

## ABSTRAK

*Employer Branding* menjadi salah satu strategi yang banyak diterapkan perusahaan untuk menarik calon karyawan, khususnya Generasi Z yang cenderung mempertimbangkan tidak hanya kompensasi, tetapi juga Reputasi Perusahaan dan nilai-nilai organisasi dalam menentukan tempat bekerja. Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih menunjukkan hasil yang beragam mengenai hubungan antara *Employer Branding*, Reputasi Perusahaan, dan Minat Melamar Pekerjaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat Melamar Pekerjaan, baik secara langsung maupun melalui Reputasi Perusahaan sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah alumni Program Studi Manajemen Universitas Diponegoro angkatan 2023-2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan *Two-Stage Approach* melalui perangkat lunak SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Employer Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Employer Branding* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Selain itu, Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Namun, Reputasi Perusahaan tidak terbukti memediasi pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan *Employer Branding* mampu meningkatkan minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan sekaligus memperkuat Reputasi Perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun strategi *Employer Branding* yang efektif serta mempertahankan Reputasi Perusahaan yang positif untuk meningkatkan daya tariknya sebagai tempat bekerja bagi calon pelamar.

Kata kunci: *Employer Branding*, Reputasi Perusahaan, Minat Melamar Pekerjaan, Generasi Z, PLS-SEM.