

ABSTRAK

CICI CAHYATI, NIM. 3402200145. “PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *CORPORATE REPUTATION* TERHADAP *INTENTION OF GEN Z TO APPLY FOR A JOB* DI PT KAI DAN PT GARUDA INDONESIA (Suatu Studi pada Mahasiswa Semester Tujuh Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh)”. Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, M.M (Pembimbing I) dan Marlina Nur Lestari, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Employer Branding* dan *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to Apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia (Suatu Studi Pada Mahasiswa Semester Tujuh Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *Employe branding* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia pada mahasiswa semester tujuh Fakultas Ekonomi Universitas Galuh? 2) Bagaimana pengaruh *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia pada mahasiswa semester tujuh Fakultas Ekonomi Universitas Galuh? 3) Bagaimana pengaruh *Employe branding* dan *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia pada mahasiswa semester tujuh Fakultas Ekonomi Universitas Galuh? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh *employe branding* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia pada mahasiswa semester tujuh Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. 2) Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia pada mahasiswa semester tujuh Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. 3) Pengaruh *employe branding* dan *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia pada mahasiswa semester tujuh Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1) Pengaruh *Employer Branding* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia berpengaruh positif dan signifikan 2) Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia berpengaruh positif dan signifikan 3) Pengaruh *Employer Branding* dan *Corporate Reputation* terhadap *Intention of Gen Z to apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Adapun saran yang diajukan adalah diharapkan agar PT KAI dan PT Garuda Indonesia mampu menerapkan *Employer Branding* dan *Corporate Reputation* dengan baik sehingga akan meningkatkan *intention of gen Z to Apply for a Job* di PT KAI dan PT Garuda Indonesia.

Kata kunci: *Employer Branding, Corporate Reputation dan Intention of Gen Z to apply for a Job.*