyai unsur yang tidak homogen serta berstrata secara

proporsional. Dalam menentukan jumlah sampel dari sebuah populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu (Umar, 2004):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{270}{1 + 270 \times 0,10^2} = 72,97.....(1)$$

Keterangan:

n= sampel

N= populasi

e= *error*. Pada penelitian ini *error* ditetapkan 10%.

Dari perhitungan di atas, maka sampel yang digunakan adalah berjumlah 72,97 yang kemudian dibulatkan menjadi 73 responden dengan perincian jumlah responden pada jurusan manajemen sebanyak $\frac{137 \times 73}{270} = 37$ orang, jurusan akuntansi sebanyak $\frac{103 \times 73}{270} = 28$ orang dan jurusan ekonomi pembangunan sebanyak $\frac{30 \times 73}{270} = 8$ orang.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lokasi atau tempat penelitian. Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data melalui cara tanya jawab untuk mendapatkan keterangan yang berhubungan dengan obyek penelitian. Kuesioner adalah teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan melalui cara memberikan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada para responden untuk kemudian dijawab. Dalam mengukur suatu sikap, anggapan atau persepsi dari seseorang terhadap fenomena disekitar dapat menggunakan skala *Likert*. Dengan

menggunakan skala *Likert* variabel-variabel dalam penelitian dijabarkan menjadi indikator-indikator yang kemudian variabelnya dijadikan sebagai tolak ukur untuk dijadikan beberapa pertanyaan (Sugiyono, 2013:133).

Teknik Analisis Data

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik diterapkan untuk mengetahui model regresi yang didapatkan apakah terjadi suatu penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Terdapat beberapa uji asumsi klasik untuk memenuhi persyaratan supaya tidak mendapatkan hasil yang bias dalam suatu pengujian, yaitu sebagai berikut:

1) Uji normalitas

Pada uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam residual dari model regresi tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui model regresi tersebut berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan melalui melihat *normal probability plot* serta dapat dilakukan juga dengan Uji Kolmogorov-Smirnov melalui cara membandingkan distribusi kumulatif relatif hasil dari sebuah observasi dengan distribusi kumulatif relatif teoritisnya (Utama, 2009:89). Model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal adalah model regresi yang baik. Data dikatakan berdistribusi dengan normal apabila koefisien *Asymp. Sig* lebih besar dari $\alpha = 0,05$

2) Uji multikolinearitas

Dilakukannya uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki korelasi antara variabel bebas. Dalam mendeteksi

adanya korelasi antar variabel bebas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor (VIF)*. Apabila nilai dari *tolerance* diatas 0,1 atau VIF dibawah 10, maka pada variabel bebas dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Utama, 2009:94). Model regresi disebut baik apabila tidak terdapat korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji heteroskedastisitas

Dilakukannya uji heteroskedastisitas ini memiliki tujuan untuk mengetahui pada model regresi apakah terjadi suatu ketidaksamaan *variance* dari residual pada sebuah pengamatan ke pengamatan lain. Dalam mendeteksi terjadinya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui melakukan uji Gletser yaitu dengan cara mengamati nilai signifikan regresi yang baru terbentuk (Utama, 2009:95).

Analisis regresi linier berganda

Data yang berhasil dikumpulkan pada penelitian ini kemudian dianalisis melalui cara regresi linier berganda, analisis ini bertujuan untuk mengetahui adanya ketergantungan suatu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk mengetahui arah hubungan serta keeratan hubungan dari antara variabel bebas dan variabel terikat. Pada analisis ini dapat menggunakan program komputer yaitu *Statistical Pacage of Sosial Science (SPSS) versi 15.0 for Windows*. Berikut adalah bentuk dari persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \mu_i \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

Y	= Minat melamar pekerjaan
X ₁	= Reputasi perusahaan
X ₂	= Kompensasi yang ditawarkan perusahaan
X ₃	= Lingkungan kerja perusahaan
β_1, β_2 dan β_3	= Koefisien regresi variabel X ₁ , X ₂ dan X ₃
α	= Konstanta
e	= <i>error</i>

