

## DAFTAR PUSTAKA

- Afsari, I. A. 2022. *Intip Jenjang Karir di Bank BTN Bersama DPKKA UNAIR*. Ikatan Alumni Universitas Airlangga Official Website, (Online), (<https://alumni.unair.ac.id/site/article/read/1443/intip-jenjang-karir-di-bank-btn-bersama-dpkka.html>, diakses 25 Juni 2022).
- Ambler, T., & Barrow, S. 1996. The Employer Brand. *Journal of Brand Management*, 4(3), 185–206.
- Amelia, A. 2018. *Employer Branding: When HR is The New Marketing*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. 2004. Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501–517.
- Bank BNI. 2021. *Laporan Tahunan Bank BNI 2021*. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk., (Online), (<https://www.bni.co.id/Portals/1/BNI/Perusahaan/HubunganInvestor/Docs/AR-BNI-TB-2021-IND-v2.pdf>, diakses 26 Juni 2022).
- Bank BRI. 2021. *Laporan Tahunan Bank BRI 2021*. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., (Online), (<https://www.ir-bri.com/misc/AR/Final-AR-BRI-2021-English-Version-R.pdf>, diakses 26 Juni 2022).
- Bank BTN. 2021. *Laporan Tahunan Bank BTN 2021*. PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk., (Online), (<https://www.btn.co.id/-/media/User-Defined/Document/Hubungan-Investor/ind/Laporan-Tahunan/2022/AR-2022--BBTN--INDcompressed.pdf>, diakses 26 Juni 2022).
- Bank Mandiri. 2021. *Laporan Tahunan Bank Mandiri 2021*. PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk., (Online), ([https://www.bankmandiri.co.id/documents/38265486/0/Laporan+Tahunan+Mandiri+25+Juli+2022\\_compressed.pdf/73835289-33ab-5837-9031-fb3e4f28b991?t=1664251860488](https://www.bankmandiri.co.id/documents/38265486/0/Laporan+Tahunan+Mandiri+25+Juli+2022_compressed.pdf/73835289-33ab-5837-9031-fb3e4f28b991?t=1664251860488), diakses 26 Juni 2022).

- Barber, A. 1998. *Recruiting Employees: Individual and Organizational Perspectives*. California: SAGE Publications, Inc.  
<https://doi.org/10.4135/9781452243351>
- Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.  
<https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barrow, S., & Mosley, R. 2005. *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. Oxford: John Wiley & Sons Ltd.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. 2005. Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>
- Budiono, A. L., & Suharnomo. 2021. Pengaruh Employer Brand Image Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan Dengan Pengalaman Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pencari Kerja Generasi Y). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–10.
- Cable, D. M., & Graham, M. E. 2000. The Determinants of Job Seekers' Reputation Perceptions. *Journal of Organizational Behavior*, 21(8), 929–947.
- Cable, D. M., & Turban, D. B. 2003. The Value of Organizational Reputation in the Recruitment Context: A Brand-Equity Perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(11), 2244–2266. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01883.x>
- Cappelli, P. 2000. The New Deal at Work. *Chicago-Kent Law Review*, 76(2), 1169.
- Dowling, G., & Moran, P. 2012. Corporate Reputations: Built in or Bolted on? *California Management Review*, 54(2), 25–42.
- Ekhsan, M., & Fitri, N. 2021. Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 97–107.

- Ekhsan, M., Jayanti, N. K. P. A., & Parashakti, R. D. 2021. Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Kompensasi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(1), 16–29.
- Ewing, M. T., Pitt, L. F., De Bussy, N. M., & Berthon, P. 2002. Employment Branding in the Knowledge Economy. *International Journal of Advertising*, 21(1), 3–22. <https://doi.org/10.1080/02650487.2002.11104914>
- Ferizal, I. 2016. *Journey to be Employer of Choice*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferry, K. 2017. *Future of Work: The Global Talent Crunch*. Korn Ferry Institute, (Online), (<https://www.kornferry.com/content/dam/kornferry/docs/pdfs/KF-Future-of-Work-Talent-Crunch-Report.pdf>, diakses 14 Februari 2023).
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*: Vol. 27. Boston: Addison-Wesley Publishing Company.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall Publishing Company.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. 2000. The Reputation Quotient<sup>SM</sup>: A Multi-Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255.
- Fombrun, C., & Shanley, M. 1990. What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233–258.
- Franca, V., & Pahor, M. 2012. The Strength Of The Employer Brand: Influences and Implications for Recruiting. *Journal of Marketing and Management*, 3(1), 78–122.
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. 1993. Corporate Image, Recruitment Image and Initial Job Choice Decisions. *Academy of Management Journal*, 36(2), 414–427.

- Gomes, D., & Neves, J. 2011. Organizational Attractiveness and Prospective Applicants' Intentions to Apply. *Personnel Review*, 40(6), 684–699. <https://doi.org/10.1108/00483481111169634>
- Hardani., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. 2003. Measuring Attraction to Organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986–1001.
- Hurlock, E. B. 2004. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jean-François, M. 2018. Winning with-your talent management strategy. *McKinsey&Company*, (Online), ([https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/winning-with-your-talent-management-strategy#](https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/winning-with-your-talent-management-strategy#/)), diakses 20 Mei 2023).
- Kanto, D. S., Run, E. C. D., & Isa, A. H. B. M. 2016. The Reputation Quotient as a Corporate Reputation Measurement in the Malaysian Banking Industry: A Confirmatory Factor Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 409–415.
- Klewes, J., & Wreschniok, R. 2009. *Reputation Capital: Building and Maintaining Trust in the 21st Century*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.
- Lew, E. B. 2009. *Membangun Strategi Employer Branding Kelompok Usaha Bina Nusantara*, (Online), <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1HTML/Bab109219/page.html>
- Lievens, F., & Slaughter, J. E. 2016. Employer Image and Employer Branding: What We Know and What We Need to Know. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 407–440.

