PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Skripsi

disajikan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

oleh

M. Luthfan Latansa

1511413086

JURUSAN PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi dengan judul **"Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang"** ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 29 Juli 2020

M. Luthfan Latansa
1511413086

ii

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang"** di Universitas Negeri Semarang telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh derajat Sarjana S1 Psikologi pada tanggal 29 Juli 2020.

Panitia Ujian Skripsi:

Dr. Sungkowo Edy Mulyono, S. Pd., M.Si
NIP. 196807042005011001

Sekretaris

Amri Hana Muhammad, S.Psi., M.A
NIP. 197810072005011003

Penguji I

Drs. Sugeng Hariyadi, S.Psi., M.Si
NIP. 195701198501001

Penguji II

Rahmawati Prihastuty, S.Psi., M.Si
NIP. 197905022008012018

Penguji III / Pembimbing

Abdul Azis, S.Psi., M.Psi
NIP. 198204232014041001

MOTO DAN PERUNTUKAN

Moto:

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum
hingga mereka mengubah diri mereka sendiri ."

(QS. Ar-Ra'd ayat 11).

"Allah tidak membebani seseorang itu
melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah ayat 286).

Peruntukan:

Karya ini penulis persembahkan untuk Ibu Trisi Indreswari, Bapak Aris Guswandi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan pertolongannya sehingga proposal skripsi yang berjudul **"Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang"** dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan kewajiban penulis sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Edy Purwanto, M. Si., Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang
1. Ibu Rahmawati Prihastuty, S. Psi., M. Si., Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Abdul Azis., S.Psi., M.Psi selaku pembimbing dan penguji yang telah memberikan masukan serta kritikan dalam rangka menyempurnakan proposal skripsi.
3. Bapak / Ibu dosen psikologi lain yang turut membantu.
4. Ibu, Ayah, dan Adik-adik yang telah memberikan segenap doa, perhatian, dan dukungan yang tiada lelahnya kepada penulis.

5. Pak Didit, Pak Aris, Mbak Nisa, Pak Wildan, Mbak Naila dan rekan-rekan penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Kos dan FORPIO yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan studinya.
7. Semua pihak yang turut membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
8. Seluruh responden yang turut membantu berjalannya pelaksanaan penelitian.

Semarang, 29 Juli 2020

M. Luthfan Latansa
1511413086

ABSTRAK

Latansa, M. Luthfan, 2020. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Skripsi. Jurusan Psikologi. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Abdul Azis., S.Psi., M.Psi

Kata Kunci : Reputasi Perusahaan, Minat Melamar Pekerjaan, Mahasiswa

Setelah menempuh pendidikan di perguruan tinggi para mahasiswa berharap bisa mendapatkan pekerjaan yang mereka inginkan. Minat melamar pekerjaan para mahasiswa semakin tinggi untuk bekerja di sebuah perusahaan. Banyaknya lulusan perguruan tinggi merupakan salah satu keuntungan bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Reputasi perusahaan merupakan salah satu aspek yang penting bagi perusahaan untuk mendapatkan calon kandidat sebanyak-banyaknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak 252 subjek, dengan menggunakan teknik sampling *cluster random sampling*. Data penelitian reputasi perusahaan diambil menggunakan skala reputasi perusahaan yang terdiri dari 35 aitem valid, dengan nilai validitas bergerak di 0.000, serta koefisien reliabilitas 0.934. Sedangkan data penelitian minat melamar pekerjaan diambil menggunakan skala minat melamar pekerjaan yang terdiri dari 20 aitem valid, dengan nilai validitas bergerak di 0.000, serta koefisien reliabilitas 0.810. Hasil uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Regresi. Hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($p<0.05$). Sehingga hipotesis yang berbunyi “Ada Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang” diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang dipengaruhi oleh reputasi perusahaan.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ……i