Dalam melakukan analisis, peneliti dibantu dengan program komputer yaitu *Statistical Package of Social Science* (SPSS). Setelah mendapatkan hasil korelasi dari koefisien regresi serta model regresi melalui bantuan SPSS, tahapan selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik dan pengujian pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan maupun parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan pengujian validitas menunjukkan variabel minat melamar pekerjaan, reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan semuanya menunjukkan nilai yang valid, masing-masing variabel memiliki skor total diatas 0,30. Sedangkan nilai reliabilitas menunjukkan masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,6 (*Cronbach's Alpha* > 0,6). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Uji Asumsi Klasik**Tabel 1.**
Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
Kolmogorov-Smirnov Z	0,825
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,505

Sumber : data diolah 2015

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,505 dan lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah memenuhi syarat normalitas.

Tabel 2.
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Reputasi Perusahaan (X_1)	0,676	1,479
Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan (X_2)	0,703	1,422
Lingkungan Kerja Perusahaan (X_3)	0,591	1,693

Sumber : data diolah 2015

Hasil pengujian *tolerance* menunjukkan seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10. Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut.

Tabel 3.
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Signifikansi
Reputasi Perusahaan (X_1)	0,780	0,438
Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan (X_2)	0,100	0,921
Lingkungan Kerja Perusahaan (X_3)	-0,600	0,500

Sumber : data diolah 2015

Pengujian menunjukkan bahwa signifikansinya lebih dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi

tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4.
Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Reputasi	0,333	0,087	0,387	3,816	0,000
Kompensasi	0,307	0,118	0,260	2,608	0,011
Lingkungan Kerja	0,363	0,168	0,235	2,160	0,034
Constanta	0,086				
R	0,721				
R Square	0,519				
Adjusted RSquare	0,498				
F _{hitung}	24,838				
Sig. F _{hitung}	0,000				

Sumber : data diolah 2015

Tabel 4 menunjukkan bahwa persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,086 + 0,333 (X_1) + 0,307 (X_2) + 0,363 (X_3)$$

$$SE = 0,087 \quad 0,118 \quad 0,168$$

$$t_{hitung} = 3,816 \quad 2,608 \quad 2,160$$

$$Sig. = 0,000 \quad 0,011 \quad 0,034$$

$$R^2 = 0,519$$

$$F_{hitung} = 24,838$$

$$Sig. = 0,000$$

Keterangan:

Y = Minat melamar pekerjaan

X₁ = Reputasi perusahaan

X₂ = Kompensasi yang ditawarkan perusahaan

X₃ = Lingkungan kerja perusahaan

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

$\beta_1 = + 0,333$, menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan, yang artinya apabila reputasi suatu perusahaan baik maka minat melamar ke perusahaan tersebut akan meningkat.

$\beta_2 = + 0,307$, menunjukkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan, yang artinya apabila kompensasi yang ditawarkan suatu perusahaan tinggi maka minat melamar ke perusahaan tersebut akan meningkat.

$\beta_3 = + 0,363$, menunjukkan bahwa lingkungan kerja perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan, yang artinya apabila lingkungan kerja suatu perusahaan baik maka minat melamar ke perusahaan tersebut akan meningkat.

$R^2 = 0,519$, yang berarti bahwa sebesar 51,9 persen reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan mempengaruhi minat melamar pekerjaan pada mahasiswa program ekstensi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, sedangkan sisanya sebesar 48,1 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Konstanta= 0,086, yang berarti bahwa berapapun nilai variabel X_1 , X_2 dan X_3 pada penelitian ini nilai konstantanya tetap 0,086 (tidak berubah).

Pengujian Hipotesis

Tabel 5.
Uji Statistik t

Variabel	t_{hitung}	Sig.
Reputasi Perusahaan	3,816	0,000
Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan	2,608	0,011
Lingkungan Kerja Perusahaan	2,160	0,034

Sumber : data diolah 2015

Berdasarkan nilai signifikansi uji t, dapat diketahui bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Dilihat dari nilai $t_{hitung} = 3,816$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha=5\%$). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah diteliti oleh Sherly (2012) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap pembuatan keputusan melamar pekerjaan. Williamson *et al.* (2010) pada penelitiannya memaparkan bahwa reputasi perusahaan dan website perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Octavianus (2014) menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Ratnasari (2013) memaparkan bahwa terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Dominguez (2011) pada penelitiannya menyatakan bahwa adanya pengaruh positif reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.