- Luce, R. A., Barber, A. E., & Hillman, A. J. 2001. Good Deeds and Misdeeds: A Mediated Model of the Effect of Corporate Social Performance on Organizational Attractiveness. *Business & Society*, 40(4), 397–415. <https://doi.org/10.1177/000765030104000403>
- Mappiare, A. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: CV. Usaha Nasional.
- Martin, G., & Hetrick, S. 2006. *Corporate Reputations, Branding and People Management: A Strategic Approach to HR*. Routledge.
- Michaels, E., Jones, H. H., & Axelrod, B. 2001. *The War For Talent*. Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Nugroho, A. H., & Liswandi. 2018. *The Influence of Employer Attractiveness, Corporate Reputation and the Use of Social Media towards Intention to Apply for a Job*. 5(7).
- Nurhayat, W. 2014. *Ini Arti Penting Perbankan di Indonesia Bagi Pemerintah*. Detik Finance, (Online), (<https://finance.detik.com/moneter/d-2459047/ini-arti-penting-perbankan-di-indonesia-bagi-pemerintah>, diakses 7 Agustus 2022).
- Obala, T., & Novita. 2017. Pengaruh Dimensi-Dimensi Pembentuk Merek Perusahaan Pemberi-Kerja terhadap Niat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Peubah Pemediasi. *Jurnal Magister Manajemen*, 9(1), 81–105.
- Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. 2015. Pengaruh Reputasi, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10), 3256–3286.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. 2022. Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 08(01), 103–114.

- Radhinda, P. A. 2020. Penerapan Proses Employer Branding Pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus pada Shopee Indonesia). *Tuturlogi*, 1(3), 185–204. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.001.03.3>
- Rao, P. 1996. Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis. *The Asian Manager*, IX(1), 28–32.
- Rynes, S. L., & Boudreau, J. W. 1986. College Recruiting in Large Organizations: Practice, Evaluation, and Research Implications. *Personnel Psychology*, 39(4), 729–757. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1986.tb00592.x>
- Rynes, S. L., Heneman, H. G., & Schwab, D. P. 1980. Individual Reactions to Organizational Recruiting: A Review. *Personnel Psychology*, 33(3), 529–542. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1980.tb00481.x>
- Sagita, A. R., Musadieg, M. A., & Sulisty, M. C. W. 2018. Pengaruh Employer Branding terhadap Turnover Intention dengan Employee Engagement sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Karyawan Tetap Bank X BUMN Cabang Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(2), 74–83.
- Setiawan, K. 2021. 5 Bank dengan Aset Terbesar di Indonesia, dari Bank Mandiri Hingga BTN. *Bisnis Tempo*, (Online), <https://bisnis.tempo.co/read/1498502/5-bank-dengan-aset-terbesar-di-indonesia-dari-bank-mandiri-hingga-btn>, diakses 24 Juni 2022).
- Silalahi, U. 2018. *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Sivertzen, A.M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. 2013. Employer Branding: Employer Attractiveness and The Use of Social Media. *Journal of Product & Brand Management*, 22(7), 473–483.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Soeling, P. D., Ajeng Arsanti, S. D., & Indriati, F. 2022. Organizational Reputation: Does It Mediate the Effect of Employer Brand Attractiveness on Intention to Apply in Indonesia? *Heliyon*, 8(4), e09208. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09208>
- Sokro, E. 2012. Impact of Employer Branding on Employee Attraction and Retention. *European Journal of Business and Management*, 4(18), 164–173.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. 2014. Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 184–192.
- Tikson, S. D. S., Hamid, N., & Mardiana, R. 2018. Employer Branding as a Strategy to Attract Potential Workforce. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 25(3), 114–119.
- Tsai, Y. H., Lin, C.-P., Chiu, C.-K., & Joe, S.-W. 2009. Understanding Learning Behavior Using Location and Prior Performance as Moderators. *The Social Science Journal*, 46(4), 787–799. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2009.06.007>
- Uen, J. F., Ahlstrom, D., Chen, S., & Liu, J. 2015. Employer Brand Management, Organizational Prestige and Employees' Word-of-Mouth Referrals in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 53(1), 104–123. <https://doi.org/10.1111/1744-7941.12024>
- Williamson, I. O., King, J. E., Lepak, D., & Sarma, A. 2010. Firm reputation, recruitment web sites, and attracting applicants. *Human Resource Management*, 49(4), 669–687. <https://doi.org/10.1002/hrm.20379>
- Wolters, M. H. 2018. How the Baby Boomers' Retirement Wave Distorts Model-Based Output Gap Estimates. *Journal of Applied Econometrics*, 33(5), 680–689. <https://doi.org/10.1002/jae.2636>

# LAMPIRAN



## Lampiran 1 : Kuesioner

### Kuesioner Penelitian

#### Pengaruh *Employer Branding* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening

##### I. Identitas Peneliti

Nama : Nurisnaini Masyitah Ely

NIM : A021181530

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

##### II. Pengantar

Perkenalkan saya Nurisnaini Masyitah Ely, mahasiswi Universitas Hasanuddin jurusan Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dan pengumpulan data terkait “Pengaruh *Employer Branding* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening” yang akan direalisasikan sebagai skripsi / tugas akhir saya dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Hasil pengumpulan data kuesioner ini hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Maka dari itu, kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian ini akan sangat membantu dalam penyelesaian tugas akhir saya.