PERNYATAAN …….ii

PENGESAHAN …….iii

MOTO DAN PERUNTUKAN ……..…iv

KATA PENGANTAR ……v

ABSTRAK ……..…..vii

DAFTAR ISI ……viii

DAFTAR TABEL …….xii

DAFTAR GAMBAR ……...….xv

DAFTAR LAMPIRAN ……...xvii

BAB

1. PENDAHULUAN ……..1

1.1 Latar Belakang ……..1

1.2 Rumusan Masalah ……...……10

1.3 Tujuan Penelitian …….10

1.4 Manfaat Penelitian ……...11

2. LANDASAN TEORI ……12

2.1 Minat Melamar Pekerjaan ……...12

2.1.1 Pengertian Minat ……..12

2.1.2 Pengertian Minat Melamar Pekerjaan ……..13

2.1.3 Indikator Minat Melamar Pekerjaan ……14

2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Melamar Pekerjaan ……...15

2.2 Reputasi Perusahaan ……16

2.2.1 Pengertian Reputasi ……..16

2.2.2 Pengertian Reputasi Perusahaan ……..17

2.2.3 Dimensi Reputasi Perusahaan ……..21

2.3 Kerangka Berpikir ……...23

2.4 Hipotesis Penelitian …….25

3. METODE PENELITIAN ……..26

3.1 Jenis Penelitian ……26

3.2 Desain Penelitian …….26

3.3 Variabel Penelitian ……..27

3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian ……27

3.3.2 Definisi Operasional …….28

3.3.2.1 Minat Melamar Pekerjaan ……28

3.3.2.2 Reputasi Perusahaan ……28

3.3.3 Hubungan Antar Variabel ……29

3.4 Populasi dan Sample Penelitian ……..29

3.4.1 Populasi Penelitian ……...29

3.4.2 Sample Penelitian …….30

3.5 Metode dan Alat Pengumpul Data ……..34

3.5.1 Blueprint Skala Minat Melamar Pekerjaan ……..35

3.5.2 Blueprint Skala Reputasi Perusahaan ……..…36

3.6 Validitas dan Reabilitas Alat Ukur …….38

3.6.1 Validitas ……...39

3.6.1.1 Hasil Uji Validitas Skala Minat Melamar Pekerjaan ……...40

3.6.1.2 Hasil Uji Validitas Skala Reputasi Perusahaan ……..…….40

3.6.2 Hasil Uji Coba Reliabilitas ……...42

3.7 Metode Analisis Data ……..44

3.7.1 Gambaran Minat Melamar Pekerjaan dan Reputasi Perusahaan …….45

3.8 Uji Asumsi ……..46

3.8.1 Uji Normalitas ……..46

3.8.2 Uji Linieritas ……....46

3.8.3 Uji Hipotesis ……46

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ……48

4.1 Persiapan Penelitian ……48

4.1.1 Orientasi Kancah Penelitian ……48

4.1.2 Penentuan Subjek Penelitian ……49

4.1.3 Penyusunan Instrumen Penelitian ……50

4.1.4 Uji Coba Instrumen (Try Out) ……52

4.2 Pelaksanaan Penelitian ……52

4.2.1 Pengumpulan Data ……...52

4.2.2 Pemberian Skoring ……...53

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian ……53

4.4 Hasil Penelitian …….…..53

4.4.1 Analisis Inferensial …….……54

4.4.1.1 Hasil Uji Asumsi ……..……..54

4.4.1.2 Hasil Uji Normalitas ……..…….54

4.4.1.3 Hasil Uji Linieritas ……..……55

4.4.1.4 Hasil Uji Hipotesis ……..…….....56

4.4.2 Analisis Deskriptif ……...57

4.4.2.1 Gambaran Minat Melamar Pekerjaan ……..……..57

4.4.2.1.1 Gambaran Umum Minat Melamar Pekerjaan ……..……..57

4.4.2.1.2 Gambaran Spesifik Minat Melamar Pekerjaan ……..……..59

4.4.2.2 Gambaran Reputasi Perusahaan ……..…..73

4.4.2.2.1 Gambaran Umum Reputasi Perusahaan ……..……73

4.4.2.2.2 Gambaran Spesifik Reputasi Perusahaan ……..……..75

4.5 Pembahasan ……92

4.5.1 Pembahasan Analisis Inferensial ……..92

4.5.2 Pembahasan Analisis Deskriptif …….…..……...94

4.5.2.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Minat Melamar Pekerjaan ……...…….94