Berdasarkan nilai signifikansi uji t, dapat diketahui bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Dilihat dari nilai $t_{hitung} = 2,680$ dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$

($\alpha=5\%$). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah diteliti oleh Octavianus (2014) yang menyatakan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Porter *et al.* (2007) memaparkan pada penelitiannya bahwa terdapat hubungan atau pengaruh positif antara negosiasi gaji dengan keberhasilan didalam merekrut karyawan. Dharma dan Putra (2013) memaparkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Sulastri (2012) pada penelitiannya memaparkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

Berdasarkan nilai signifikansi uji t, dapat diketahui bahwa lingkungan kerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Dilihat dari nilai $t_{hitung} = 2,160$ dengan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$ ($\alpha=5\%$). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah diteliti oleh Artana (2012) yang memaparkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap semangat dan kinerja karyawan. Annakis dan Lobo (2011) memaparkan bahwa lingkungan kerja yang baik berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Sedangkan Utami dan Hartanto (2010) pada penelitiannya menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Edy dan Tresna (2013) memaparkan bahwa lingkungan kerja perusahaan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap sumber daya manusia dalam perusahaan tersebut.

Implikasi Hasil Penelitian

- 1) Reputasi perusahaan terbukti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan, perusahaan harus membangun, mempertahankan serta mengembangkan reputasi yang baik agar perusahaan dapat menarik minat dan mendapatkan calon tenaga kerja handal.
- 2) Kompensasi yang ditawarkan perusahaan terbukti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan, perusahaan harus mampu memberikan kompensasi yang sesuai dengan keinginan calon pelamar agar minimal kebutuhan kehidupan calon pelamar bisa terpenuhi.
- 3) Lingkungan kerja perusahaan terbukti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan, perusahaan harus memiliki lingkungan kerja yang baik sesuai dengan harapan calon tenaga kerja agar calon tenaga kerja tertarik untuk mengajukan lamaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya adalah untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan seperti faktor deskripsi pekerjaan, seleksi dan

pengembangan karir. Selain itu, peneliti selanjutnya agar menambahkan jumlah sampel dan memperluas ruang lingkup pengambilan sampel tidak hanya pada ruang lingkup calon karyawan pada perguruan tinggi saja.

REFERENSI

- Ambarini dan Ernawati. 2010. Pengaruh Hubungan Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2):h:100-112.
- Annakis, John and Antonio Lobo. 2011. Exploring Monitoring, Work Environment and Flexibility as Predictors of Job Satisfaction Within Australian Call Centres. *International Journal of Business and Management*, 6(8):pp:75-93.
- Ardana, K., Mujiati, N.W. dan Sriathi, A. 2009. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ardana, K., Mujiati, N.W. dan Mudiarta, I.W.U. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Artana, I Wayan Arta. 2012. Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Maya Ubud Resort and SPA). *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1):h:66-80.
- Barber, A.E. dan Roehling, M.V. 1993. Job Posting and the Decision to Interview: A verbal Protocol Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 78:pp:845-856.
- Barber, A.E. 1998. *Recruiting Employees*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Breaugh, J.A. 2008. Employee recruitment: Current knowledge and important areas for future research. *Human Resource Management Review*, 18:pp:103-118
- Brown, T.J., Peter, A.D., Pratt, M.G., Whetten, D.A. 2006. Identify, Intended Image, Construed Image and Reputation: An Interdisciplinary Framework and Suggested Terminology. *Journal of the Academy Marketing Science*, 34(2):pp:99-106.