## KUESIONER

### Identitas Responden

Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang telah disediakan

- Nama : \_\_\_\_\_
- Jenis Kelamin :  Laki-Laki       Perempuan
- Usia : \_\_\_\_\_
- Bulan & Tahun Kelulusan : \_\_\_\_\_
- Asal Universitas :  Universitas Hasanuddin  
 Universitas Negeri Makassar  
 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar  
 Lainnya: \_\_\_\_\_

“Saya memiliki (atau pernah memiliki) minat untuk melamar pekerjaan di Bank BUMN, baik sebelum lulus maupun setelah lulus perkuliahan.”

- Ya       Tidak

### Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Responden diharapkan terlebih dahulu membaca dengan seksama dan teliti deskripsi masing-masing pernyataan sebelum menjawab kuesioner.
- Responden dimohon untuk mengisi kuesioner dengan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- Pilihlah salah satu jawaban yang disediakan dan dianggap paling sesuai dengan bobot skor:

- |     |                     |     |               |
|-----|---------------------|-----|---------------|
| 1 = | Sangat Tidak Setuju | 4 = | Setuju        |
| 2 = | Tidak Setuju        | 5 = | Sangat Setuju |
| 3 = | Ragu-Ragu           |     |               |

## Kuesioner

### I. *Employer Branding*

Dimensi	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Interest Value</i> (Nilai Minat)	1. Saya ingin bekerja di Bank BUMN karena sesuai dengan keinginan / minat saya					
	2. Bank BUMN menghasilkan produk dan jasa yang inovatif dan berkualitas tinggi, sehingga membuat saya tertarik untuk bekerja di Bank BUMN					
	3. Saya tertarik bekerja di Bank BUMN karena Bank BUMN memiliki cara kerja yang menarik dengan pola pikir inovatif ( <i>forward thinking</i> )					
<i>Social Value</i> (Nilai Sosial)	4. Saya tertarik bekerja di Bank BUMN karena Bank BUMN dikenal memiliki hubungan yang baik antar karyawannya					
	5. Saya tertarik bekerja di Bank BUMN karena karyawan Bank BUMN dikenal memiliki hubungan yang baik dengan atasan mereka					
	6. Saya tertarik bekerja di Bank BUMN karena karyawan Bank BUMN dikenal saling mendukung dan suportif					
	7. Saya tertarik bekerja di Bank BUMN karena lingkungan kerja Bank BUMN dikenal sebagai lingkungan yang bahagia dan menyenangkan					
<i>Economic Value</i> (Nilai Ekonomi)	8. Saya tertarik bekerja di Bank BUMN karena Bank BUMN menawarkan serangkaian kompensasi yang menarik					
	9. Bank BUMN memberikan gaji sesuai dengan standar upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah					
<i>Development Value</i> (Nilai Pengembangan)	10. Bank BUMN memberikan peluang promosi yang baik bagi karyawannya					
	11. Bank BUMN memberikan peluang bagi karyawannya untuk berbagi pengalaman secara langsung antar departemen					
	12. Bank BUMN memberikan peluang bagi karyawannya untuk mengajarkan ilmu dan					

	pengetahuan yang dimiliki kepada orang lain					
	13. Bank BUMN memberikan peluang bagi karyawannya untuk menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari oleh karyawan di perguruan tinggi					
<i>Application Value</i> (Nilai Aplikasi)	14. Karyawan Bank BUMN terlihat lebih percaya diri karena telah bekerja untuk Bank BUMN					
	15. Karyawan Bank BUMN terlihat selalu puas dengan dirinya sendiri karena telah bekerja untuk Bank BUMN					

## II. Reputasi Perusahaan

Dimensi	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Emotional Appeal</i> (Daya Tarik Emosional)	1. Saya merasa senang terhadap Bank BUMN					
	2. Saya merasa kagum dan menghargai Bank BUMN					
	3. Saya merasa percaya terhadap Bank BUMN					
<i>Products and Services</i> (Produk dan Layanan)	4. Produk dan layanan yang dihasilkan oleh Bank BUMN sesuai dengan identitas perusahaan					
	5. Pengembangan produk dan layanan Bank BUMN yang inovatif					
	6. Bank BUMN menawarkan produk dan layanan berkualitas tinggi					
	7. Bank BUMN menawarkan produk dan layanan yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan					
<i>Vision and Leadership</i> (Visi dan Kepemimpinan)	8. Pimpinan Bank BUMN adalah pemimpin yang baik dan kompeten					
	9. Pimpinan Bank BUMN memiliki tujuan yang jelas mengenai masa depan perusahaan					
	10. Pimpinan Bank BUMN mampu mengenali dan mengambil keuntungan dari peluang pasar					
<i>Workplace Environment</i>	11. Lingkungan kerja Bank BUMN dikelola dengan baik					

(Lingkungan Kerja)	12. Bank BUMN dapat dilihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja					
	13. Bank BUMN memiliki karyawan yang baik					
<i>Social and Environmental Responsibility</i> (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan)	14. Bank BUMN memiliki tujuan yang baik dalam menyelesaikan permasalahan sosial melalui programnya					
	15. Bank BUMN adalah perusahaan yang bertanggungjawab terhadap lingkungan					
	16. Bank BUMN menjunjung tinggi etika dan memperlakukan masyarakat dengan baik					
<i>Financial Performance</i> (Kinerja Keuangan)	17. Bank BUMN memiliki catatan keuntungan yang besar di masa lampau					
	18. Bank BUMN terlihat seperti perusahaan dengan risiko investasi yang rendah					
	19. Bank BUMN cenderung mampu melampaui kinerja kompetitor					
	20. Bank BUMN memiliki prospek pertumbuhan perusahaan yang baik di masa depan					