4.5.2.2 Pembahasan Analisis Deskriptif Reputasi Perusahaan ……97

4.6 Keterbatasan Penelitian ……..…….99

5. PENUTUP ……...……100

5.1 Simpulan ……...100

5.2 Saran ……..100

DAFTAR PUSTAKA …….……102

LAMPIRAN …….……...108

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Studi Pendahuluan ……..3

Tabel 3.1 Sample Mahasiswa yang digunakan Peneliti ……33

Tabel 3.2 Kriteria dan Nilai Alternatif Jawaban Skala Psikologi …….…35

Tabel 3.3 *Blueprint* Skala Minat Melamar Pekerjaan ……...……36

Tabel 3.4 *Blueprint* Skala Reputasi Perusahaan ……...……36

Tabel 3.5 Rincian Aitem Skala Minat Melamar Pekerjaan ……...……40

Tabel 3.6 Rincian Aitem Skala Reputasi Perusahaan ……...……40

Tabel 3.7 Interpretasi Reliabilitas …….…43

Tabel 3.8 Reliabilitas Skala Minat Melamar Pekerjaan ……44

Tabel 3.9 Reliabilitas Skala Reputasi Perusahaan ……44

Tabel 3.10 Penggolongan Kriteria Analisis Berdasarkan Mean Teoritis …..……45

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas ……....……54

Tabel 4.2 Hasil Uji Linieritas ……..…..…55

Tabel 4.3 Hasil Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap
Minat Melamar Pekerjaan……..…….….…56

Tabel 4.4 Hasil Analisis Besarnya Pengaruh Reputasi Perusahaan
terhadap Minat Melamar Pekerjaan ……..……..56

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Minat Melamar Pekerjaan ……..……58

Tabel 4.6 Gambaran Umum Minat Melamar Kerja ……..…58

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan
Kebutuhan akan Pekerjaan …….60

Tabel 4.8 Minat Melamar Kerja berdasarkan Kebutuhan akan Pekerjaan ……61

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Pencarian
Informasi Pekerjaan ……...……62

Tabel 4.10 Minat Melamar Kerja berdasarkan Pencarian Informasi Pekerjaan ……...…63

Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan ……65

Tabel 4.12 Minat Melamar Kerja berdasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan …...66

Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Pembuatan Keputusan …….……68

Tabel 4.14 Minat Melamar Kerja berdasarkan Pembuatan Keputusan ….……69

Tabel 4.15 Ringkasan Deskriptif Gambaran Spesifik Minat Melamar Kerja …….……71

Tabel 4.16 Perbandingan *Mean* Empiris tiap Indikator Minat Melamar Kerja …….....72

Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan ……74

Tabel 4.18 Gambaran Umum Reputasi Perusahaan ……..……74

Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Ketertarikan Emosi ……..……76

Tabel 4.20 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Ketertarikan Emosi ……..…77

Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Produk dan Jasa ……78

Tabel 4.22 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Produk dan Jasa ……...…79

Tabel 4.23 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Visi dan Kepemimpinan ……..…81

Tabel 4.24 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Visi dan Kepemimipinan ……...……81

Tabel 4.25 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Lingkungan Kerja ……83

Tabel 4.26 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Lingkungan Kerja ……84

Tabel 4.27 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Kinerja Keuangan ……..……..…85

Tabel 4.28 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Kinerja Keuangan …….……86

Tabel 4.29 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Tanggungjawab Sosial ……87

Tabel 4.30 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Tanggungjawab Sosial ……88

Tabel 4.31 Ringkasan Deskriptif Gambaran Spesifik Reputasi Perusahaan ……90

Tabel 4.32 Perbandingan *Mean* Empiris tiap Dimensi Reputasi Perusahaan …...91

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Fombrun *Reputation Quotien* ……..……21

Gambar 3.1 Bagan Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja ……29

Gambar 3.2 Proses Pemilihan Sample ……32

Gambar 4.1 Diagram Gambaran Umum Minat Melamar Kerja …….…59

Gambar 4.2 Diagram Gambaran Minat Melamar Kerja Berdasarkan Kebutuhan akan Pekerjaan ……..…62

Gambar 4.3 Diagram Gambaran Minat Melamar Pekerjaan Berdasarkan Pencarian Informasi Pekerjaan ……...…64

Gambar 4.4 Diagram Gambaran Minat Melamar Pekerjaan Berdasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan ……..…67

Gambar 4.5 Diagram Gambaran Minat Melamar Pekerjaan Berdasarkan Pembuatan Keputusan …….……70

Gambar 4.6 Diagram Gambaran Deskriptif Spesifik Minat Melamar Pekerjaan ……..…71

Gambar 4.7 Diagram Perbandingan Mean Empiris tiap Indikator Minat Melamar Pekerjaan ……...73

Gambar 4.8 Diagram Gambaran Umum Reputasi Perusahaan ……...75

Gambar 4.9 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan Berdasarkan Ketertarikan Emosi …….....78

Gambar 4.10 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan Berdasarkan Produk dan Jasa ……80

Gambar 4.11 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan Berdasarkan Visi dan Kepemimpinan ……...82

Gambar 4.12 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan Berdasarkan Lingkungan Kerja …….85

