

DAFTAR ISI

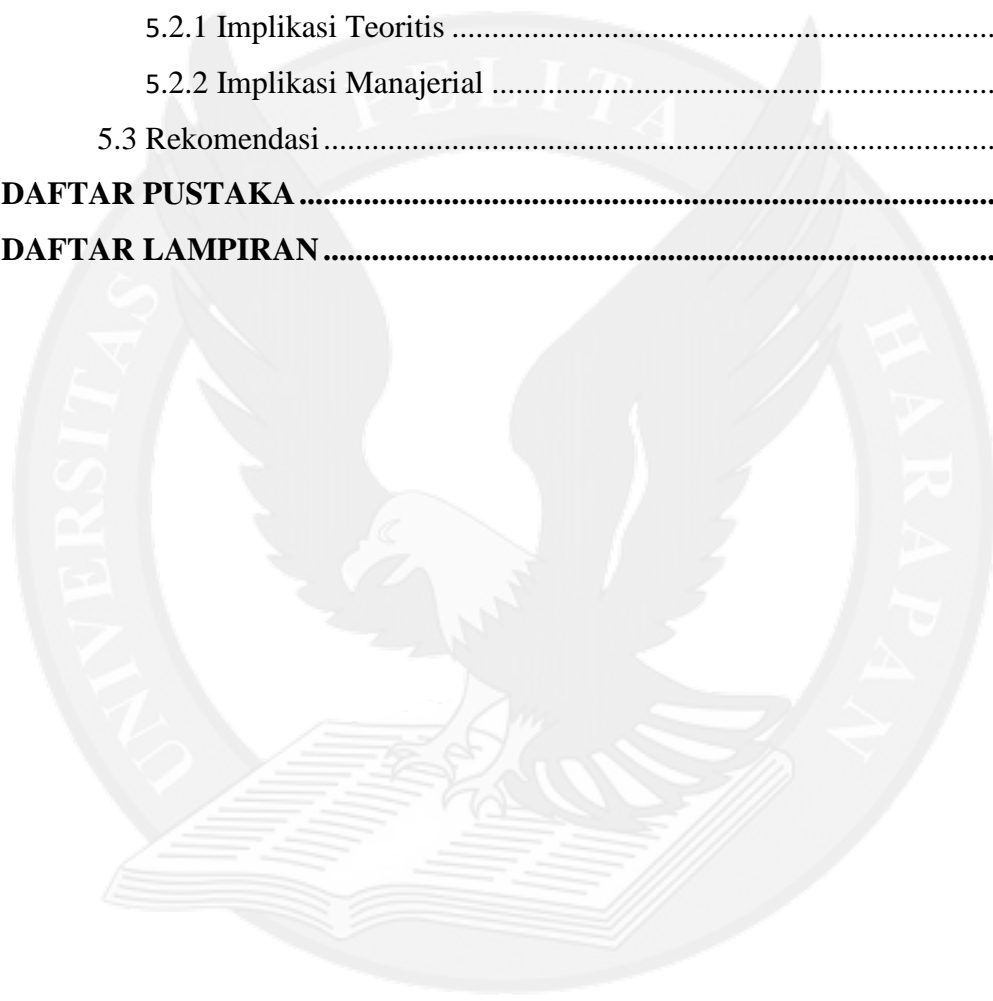
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR_	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	xv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Batasan Penelitian	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	16
1.5.1. Manfaat Teoritis	16
1.5.2. Manfaat Praktis.....	17
1.6. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAMBANGAN HIPOTESIS	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Intention to Apply</i>	19
2.1.2 <i>Person-Organization Fit</i>	21
2.1.3 <i>Social Media Usage</i>	25
2.1.4 <i>Gen Z Job Preference</i>	28
2.1.4.1 <i>Gen Z</i>	28
2.1.4.2 <i>Job Preferences</i>	30
2.1.5 <i>Organization Attractiveness</i>	31

2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh <i>Gen Z Job Preference</i> terhadap <i>Person Organization Fit</i>	37
2.3.2 Pengaruh <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Person Organization Fit</i>	38
2.3.3 Pengaruh <i>Gen Z Job Preference</i> terhadap <i>Social Media Usage</i>	38
2.3.4 Pengaruh <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Social Media Usage</i>	38
2.3.5 Pengaruh <i>Gen Z Job Preference</i> terhadap <i>Intention to Apply</i> ...	40
2.3.6 Pengaruh <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	41
2.3.7 Pengaruh <i>Person-Organization Fit Attractiveness</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	42
2.3.8 Pengaruh <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	43
2.4 Model Penelitian	44
2.5 Bagan Alur Berpikir	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Metode Pengumpulan Data	49
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	49
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.4.1 Defenisi Operasional	51
3.4.2 Pengukuran Variabel	53
3.5 Metode Analisis Data	54
3.5.1 Uji Validitas	55