### III. Minat Melamar Pekerjaan

Dimensi	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>General Attractiveness</i> (Daya Tarik Umum)	1. Saya menganggap bahwa Bank BUMN adalah perusahaan yang baik untuk bekerja					
	2. Saya tidak tertarik untuk bekerja di Bank BUMN sehingga saya menjadikannya sebagai opsi terakhir dalam tempat bekerja					
	3. Menurut saya, Bank BUMN adalah tempat yang memiliki daya tarik di mata para karyawan					
	4. Saya tertarik untuk mempelajari Bank BUMN lebih lanjut					
	5. Pekerjaan di Bank BUMN sangat menarik bagi saya					
<i>Intentions to Pursue</i> (Minat Terhadap Perusahaan)	6. Saya akan menerima tawaran pekerjaan dari Bank BUMN					
	7. Saya akan memprioritaskan Bank BUMN sebagai salah satu pilihan utama yang akan saya pilih dalam melamar pekerjaan					

	8. Saya bersedia hadir apabila Bank BUMN mengundang saya untuk wawancara pekerjaan					
	9. Saya akan mengerahkan usaha maksimal saya agar dapat bekerja di Bank BUMN					
	10. Saya bersedia merekomendasikan Bank BUMN kepada kerabat yang sedang mencari pekerjaan					
<i>Prestige</i> (Prestise)	11. Karyawan merasa bangga karena bekerja di Bank BUMN					
	12. Bank BUMN memiliki reputasi yang baik sebagai tempat bekerja					
	13. Bank BUMN memiliki reputasi yang baik sebagai pemberi kerja					
	14. Menurut saya, Bank BUMN merupakan tempat kerja yang bergengsi					
	15. Menurut saya, terdapat banyak pelamar yang ingin bekerja di Bank BUMN					

**Lampiran 2 : Data Jawaban Responden**

**Jawaban Responden Terhadap *Employer Branding* (X)**

No. Responden	<i>Employer Branding</i> (X)															TOTAL X
	<i>Interest Value</i>			<i>Social Value</i>				<i>Economic Value</i>		<i>Development Value</i>				<i>Application Value</i>		
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	
1	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
2	4	5	5	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	5	5	58
3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	5	5	49
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
5	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	5	2	51
6	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	61
7	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	62
8	4	4	4	5	3	3	3	5	5	5	3	3	4	5	5	61
9	3	3	3	2	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	56
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
11	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	63
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	56
14	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	69
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
17	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	71
18	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	61
19	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	57
20	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	61
21	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	67

22	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	66
23	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	65
24	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	52
25	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
26	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	68
27	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	52
28	5	5	4	3	4	3	3	5	5	3	4	4	3	5	5	61
29	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	52
30	5	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	56
31	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	66
32	2	5	2	2	2	3	3	5	4	3	3	3	3	4	2	46
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	4	5	3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	64
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60
37	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5	55
38	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	72
39	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	3	53
40	4	4	3	2	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	51
41	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	50
42	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	49
43	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	59
44	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	66
45	3	3	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	62
46	5	4	5	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	5	5	59
47	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	69
48	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	68
49	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	67
50	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	68
51	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	53



52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
53	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	58
54	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	58
55	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	63
56	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	70
57	3	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	3	3	59
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
59	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72
60	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	65
61	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	55
62	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	5	60
63	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	54
65	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	63
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
67	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	67
68	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	73
69	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
70	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
71	5	5	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	61
72	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
73	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	70
74	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	68
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	71
77	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	64
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
79	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	67
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	58
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
83	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
84	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	58
86	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	60
87	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	63
88	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	60
89	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	55
90	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
91	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	55
92	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	69
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	64
94	4	1	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	57
95	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	69
96	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	50
97	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	3	4	60
98	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	56
99	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5	2	3	55
100	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	62

### Jawaban Responden Terhadap Reputasi Perusahaan (Y)

No. Responden	Reputasi Perusahaan (Y)																				TOTAL Y
	Emotional Appeal			Products and Services				Vision and Leadership			Workplace Environment			Social and Environmental Responsibility			Financial Performance				
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	
1	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	73
2	4	5	3	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	81
3	3	3	4	4	3	3	2	3	5	3	3	5	3	3	4	4	3	5	3	5	71
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	80
5	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	64
6	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	89
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	81
8	4	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	76
9	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
11	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	80
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
13	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	3	65
14	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	87
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	79
17	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	88
18	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	76
19	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	81
20	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	2	5	5	90
21	5	5	3	3	3	3	4	5	5	4	5	5	3	5	2	3	3	1	1	4	72
22	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1	2	5	85
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81

24	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	71
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	78
26	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
27	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	71
28	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	87
29	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	66
30	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	74
31	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	87
32	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
34	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3	3	4	5	3	4	5	80
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
37	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	70
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
39	4	5	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	70
40	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	67
41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	78
42	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
43	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	80
44	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	82
45	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	75
46	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	77
47	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	5	1	4	5	80
48	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	92
49	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	82
50	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	89
51	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	71
52	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
53	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85

54	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	3	4	80
55	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	88
56	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	92
57	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	78
58	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
59	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	93
60	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	90
61	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	79
62	4	4	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	84
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	79
64	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	66
65	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5	83
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	78
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
68	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
70	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	77
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	77
73	5	5	5	3	4	5	4	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	5	5	5	76
74	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	86
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
77	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	85
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
79	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	91
80	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	73
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
82	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	76
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80

84	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	
85	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	80
86	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	77	
87	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	90	
88	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	75
89	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	73
90	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
91	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	75
92	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	92
93	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	84
94	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	82
95	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	88
96	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	65
97	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	5	3	4	3	3	4	4	76
98	3	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	75
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	75
100	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	87