Gambar 4.13 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan Berdasarkan Kinerja Keuangan ……87

Gambar 4.14 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan Berdasarkan Tanggungjawab Sosial …….....89

Gambar 4.15 Diagram Gambaran Spesifik Reputasi Perusahaan …….....90

Gambar 4.16 Diagram Gambaran Mean Empiris tiap Dimensi Reputasi Perusahaan …….92

LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Instrumen Penelitian ……..109

Lampiran 2 Tabulasi dan Data Skor Data Penelitian …….…..…110

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas …….129

Lampiran 4 Uji Asumsi dan Hipotesis …….…….140

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya manusia (SDM) sangat penting bagi organisasi maupun perusahaan karena mereka yang dapat menggerakkan sumber daya lainnya. Manusia sebagai komponen utama selalu berperan aktif dan dominan dalam kegiatan organisasi maupun perusahaan. Mereka merupakan perencana, pelaksana, dan pengendali yang berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Tanpa adanya sumber daya manusia maka kegiatan-kegiatan perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik. Sumber daya manusia menjadi keunggulan daya saing utama dan faktor pertumbuhan dari suatu perusahaan. Maka dari itu, sumber daya manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja tim, karena tim merupakan unit dasar dari hampir semua perusahaan.

Salah satu sumber untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas adalah di dunia pendidikan, bisa dari lulusan SMA/SMK ataupun perguruan tinggi. Salah satu tujuan menempuh pendidikan yang lebih tinggi adalah supaya bisa mendapatkan kesempatan bekerja lebih baik. Salah satu sumber perusahaan mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas adalah dari lulusan perguruan tinggi. Universitas Negeri Semarang adalah salah satu universitas yang berada di Semarang. Universitas Negeri Semarang (UNNES) adalah perguruan tinggi negeri yang diselenggarakan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti) Republik Indonesia untuk melaksanakan pendidikan akademik dan profesional dalam sejumlah disiplin ilmu, teknologi,

olahraga, seni, dan budaya. Universitas Negeri Semarang adalah salah satu perguruan tinggi negeri di Semarang yang memiliki berbagai macam fakultas dan jurusan yang siap bersaing di dunia kerja. Setiap tahunnya, UNNES melakukan empat sampai lima kali upacara wisuda universitas. Dalam satu kali upacara wisuda UNNES melulusan kurang lebih 1500 wisudawan baik jenjang diploma, strata satu hingga pascasarjana. Setelah lulus dari pendidikan mereka berharap bisa mendapat pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Ada yang melamar ke perusahaan, instansi pemerintah dan lail-lain. Semakin banyak lulusan dari perguruan tinggi membuat persaingan menjadi lebih ketat dan meningkatkan keinginan mereka untuk bekerja di suatu tempat. Banyaknya pilihan tempat kerja membuat pelamar kerja semakin berminat untuk bekerja di tempat tersebut.

Peneliti melakukan observasi yang dilakukan pada tanggal 2 Maret 2020 pada Jobfair ECC UGM menunjukkan bahwa perusahaan berusaha menunjukkan kelebihannya masing-masing, baik dari segi produk dan jasa yang dihasilkan maupun benefit dan fasilitas yang diberikan kepada calon karyawan agar banyak calon karyawan yang melamar. Akan tetapi tidak semua menunjukkan hal tersebut, beberapa perusahaan hanya menjelaskan inti dari perusahaan mereka dan kurang menarik perhatian pelamar kerja. Dalam *booth* masing-masing perusahaan terdapat perwakilan dari perusahaan, atribut yang digunakan dan daftar lowongan pekerjaan yang dibutuhkan. Dari yang terlihat pada Jobfair ECC UGM tersebut hanya terdapat beberapa daya tarik perusahaan yang dicari oleh pelamar kerja, yaitu produk dan jasa yang dihasilkan, lokasi perusahaan dan benefit yang didapatkan walaupun tidak dilengkapi penjelasannya. Hal ini menyebabkan banyaknya pelamar bertanya

mengenai benefit yang akan didapatkan jika bekerja diperusahaan tersebut. Pelamar bahkan menanyakan hal tersebut juga pada saat wawancara kerja.