3.5.2 Uji Realibilitas	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.4 Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	58
3.5.4.1 Koefisien Korelasi (R).....	59
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	60
3.5.4.3 Uji F	60
3.5.4.4 Uji T	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	62
4.2 Analisis Data	63
4.2.1 Statistik Deskriptif	63
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Gen Z Job Preferences</i>	65
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Organization Attractiveness</i>	70
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Person Organization Fit</i>	72
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Media Usage</i>	74
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intention to Apply</i>	76
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data	79
4.2.2.1 Uji Validitas	79
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	80
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	80
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas	83
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	85
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas	86
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> dan <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Person Organization Fit</i>	87

4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> dan <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Social Media Usage</i>	89
4.2.3.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences, Organization Attractiveness, Person Organization Fit, Social Media Usage</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	91
4.3 Pengujian Hipotesis.....	94
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1.....	94
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2.....	95
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3.....	96
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4.....	97
4.3.5 Pengujian Hipotesis 5.....	98
4.3.6 Pengujian Hipotesis 6.....	99
4.3.7 Pengujian Hipotesis 7.....	100
4.3.8 Pengujian Hipotesis 8.....	100
4.4 Pembahasan.....	101
BAB V KESIMPULAN	122
5.1 Simpulan	122
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	123
5.1.1.1 Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> terhadap <i>Person Organization Fit</i>	123
5.1.1.2 Pengaruh <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Person Organization Fit</i>	124
5.1.1.3 Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> terhadap <i>Social Media Usage</i>	125
5.1.1.4 Pengaruh <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Social Media Usage</i>	126
5.1.1.5 Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	127
5.1.1.6 Pengaruh <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	128

5.1.1.7 Pengaruh <i>Person Organization Fit</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	129
5.1.1.8 Pengaruh <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	131
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	132
5.2 Implikasi.....	132
5.2.1 Implikasi Teoritis	132
5.2.2 Implikasi Manajerial	134
5.3 Rekomendasi	138
DAFTAR PUSTAKA	140
DAFTAR LAMPIRAN	A-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi	2
Gambar 1.2 Preferensi Tempat Kerja Generasi Z.....	3
Gambar 1.3 Artikel yang Ditulis oleh Rochmad Baidhowah	5
Gambar 1.4 Durasi Penggunaan Interner Antar Generasi di Indonesia.....	6
Gambar 1.5 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Menargetkan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) Bisa Beroperasi Secara Penuh Pada 2023.....	7
Gambar 1.6 Akun Media Sosial Instagram Badan Kepegawaian Negara	8
Gambar 1.7 Keberhasilan Kemenkeu sebagai Daya Tarik Organisasi	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	44
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	64
Gambar 4.2 <i>Scatter Plot</i> Uji Normalitas JP, OA*PO	81
Gambar 4.3 <i>Scatter Plot</i> Uji Normalitas JP, OA*SM.....	82
Gambar 4.4 <i>Scatter Plot</i> Uji Normalitas JP, OA, PO, SM*IA	82
Gambar 4.5 <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedastisitas JP, OA*PO.....	84
Gambar 4.6 <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedastisitas JP, OA*SM	84
Gambar 4.7 <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedastisitas JP, OA, PO, SM*IA.....	85
Gambar 4.8 Model Penelitian dengan Nilai Koefisien Regresi	101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert 5 Poin.....	51
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.2 Deskripsi <i>Mean Rating Index</i>	65
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Gen Z Job Preferences</i>	65
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Organization Attractiveness</i>	70
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Person Organization Fit</i>	72
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Social Media Usage</i>	75
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Intention to Apply</i>	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 4.14 Regresi Berganda Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> dan <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Person Organization Fit</i>	87
Tabel 4.15 Regresi Berganda Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> dan <i>Organization Attractiveness</i> terhadap <i>Social Media Usage</i>	89
Tabel 4.16 Regresi Berganda Pengaruh <i>Gen Z Job Preferences</i> dan <i>Organization Attractiveness</i> , <i>Person Organization Fit</i> , <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Intention to Apply</i>	89
Tabel 4.17 Rangkuman Hasil Hipotesis.....	94
Tabel 4.18 Indikator yang Membentuk <i>Gen Z Job Preferences</i>	108

Tabel 4.19 Indikator yang Membentuk <i>Organization Attractiveness</i>	114
Tabel 4.20 Indikator yang Membentuk <i>Person Organization Fit</i>	115
Tabel 4.21 Indikator yang Membentuk <i>Social Media Usage</i>	118
Tabel 4.22 Indikator yang Membentuk <i>Intention to Apply</i>	120
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	133
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	137



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA	B-1
LAMPIRAN C: HASIL ANALISIS DATA	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1