- Dharma, I.G.D.A.A dan Putra, M.S. 2013. Pengaruh Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Kinerja Karyawan pada PT United Indobali Denpasar. *Jurnal Manajemen*, h:1-16.
- Dolphin, R. 2004. Corporate Reputation A Value Creating Strategy. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 4(3):pp:77-92.
- Dominguez, A. 2011. The Impact of Human Resource Accounting on Corporate Image. *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, 15(4):pp:279-298.
- Edy, I.K.S. 2013. Pengaruh Kompetensi, Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Pande Agung Segara Dewata. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Fombrun, S.M. 1996. Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2):pp:233-258.
- Fombrun, Charles J. 1996. *Reputation: realizing value from the corporate image*. USA: HBS Press.
- Gatewood, R.D., Gowan M.A. Dan Lauten, Schlager G. J. 1993. Corporate Image, Recruitmen Image and Initial Choice Decisions. *Academy of Management Journal*, pp:414-427.
- Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane., dan Hoskisson, Robert E. 2001. *Manajemen Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamaludin. 2010. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas dan Reputasi Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kristiawan, D. dan Suprayitno. 2009. Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepemimpinan sebagai Variabel Moderating. Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 3(2):h:115-121.
- Lewis, S. 2001. Measuring Corporate Reputation. *Corporate Communication: An International Journal*, 6(1):pp:31-35.
- Martoyo, Susilo. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: BPFE.
- Marwansyah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi ke-2. Bandung: Alfabeta.

- Mega, A.A.R.A.P. 2013. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Kompensasi Finansial Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Dunia Garmen Internasional di Denpasar. *Skripsi*. Program Ekstensi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Nelson, J.B. 2007. The boundayless Organization: Implications for Job Analysis, Recruitment and Selection. *Human Resource Planning*, 4:pp:39-49.
- Octavianus, S. 2014. Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Oggy, K.Y. 2013. Analisis Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Karyawan di PT Nyonya Meneer Semarang. *Jurnal AGORA*, 1(3):h:1-5.
- Porter, C.O.L.H., Conlon D.E., dan Barber A.E. 2007. The Dynamics of Salary Negotiations: Effects on Applicants Justice Perception and Recruitment Decision. *The International Journal of Conflict Management*, 15(3):pp:273-303.
- Rachmatika, P.S.R. 2013. Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan. *Journal of Accounting*, 2(3):h:1-12.
- Ratnasari, D. 2013. Studi Tentang Proses Rekrutmen Tenaga Kerja Linmas di Badan Kesatuan Bangsa dan Linmas Kabupaten Malinau. *eJurnalPemerintahan Integratif*, 1(1):h:75-90.
- Rivai, V. 2006. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sedarmayanti. 2011. *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Setiani, B. 2013. Kajian Sumber Daya Manusia dalam Proses Rekrutmen Tenaga Kerja di Perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 1(1):h:38-44.
- Sherly, R.F. 2012. Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi Word-of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Pekerjaan. *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Indonesia.
- Simamora, H. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. STIE YKPN.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-21. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

Sulastri, I. 2012. Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Keinginan untuk Pindah Kerja pada PT Surya Sumber Daya Energi Surabaya. *Jurnal NeO-Bis*. Volume 6, No 1 Juni 2012.

Tresna, I.M.S.A.C. 2013. Pengaruh Kompensasi, Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Anugerah Merta Sari Sedana Denpasar. *Skripsi*. Program Ekstensi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Umar. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Utama, M.S. 2009. *Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Edisi ke-3. Denpasar. Sastra Utama.

Utami, Setyaningsih Sri dan Agus Hartanto. 2010. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Komunikasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 4(1):h:58-67.

Wang, Y.J., Kendampully, H.L., Guincheng, S. 2006. The Role of Brand Equity and Corporate Reputation in CRM: Chinese Study. *Corporate Reputation Review*, 9(3):pp:179-197.

Walsh, Mitchell V.W., Jackson, P.R. dan Betty, S.E. 2008. Examining the Antecedent and Consequences of Corporate Reputation: A Customer Perspective. *British Journal of Management*, 20:pp:187-203.

Wartick, S.L. 2002. Measuring Corporate Reputation: Definition and Data. *Business and Society*, 41(4):pp:371-392.

Wheeler, K.G. dan Maloney, T.M. 1981. The Expectancy Model in the Analysis of Occupational Preference and Occupational Choice. *Journal of Vocational Behavior*, 19:pp:113-122.

Williamson, J.E., Lepak, D., dan Sarma, A. 2010. Firm Reputation, Recruitment Web Site and Attracting Applicants. *Journal of Human Resource Management*, 49(4):pp:669-687.