Selain itu menurut hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan pada 11 Maret 2020 yang melibatkan 16 orang subjek dari beberapa jurusan di Universitas Negeri Semarang dengan memberikan angket dalam bentuk *google form* menunjukkan bahwa 62,5% subjek ingin bekerja di perusahaan, 31,3% subjek ingin bekerja di instansi pemerintahan dan sisanya tidak masalah bekerja dimana saja. Selain itu semua subjek berusaha untuk mencari informasi lowongan pekerjaan yang mereka inginkan. Berikut adalah hasil studi pendahuluan yang peneliti rangkum :

Tabel 1.1 Data Studi Pendahuluan Aspek-Aspek Yang Dipertimbangkan Pelamar Kerja

No	Aspek	Persentase
1	Gaji	75 %
2	Ranah dan Bidang Perusahaan	75 %
3	Lingkungan Kerja	62,5 %
4	Keuangan	25 %
5	Visi dan Misi	25 %
6	Tanggung Jawab Kepada Masyarakat	50 %
7	Lokasi	75 %

Berdasarkan hasil studi pendahuluan diatas dapat disimpulkan terdapat perbedaan pandangan antara perusahaan dengan pencari kerja. Dari sudut pandang perusahaan untuk memikat pelamar potensial mereka hanya menunjukkan benefit dan keungguan produk dan jasa mereka dibanding pesaing. Aspek lain seperti visi dan misi, lingkungan kerja dan tanggung jawab sosial tidak mereka tunjukkan untuk menarik pelamar potensial. Maka dari itu pelamar kerja akan banyak bertanya

kepada perusahaan mengenai hal-hal lain yang menjadi pertimbangan masing-masing pelamar. Hal ini menyebabkan banyak pelamar yang ragu apakah akan melamar di perusahaan tersebut atau tidak. Sedangkan dari sudut pandang pelamar kerja terdapat lebih banyak aspek yang dipertimbangkan, antara lain lingkungan kerja, visi misi, bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lokasi dari perusahaan tersebut. Mereka akan berusaha mendapatkan informasi tersebut dengan bertanya kepada perusahaan atau mecarinya sendiri, sedangkan batas waktu yang diberikan oleh perusahaan adalah terbatas. Dengan banyaknya aspek-aspek yang dilibatkan oleh perusahaan akan semakin banyak dan yakin pula pelamar kerja yang tertarik bekerja di perusahaan tersebut.

Ketertarikan melamar pekerjaan bagi calon tenaga kerja ini didorong oleh motivasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Motivasi adalah suatu kebutuhan yang mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu, adanya kebutuhan ini menyebabkan orang bertingkah laku tertentu dalam usahanya mencapai suatu tujuan Ardana, dkk. (2009:30). Para calon karyawan juga melakukan sebuah evaluasi individu terhadap informasi-informasi yang didapat dari sumber-sumber rekrutmen. Secara umum terdapat dua jenis sumber rekrutmen yaitu sumber internal serta sumber eksternal (Marwansyah, 2012:111). Persepsi awal perusahaan menarik pelamar kerja juga mempengaruhi efektivitas kegiatan rekrutmen (Barber dan Roehling, 1993 dalam Braddy et al., 2006). Sebagai contoh, persepsi pelamar kerja telah terbukti menjadi prediktor terkuat niat untuk menerima pekerjaan dan keputusan akhir di dalam memilih pilihan pekerjaan yang sesuai menurut mereka (Chapman, 2005 dalam Braddy et al.,

2006), sehingga tindakan strategis yang diambil oleh perusahaan untuk menarik pelamar selama fase awal proses rekrutmen memiliki implikasi penting bagi pengembangan tenaga kerja yang berkualitas tinggi.

Pelamar memiliki beberapa pertimbangan untuk memutuskan melamar pekerjaan pada suatu perusahaan dengan harapan supaya mereka mendapat pekerjaan sesuai jurusan semasa menuntut ilmu di perguruan tinggi. Minat melamar pekerjaan ini biasanya di pengaruhi oleh beberapa hal. Minat merupakan suatu keinginan dari dalam individu atas ketertarikan terhadap sesuatu untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Menurut Barber (1998:160) minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan. Minat ini akan tumbuh dengan diiringi beberapa kriteria menurut selera mereka. Dapat ditarik kesimpulan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi-informasi lowongan pekerjaan yang bisa didapat dari sumber internal maupun eksternal perusahaan, menentukan pilihan kemudian pengambilan suatu keputusan perusahaan mana yang akan dilamar.

