

## ABSTRAK

**Patta Nur Yuyung. 2026. Pengaruh *Employer Branding* dan *E-Recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Generasi Z Angkatan 2022 Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Syarifuddin Sulaiman dan Andi Risfan Rizaldi.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *employer branding* dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z Angkatan 2022 Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif sebanyak 198 responden dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS serta uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* dan *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji parsial dimana *employer branding* memiliki nilai t sebesar 6,930 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sedangkan *e-recruitment* memiliki nilai t sebesar 8,501 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik citra perusahaan dan sistem rekrutmen berbasis digital, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk melamar pekerjaan.

**Kata Kunci:** *Employer Branding*, *E-Recruitment*, Minat Melamar Kerja Generasi Z