### Jawaban Responden Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Z)

No. Responden	Minat Melamar Pekerjaan (Z)															TOTAL Z
	General Attractiveness					Intentions to Pursue					Prestige					
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11	Z.12	Z.13	Z.14	Z.15	
1	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	61
2	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	64
3	5	5	3	4	2	5	1	5	3	3	5	5	4	4	5	59
4	5	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57
5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	5	5	3	5	59
6	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	66
7	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	59
8	5	2	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	62
9	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	56
10	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
11	5	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
12	4	1	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
13	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	52
14	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
16	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57
17	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
18	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	51
19	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	63
20	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
21	3	5	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	62
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75

23	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	56
25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	73
27	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	48
28	5	1	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	69
29	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	50
30	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	58
31	4	2	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	67
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
35	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	52
36	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	59
37	5	2	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	62
38	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
39	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	55
40	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	55
41	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
42	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59
44	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	71
45	4	2	5	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	54
46	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	68
47	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	71
48	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
49	5	1	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	62
50	5	3	5	3	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	66



51	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	54
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
53	5	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	57
54	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	64
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
56	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	65
57	4	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	3	61
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	73
59	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	70
60	5	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	62
61	4	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
62	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	63
63	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
64	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	48
65	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	3	5	68
66	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	54
67	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	59
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
69	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
70	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	59
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	62
72	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
73	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	58
74	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	65
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
77	5	1	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	65
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61

79	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	71
80	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	54
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
82	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	57
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
84	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	61
85	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	55
86	3	2	4	5	3	4	3	4	4	4	3	2	2	1	4	48
87	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
88	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
89	5	3	5	4	4	3	3	3	5	3	5	4	4	5	5	61
90	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
91	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	5	3	5	3	4	57
92	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	70
93	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	59
94	4	2	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	3	4	4	57
95	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
96	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	54
97	4	3	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	61
98	3	2	4	4	5	5	3	5	4	3	4	4	3	4	5	58
99	4	2	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	58
100	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	66

### Lampiran 3 : Data Karakteristik Responden

No. Responden	Usia	Jenis Kelamin	Bulan & Tahun Kelulusan	Asal Universitas
1	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
2	21	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
3	23	Perempuan	Juli 2022	Universitas Hasanuddin
4	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Negeri Makassar
5	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
6	22	Perempuan	November 2022	Universitas Hasanuddin
7	21	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
8	23	Laki-Laki	November 2022	Universitas Hasanuddin
9	23	Laki-Laki	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
10	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
11	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
12	23	Perempuan	September 2022	Universitas Negeri Makassar
13	23	Perempuan	Januari 2023	ITB Nobel Indonesia
14	23	Perempuan	September 2022	Universitas Negeri Makassar
15	22	Laki-Laki	November 2022	Universitas Hasanuddin
16	23	Perempuan	Oktober 2022	Politeknik Negeri Samarinda
17	24	Laki-Laki	Mei 2022	Universitas Muslim Indonesia
18	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Fajar Makassar
19	22	Laki-Laki	September 2022	Universitas Hasanuddin
20	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
21	22	Laki-Laki	Desember 2022	Universitas Negeri Makassar
22	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Negeri Makassar
23	22	Laki-Laki	Mei 2022	Universitas Muslim Indonesia
24	23	Perempuan	Juli 2022	Universitas Hasanuddin
25	22	Perempuan	Januari 2023	Universitas Negeri Surabaya
26	22	Perempuan	November 2022	Universitas Hasanuddin
27	22	Perempuan	Januari 2023	ITB Nobel Indonesia
28	23	Perempuan	November 2022	Universitas Hasanuddin
29	22	Perempuan	Januari 2023	Universitas Negeri Makassar
30	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
31	23	Laki-Laki	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
32	22	Perempuan	Oktober 2022	Politeknik Pariwisata Makassar
33	21	Perempuan	November 2022	Universitas Hasanuddin
34	22	Perempuan	September 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
35	23	Perempuan	April 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
36	24	Laki-Laki	Mei 2022	Universitas Hasanuddin
37	22	Perempuan	September 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
38	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
39	22	Laki-Laki	Maret 2022	Universitas Muslim Indonesia
40	22	Perempuan	September 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
41	21	Perempuan	April 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
42	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
43	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
44	22	Perempuan	April 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
45	25	Perempuan	September 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
46	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
47	23	Laki-Laki	April 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
48	22	Laki-Laki	Juni 2022	STIEM Bongaya Makassar
49	23	Perempuan	September 2022	Universitas Hasanuddin