Banyaknya pelamar kerja merupakan suatu keuntungan tersendiri bagi sebuah perusahaan. Perusahaan dapat memiliki banyak pilihan sumber daya manusia yang dapat mengembangkan perusahaan mereka sendiri. Akan tetapi

perusahaan memerlukan usaha untuk membuat tempat mereka diminati oleh pelamar kerja. Perusahaan hatus dapat meyakinkan pelamar kerja bahwa perusahaan mereka adalah tempat yang tepat bagi mereka untuk meniti karir. Selain itu persaingan usaha antar perusahaan semakin ketat. Masing-masing perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan. Dalam menjalankan kegiatan perusahaan sehari-hari, perusahaan-perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dalam segala hal. Perusahaan yang menghasilkan produk dan jasa terbaik di mata konsumen, perusahaan tempat berinvestasi dengan resiko yang paling rendah di mata investor, dan yang tidak kalah pentingnya berusaha menjadi tempat terbaik untuk bekerja di mata tenaga kerja.

Dengan banyaknya perusahaan yang ada di Indonesia, tentu saja para pencari kerja berkualitas ini memiliki banyak pilihan dan kebebasan untuk menentukan si perusahaan mana ia akan meniti karirnya. Masing-masing perusahaan bersaing dengan ketat untuk memperlihatkan keunggulannya agar terlihat sebagai tempat terbaik untuk bekerja, sehingga bisa menjasi pililhan yang diperhitungkan dan menarik para tenaga kerja yang berkualitas untuk melamar. Kondisi ini sejalan dengan prinsip ekonomi, dimana tingginya kebutuhan dibarengi dengan rendahnya ketersediaan akan meningkatkan persaingan, begitu pula dalam persaingan dalam mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Menurut Dohm (2000), tingginya kebutuhan perusahaan dibarengi dengan rendahnya ketersediaan SDM berkualitas akan memicu semakin meningkatnya persaingan antar organisasi.

Agar dapat memenagkan persaingan dalam menarik minat pelamar kerja untuk mengajukan lamaran ke perusahaan, sangat penting untuk memperhatikan aspek-aspek organisasi yang menjadi daya tarik bagi pencari kerja untuk mengajukan lamaran agar nantinya perusahaan dapat menyusun strategi komunikasi yang tepat dalam praktek perekrutan tenaga kerja kedepannya.

Dalam ranah indutri apapun, masing-masing perusahaan saling berlomba-lomba dalam menghasilkan produk ataupun jasa yang diminati masyarakat demi mendapatkan keuntungan tertinggi diantara perusahaan lainnya. Tanpa memperhatikan mutu dan kualitas produk maupun jasa yang dihasilkan pada akhirnya tentu akan sangat mempengaruhi pemasukan perusahaan. Persaingan yang semakin ketat setiap harinya memaksa perusahaan untuk dapat bekerja dengan efektif, efisien dan produktif. Persaingan yang terjadi meliputi berbagai bidang, termasuk persaingan untul mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Perusahaan harus bisa bersaing dengan keunggulan yang dimilikinya, dan salah satu faktor keunggulan perusahaan adalah kualitas sumber daya manusianya. Karena sumber daya manusia yang berkualitas itulah yang akan dapat berperan dan hanya merekalah yang dapat memberikan kontribusi positif dengan melakukan perunahan-perubahan yang akan membawa satu perusahaan semakin maju dan mendekat pada tujuan.

Suksesnya sebuah perusahaan sangat ditentukan oleh ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten. Oleh sebab itu sangat penting untuk memilih dan menempatkan seorang karyawan di suatu perusahaan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Menurut salah satu pakar manajemen dunia, Michael Porter, karyawan

yang berbakat merupakan keunggulan kompetisi bagi perusahaan. Perusahaan yang tidak mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk masa depan perusahaan tidak akan siap menghadapi berbagai perubahan, dan kompetisi yang yang semakin kuat dan keras pada masa kini akan terus berlangsung bahkan semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Namun permaslahannya adalah tidaklah mudah untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Kurangnya sumber daya yang berkualitas dapat menjadi faktor penyebab hacurnya suatu perusahaan betapapun besar dan kuatnya modal yang dimiliki sebelumnya.

Menurut Wang et. al (2006), reputasi perusahaan memiliki keunggulan sebagai aset suatu perusahaan dan keunggulan didalam persaingan. Sedangkan menurut Ratnasari (2013), perusahaan yang tidak memiliki reputasi baik akan kesulitan didalam memperoleh tenaga kerja potensial yang tentunya diharapkan perusahaan. Fombrun (1996:112), memaparkan terdapat tiga komponen yang dapat membangun sebuah reputasi perusahaan sebagai tempat yang baik/layak dimata calon karyawan yang meliputi membangun kepercayaan stakeholder, meningkatkan kinerja perusahaan dan menimbulkan perasaan bangga. Menurut penelitian Saini, et al (2015:34) dengan judul *Employer Brand and Job Application Decission: Insights from the Best Employers*, menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dan keakraban dalam perusahaan mempengaruhi calon karyawan dalam memutuskan untuk bekerja di perusahaan terkait. Semakin baik reputasi perusahaan yang dimiliki, maka semakin banyak calon karyawan yang tertarik untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut.

Fombrun (1996) mengemukakan, repuatsi yang baik meningkatkan keuntungan karena hal tersebut menarik perhatian konsumen terhadap prosuk-prosuk yang dihasilkan perusahaan, investor terhadap sekuritas, dan pegawai terhadap lowongan pekerjaan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan berpengaruh dalam memilih prosuk yang akan dibeli, sekuritas untuk berinvestasi, dan tawaran kerja yang akan diterima. Publik tentu lenih memilih melakukan bisnis dengan seseorang yang punya reputasi yang baik dimata mereka. Perusahaan yang dihormati dan dihargai akan lebih mudah merekrut kandidat yang berkualitas, yang dapat memilih dan mengambil dari banyaknya tawaran kerja yang ada.

Menurut Saini, et al (2013), ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi seseorang untuk tertarik dan segera melamar di perusahaan terkait. Adapun faktor tersebut antara lain produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan terkait, besarnya perusahaan, letak geografis dan reputasi perusahaan. Hasil studi pendahuluan peneliti menunjukkan bahwa gaji, ranah dan bidang perusahaan bergerak, dan lokasi perusahaan merupakan faktor penentu pelamar memilih suatu perusahaan. Dengan semakin banyak faktor tersebut untuk terpenuhi maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk mendapat banyak pelamar. Penelitian oleh Sivertzen, et al (2013) dengan judul *Employer Branding: Employer Attractiveness and the use of Social Media* menyebutkan bahwa ada faktor yang harus diperhatikan dalam menarik calon karyawan adalah daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, dan penggunaan media sosial untuk menarik perhatian calon karyawan. Hasil penelitian menunjukkan reputasi perusahaan memiliki hubungan yang positif terhadap keinginan calon karyawan untuk memalamr pekerjaan di

perusahaan terkait. Reputasi perusahaan merupakan kumpulan persepsi dari para stakeholder mengenai perusahaan itu sendiri. Produk yang dihasilkan, lingkungan kerja, kondisi keuangan perusahaan, lokasi, pengaruhnya terhadap masyarakat hingga benefit apa daja yang didapatkan oleh pekerja ditempat tersebut merupakan berbagai hal yang mempengaruhi reputasi sebuah perusahaan. Oleh karena itu peneliti ingin mengukur bagaimana pengaruh dari reputasi perusahaan terhadap minat para pelamar dan penulis mengusulkan untuk membuat penelitian dengan judul **"Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa di Universitas Negeri Semarang.
2. Bagaimana gambaran minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.
3. Bagaimana gambaran reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

2. Mengetahui gambaran minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.
3. Mengetahui gambaran reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Mampu memperkaya hasil penelitian yang telah ada dan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu psikologi khususnya mengenai reputasi perusahaan di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan gambaran mengenai reputasi perusahaan pada masyarakat luas dan khususnya bagi pelamar di Indonesia

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Melamar Pekerjaan

2.1.1 Pengertian Minat

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan obyek tersebut. (Gunarso, 2009:56). Menurut Kartono (1996:12), minat merupakan momen dan kecenderungan yang searah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting.

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. (Hurlock, 2004:114). Aiken (1994) dalam Anastasia dan Urbina (1997:124) megungkapkan definisi minat sebagai kesukaan terhadap kegiatan melebihi kegiatan lainnya. Ini berarti minat berhubungan dengan nilai – nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya. Menurut Widyastuti dalam Ikbal, (2011) menyatakan minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkan.

Mappiare dalam Ginting, (2005) mengatakan bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, kecenderungan lain yang mengarahkan individu terhadap pilihan tertentu. Menurut Semiawan dalam Masri, (2014) minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (satisfier).

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakana bagi dirinya dan ada harapan yang dituju. Minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Dan minat juga merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangkan dan rasa takut. Karena minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons yang tertarik pada situasi atau obyek.