50	22	Laki-Laki	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
51	22	Laki-Laki	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
52	22	Perempuan	April 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
53	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
54	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
55	24	Perempuan	Februari 2023	Universitas Hasanuddin
56	24	Laki-Laki	Juli 2022	Universitas Hasanuddin
57	22	Perempuan	Februari 2023	Universitas Negeri Makassar
58	22	Laki-Laki	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
59	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
60	22	Perempuan	September 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
61	23	Perempuan	Juni 2022	Universitas Hasanuddin
62	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
63	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Bosowa
64	25	Perempuan	Maret 2022	Universitas Hasanuddin
65	24	Perempuan	November 2022	Universitas Hasanuddin
66	24	Perempuan	April 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
67	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
68	24	Laki-Laki	Mei 2022	Universitas Hasanuddin
69	24	Perempuan	Maret 2022	Universitas Hasanuddin
70	24	Perempuan	September 2022	Universitas Negeri Makassar
71	24	Perempuan	Mei 2022	Universitas Hasanuddin
72	23	Perempuan	September 2022	Universitas Hasanuddin
73	22	Laki-Laki	September 2022	Universitas Hasanuddin
74	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
75	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
76	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Muslim Indonesia
77	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Muslim Indonesia
78	23	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
79	22	Perempuan	Februari 2023	Universitas Hasanuddin
80	22	Perempuan	Juni 2022	Universitas Negeri Makassar
81	23	Perempuan	September 2022	Universitas Hasanuddin
82	23	Perempuan	Desember 2022	STIEM Bongaya Makassar
83	23	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Negeri Makassar
84	22	Perempuan	Februari 2023	Universitas Hasanuddin
85	23	Perempuan	Juli 2022	Universitas Muhammadiyah Makassar
86	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
87	22	Perempuan	Desember 2022	STIEM Bongaya Makassar
88	22	Perempuan	Juli 2022	Universitas Hasanuddin
89	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
90	22	Perempuan	Februari 2023	Universitas Hasanuddin
91	23	Laki-Laki	November 2022	Universitas Hasanuddin
92	22	Perempuan	Mei 2022	Universitas Hasanuddin
93	22	Perempuan	Desember 2022	Universitas Hasanuddin
94	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Muhammadiyah Makassar
95	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Muhammadiyah Makassar
96	23	Perempuan	September 2022	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
97	23	Laki-Laki	Juli 2022	Universitas Hasanuddin
98	22	Perempuan	Oktober 2022	Universitas Bosowa
99	22	Perempuan	Februari 2023	Universitas Hasanuddin
100	22	Perempuan	Juli 2022	Universitas Hasanuddin

## Lampiran 4 : Hasil Uji Deskriptif Variabel

### X.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	RAGU-RAGU	15	15.0	15.0	17.0
	SETUJU	52	52.0	52.0	69.0
	SANGAT SETUJU	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	2.0
	RAGU-RAGU	11	11.0	11.0	13.0
	SETUJU	49	49.0	49.0	62.0
	SANGAT SETUJU	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	14	14.0	14.0	15.0
	SETUJU	58	58.0	58.0	73.0
	SANGAT SETUJU	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	RAGU-RAGU	27	27.0	27.0	30.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	81.0
	SANGAT SETUJU	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	2.0
	RAGU-RAGU	34	34.0	34.0	36.0
	SETUJU	49	49.0	49.0	85.0
	SANGAT SETUJU	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	32	32.0	32.0	33.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	84.0
	SANGAT SETUJU	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	RAGU-RAGU	28	28.0	28.0	30.0
	SETUJU	53	53.0	53.0	83.0
	SANGAT SETUJU	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	7	7.0	7.0	7.0
	SETUJU	52	52.0	52.0	59.0
	SANGAT SETUJU	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	7	7.0	7.0	7.0
	SETUJU	50	50.0	50.0	57.0
	SANGAT SETUJU	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	13	13.0	13.0	13.0
	SETUJU	55	55.0	55.0	68.0
	SANGAT SETUJU	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	14	14.0	14.0	14.0
	SETUJU	57	57.0	57.0	71.0
	SANGAT SETUJU	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	18.0
	SETUJU	56	56.0	56.0	74.0
	SANGAT SETUJU	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	18.0
	SETUJU	53	53.0	53.0	71.0
	SANGAT SETUJU	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	10	10.0	10.0	11.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	62.0
	SANGAT SETUJU	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	RAGU-RAGU	25	25.0	25.0	27.0
	SETUJU	39	39.0	39.0	66.0
	SANGAT SETUJU	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	15	15.0	15.0	15.0
	SETUJU	55	55.0	55.0	70.0
	SANGAT SETUJU	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	12	12.0	12.0	12.0
	SETUJU	52	52.0	52.0	64.0
	SANGAT SETUJU	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	17.0
	SETUJU	55	55.0	55.0	72.0
	SANGAT SETUJU	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	12	12.0	12.0	12.0
	SETUJU	66	66.0	66.0	78.0
	SANGAT SETUJU	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	16	16.0	16.0	17.0
	SETUJU	62	62.0	62.0	79.0
	SANGAT SETUJU	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	14	14.0	14.0	15.0
	SETUJU	58	58.0	58.0	73.0
	SANGAT SETUJU	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	RAGU-RAGU	22	22.0	22.0	24.0
	SETUJU	58	58.0	58.0	82.0
	SANGAT SETUJU	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	24	24.0	24.0	25.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	76.0
	SANGAT SETUJU	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	19	19.0	19.0	19.0
	SETUJU	52	52.0	52.0	71.0
	SANGAT SETUJU	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	RAGU-RAGU	20	20.0	20.0	22.0
	SETUJU	58	58.0	58.0	80.0
	SANGAT SETUJU	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	22	22.0	22.0	23.0
	SETUJU	57	57.0	57.0	80.0
	SANGAT SETUJU	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	8	8.0	8.0	8.0
	SETUJU	58	58.0	58.0	66.0
	SANGAT SETUJU	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	23	23.0	23.0	24.0
	SETUJU	57	57.0	57.0	81.0
	SANGAT SETUJU	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	17.0
	SETUJU	66	66.0	66.0	83.0
	SANGAT SETUJU	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	16	16.0	16.0	17.0
	SETUJU	71	71.0	71.0	88.0
	SANGAT SETUJU	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	16	16.0	16.0	16.0
	SETUJU	65	65.0	65.0	81.0
	SANGAT SETUJU	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	30	30.0	30.0	31.0
	SETUJU	49	49.0	49.0	80.0
	SANGAT SETUJU	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	8.0
	RAGU-RAGU	35	35.0	35.0	43.0
	SETUJU	42	42.0	42.0	85.0
	SANGAT SETUJU	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	3.0
	RAGU-RAGU	33	33.0	33.0	36.0
	SETUJU	49	49.0	49.0	85.0
	SANGAT SETUJU	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	17.0
	SETUJU	55	55.0	55.0	72.0
	SANGAT SETUJU	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	14	14.0	14.0	14.0
	SETUJU	48	48.0	48.0	62.0
	SANGAT SETUJU	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	15	15.0	15.0	15.0
	TIDAK SETUJU	30	30.0	30.0	45.0
	RAGU-RAGU	22	22.0	22.0	67.0
	SETUJU	18	18.0	18.0	85.0
	SANGAT SETUJU	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	17.0
	SETUJU	52	52.0	52.0	69.0
	SANGAT SETUJU	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	17.0
	SETUJU	53	53.0	53.0	70.0
	SANGAT SETUJU	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	23	23.0	23.0	24.0
	SETUJU	47	47.0	47.0	71.0
	SANGAT SETUJU	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	11	11.0	11.0	11.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	62.0
	SANGAT SETUJU	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	3.0
	RAGU-RAGU	29	29.0	29.0	32.0
	SETUJU	43	43.0	43.0	75.0
	SANGAT SETUJU	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	8	8.0	8.0	8.0
	SETUJU	53	53.0	53.0	61.0
	SANGAT SETUJU	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	14	14.0	14.0	15.0
	SETUJU	50	50.0	50.0	65.0
	SANGAT SETUJU	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	17	17.0	17.0	18.0
	SETUJU	49	49.0	49.0	67.0
	SANGAT SETUJU	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	11	11.0	11.0	11.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	62.0
	SANGAT SETUJU	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	8	8.0	8.0	9.0
	SETUJU	54	54.0	54.0	63.0
	SANGAT SETUJU	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	7	7.0	7.0	8.0
	SETUJU	60	60.0	60.0	68.0
	SANGAT SETUJU	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	RAGU-RAGU	15	15.0	15.0	16.0
	SETUJU	51	51.0	51.0	67.0
	SANGAT SETUJU	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Z.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAGU-RAGU	5	5.0	5.0	5.0
	SETUJU	48	48.0	48.0	53.0
	SANGAT SETUJU	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### o Employer Branding

		Correlations															TOTALX
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	
X.1	Pearson Correlation	1	.408**	.577**	.436**	.366**	.378**	.403**	.250*	.355**	.316**	.285**	.428**	.370**	.449**	.395**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.000	.001	.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.408**	1	.431**	.408**	.411**	.302**	.395**	.187	.219*	.284**	.305**	.377**	.299**	.143	.176	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.063	.029	.004	.002	.000	.003	.155	.079	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.577**	.431**	1	.536**	.476**	.411**	.417**	.232*	.299**	.256*	.269**	.426**	.386**	.340**	.452**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.020	.003	.010	.007	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.436**	.408**	.536**	1	.670**	.545**	.542**	.304**	.396**	.595**	.421**	.489**	.447**	.370**	.404**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.366**	.411**	.476**	.670**	1	.509**	.457**	.180	.321**	.343**	.242*	.365**	.331**	.262**	.264**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.073	.001	.000	.015	.000	.001	.008	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.6	Pearson Correlation	.378**	.302**	.411**	.545**	.509**	1	.609**	.311**	.294**	.343**	.352**	.488**	.487**	.164	.261**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.002	.003	.000	.000	.000	.000	.104	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.7	Pearson Correlation	.403**	.395**	.417**	.542**	.457**	.609**	1	.212*	.148	.368**	.335**	.433**	.351**	.186	.253*	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.035	.143	.000	.001	.000	.000	.064	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.8	Pearson Correlation	.250*	.187	.232*	.304**	.180	.311**	.212*	1	.647**	.452**	.309**	.209**	.298**	.373**	.412**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.012	.063	.020	.002	.073	.002	.035		.000	.000	.002	.037	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.9	Pearson Correlation	.355**	.219*	.299**	.396**	.321**	.294**	.148	.647**	1	.464**	.402**	.349**	.408**	.480**	.446**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.003	.000	.001	.003	.143	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.10	Pearson Correlation	.316**	.284**	.256*	.595**	.343**	.343**	.368**	.452**	.464**	1	.539**	.471**	.535**	.440**	.458**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.11	Pearson Correlation	.285**	.305**	.269**	.421**	.242*	.352**	.335**	.309**	.402**	.539**	1	.596**	.548**	.095	.254*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.007	.000	.015	.000	.001	.002	.000	.000		.000	.000	.345	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.12	Pearson Correlation	.428**	.377**	.426**	.489**	.365**	.488**	.433**	.209**	.349**	.471**	.596**	1	.635**	.287**	.371**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.13	Pearson Correlation	.370**	.299**	.386**	.447**	.331**	.487**	.351**	.298**	.408**	.535**	.548**	.635**	1	.306**	.289**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.002	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.14	Pearson Correlation	.449**	.143	.340**	.370**	.262**	.164	.186	.373**	.480**	.440**	.095	.287**	.306**	1	.595**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.000	.155	.001	.000	.008	.104	.064	.000	.000	.000	.345	.004	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.15	Pearson Correlation	.395**	.176	.452**	.404**	.264**	.261**	.253*	.412**	.446**	.458**	.254*	.371**	.289**	.595**	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.079	.000	.000	.008	.009	.011	.000	.000	.000	.011	.000	.004	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTALX	Pearson Correlation	.666**	.559**	.677**	.785**	.649**	.668**	.636**	.538**	.627**	.700**	.604**	.713**	.685**	.565**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.900

15





o Minat Melamar Pekerjaan

		Correlations															TOTALZ
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11	Z.12	Z.13	Z.14	Z.15	
Z.1	Pearson Correlation	1	.739**	.540**	.280**	.348**	.470**	.427**	.303**	.457**	.279**	.398**	.389**	.405**	.341**	.296**	.351**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.000	.000	.000	.002	.000	.005	.000	.000	.000	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.2	Pearson Correlation	.739**	1	.636**	.230**	.368**	.404**	.378**	.309**	.417**	.266**	.340**	.201**	.329**	.343**	.340**	.346**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.021	.000	.000	.000	.002	.000	.007	.001	.045	.001	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.3	Pearson Correlation	.540**	.636**	1	.523**	.441**	.406**	.415**	.319**	.417**	.250**	.255**	.207**	.440**	.363**	.421**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.012	.010	.039	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.4	Pearson Correlation	.280**	.230**	.523**	1	.427**	.550**	.526**	.295**	.355**	.237**	.370**	.246**	.247**	.299**	.576**	.521**
	Sig. (2-tailed)	.005	.021	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.018	.000	.013	.013	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.5	Pearson Correlation	.348**	.368**	.441**	.427**	1	.606**	.505**	.348**	.426**	.274**	.349**	.164	.421**	.349**	.505**	.527**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.006	.000	.103	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.6	Pearson Correlation	.470**	.404**	.406**	.550**	.606**	1	.590**	.256**	.373**	.206**	.389**	.182	.373**	.337**	.555**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.010	.000	.040	.000	.070	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.7	Pearson Correlation	.427**	.378**	.415**	.526**	.505**	.590**	1	.440**	.398**	.413**	.551**	.198	.355**	.523**	.530**	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.049	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.8	Pearson Correlation	.303**	.309**	.319**	.295**	.348**	.256**	.440**	1	.692**	.560**	.572**	.363**	.388**	.452**	.441**	.401**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001	.003	.000	.010	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.9	Pearson Correlation	.457**	.417**	.417**	.355**	.426**	.373**	.398**	.692**	1	.515**	.504**	.305**	.315**	.450**	.482**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.10	Pearson Correlation	.279**	.266**	.250**	.237**	.274**	.206**	.413**	.560**	.515**	1	.488**	.366**	.273**	.521**	.354**	.443**
	Sig. (2-tailed)	.005	.007	.012	.018	.006	.040	.000	.000	.000		.000	.000	.006	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.11	Pearson Correlation	.398**	.340**	.255**	.370**	.349**	.389**	.551**	.572**	.504**	.488**	1	.399**	.541**	.557**	.466**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.12	Pearson Correlation	.389**	.201**	.207**	.246**	.164	.182	.198**	.363**	.305**	.366**	.399**	1	.413**	.347**	.286**	.320**
	Sig. (2-tailed)	.000	.045	.039	.013	.103	.070	.049	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.13	Pearson Correlation	.405**	.329**	.440**	.247**	.421**	.373**	.355**	.388**	.315**	.273**	.541**	.413**	1	.406**	.464**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.013	.000	.000	.000	.000	.001	.006	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.14	Pearson Correlation	.341**	.343**	.363**	.299**	.349**	.337**	.523**	.452**	.450**	.521**	.557**	.347**	.406**	1	.518**	.464**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.15	Pearson Correlation	.296**	.340**	.421**	.576**	.505**	.555**	.530**	.441**	.482**	.354**	.466**	.286**	.464**	.518**	1	.607**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTALZ	Pearson Correlation	.351**	.346**	.478**	.521**	.527**	.452**	.473**	.401**	.511**	.443**	.578**	.320**	.506**	.464**	.607**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	20

## Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

### o Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.53857627
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.083
	Positive	.042
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### o Uji Heteroskedastisitas

#### Correlations

			Employer Branding	Reputasi Perusahaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Employer Branding	Correlation Coefficient	1.000	.739**	.016
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.873
		N	100	100	100
	Reputasi Perusahaan	Correlation Coefficient	.739**	1.000	.011
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.916
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.016	.011	1.000
		Sig. (2-tailed)	.873	.916	.
		N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

o Uji Linearitas

**Case Processing Summary**

	Included		Cases Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Reputasi Perusahaan * Employer Branding	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Reputasi Perusahaan * Minat Melamar Pekerjaan	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reputasi Perusahaan * Employer Branding	Between Groups	(Combined)	4760.979	27	176.333	5.318	.000
		Linearity	4111.203	1	4111.203	124.001	.000
		Deviation from Linearity	649.776	26	24.991	.754	.788
	Within Groups		2387.131	72	33.155		
Total			7148.110	99			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reputasi Perusahaan * Minat Melamar Pekerjaan	Between Groups	(Combined)	4654.722	26	179.028	5.241	.000
		Linearity	3856.137	1	3856.137	112.898	.000
		Deviation from Linearity	798.585	25	31.943	.935	.559
	Within Groups		2493.388	73	34.156		
Total			7148.110	99			

## Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.960	5.084		4.319	.000
	Employer Branding	.950	.082	.758	11.518	.000

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.577	4.598		2.735	.007
	Reputasi Perusahaan	.611	.057	.734	10.714	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.380	5.044		4.239	.000
	Employer Branding	.656	.082	.629	8.016	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.318	4.765		2.165	.033
	Employer Branding	.177	.109	.170	1.632	.106
	Reputasi Perusahaan	.504	.087	.605	5.805	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

### Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.575	.571	5.567

a. Predictors: (Constant), Employer Branding

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.535	4.822

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 <sup>a</sup>	.396	.390	5.522

a. Predictors: (Constant), Employer Branding

### Lampiran 9 : Hasil Uji Sobel

	Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
<i>a</i>	0.950	Sobel test:	5.18143401	0.09240685	2.2e-7
<i>b</i>	0.504	Aroian test:	5.16606161	0.09268182	2.4e-7
<i>s<sub>a</sub></i>	0.082	Goodman test:	5.19694447	0.09213106	2e-7
<i>s<sub>b</sub></i>	0.087	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>		