2.1.2 Pengertian Minat Melamar Pekerjaan

Minat melamar pekerjaan merupakan proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang dimulai dari serangkaian pencarian informasi lowongan pekerjaan, menentukan pilihan pekerjaan, dan pengambilan keputusan dari calon karyawan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan (Wheeler dan Mahoney, 1981;

Barber, 1998). Minat melamar pekerjaan sebagai suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan. (Marwansyah, 2012:111)

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi informasi lowongan pekerjaan yang bisa didapat dari sumber internal maupaun eksternal perusahaan, menentukan pilihan kemudian pengambilan suatu keputusan perusahaan mana yang akan dilamar. (Permadi dan Netra, 2015).

Menurut Gatewood et al. (1993) dalam Sumardana (2014), ada beberapa tahapan yang dilakukan calon karyawan dalam minat melamar pekerjaan, pertama memilih dan mempertimbangkan pekerjaan yang mereka inginkan, tahapan berikutnya mencari informasi dari sumber rekrutmen yang dibuat oleh perusahaan, kemudian membuat pilihan untuk menerima atau tidak pekerjaan tersebut.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan sebagai proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dengan upaya pencarian pekerjaan, memilih dan mempertimbangkan pekerjaan yang mereka inginkan kemudian membuat keputusan pekerjaan mana yang akan dilamar.

2.1.3 Indikator Minat Melamar Pekerjaan

Terdapat beberapa indikator pada ketertarikan melamar pekerjaan, yaitu (Barber dalam Permadi dan Netra, 2015) :

1. Kebutuhan akan pekerjaan

Calon pegawai tertarik melamar pekerjaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan.

2. Pencarian informasi pekerjaan

Calon pegawai mencari informasi-informasi tentang lowongan pekerjaan yang disediakan oleh suatu perusahaan.

3. Penentuan pilihan pekerjaan

Calon pegawai mulai mempertimbangkan dan menentukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang ada sesuai dengan keinginannya.

4. Pembuatan keputusan

Calon pegawai membuat keputusan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan minat dan bakat

2.1.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Yuwono (2001:40), faktor – faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu pekerjaan yaitu:

1. Kondisi pekerjaan

Tempat kerja yang memiliki suasana yang menyenangkan dengan didukung oleh kerja sama yang profesional dan saling bantu dapat meningkatkan produktivitas.

2. Sistem pendukung

Dalam bekerja sangat diperlukan sistem pendukung yang memadai bagi para pekerjanya sehingga diperoleh hasil produksi yang maksimal, misalnya

fasilitas kendaraan, perlengkapan pekerjaan yang memadai, kesempatan promosi, kenaikan pangkat/kedudukan.

3. Pribadi pekerja

Pribadi pekerja meliputi semangat kerja, pandangan pekerja terhadap pekerjaannya, kebanggan memakai atribut bekerja, sikap terhadap pekerjaannya.

Berdasarkan faktor-faktor diatas dapat disimpulkan bahwa faktor kondisi pekerjaan yang menjadi pertimbangan seseorang untuk melamar pekerjaan di sebuah perusahaan. Kondisi lingkungan yang menyenangkan dapat terbentuk dari perasaan yang baik atau senang dengan citra perusahaan dan memiliki kepercayaan dengan perusahaan. Kerjasama yang profesional dapat terbentuk melalui kesamaan visi dan misi antara karyawan dengan perusahaan, selain itu lingkungan kerja yang baik dan mendukung dapat meningkatkna produktivitas karyawan.

2.2 Reputasi Perusahaan

2.2.1 Pengertian Reputasi

Reputasi adalah sebuah konsep dalam *public relations* (PR) yang sulit didefinisikan secara tegas. Reputasi adalah *intangible asset* yang sulit diukur dan dijelaskan keberadaannya karena reputasi bukan sebuah produk yang dapat dilihat. Kennedy (1977) dalam Gotsi dan Wilson (2001) menyatakan bahwa *image* memiliki kesamaan dengan reputasi karena perusahaan pun membutuhkan waktu yang lama untuk membentuk sebuah *image*. Menurut Basya (2006:6) reputasi adalah suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa diniai oleh publik. Reputasi pada dasarnya

adalah nama baik yang dinilai dari pihak eksternal dan internal. Berdasarkan definisi tersebut maka reputasi merupakan nilai-nilai yang diberikan kepada individu maupun organisasi yang diperoleh melalui proses yang panjang.

2.2.2 Pengertian Reputasi Perusahaan

Fombrun (1996) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai berikut, *"a corporate reputation are perceptions held by people inside and outside a company".* Menurutnya, reputasi perusahaan membangun perkiraan umum yang dalam hal ini perusahaan, dipegang oleh pegawai, konsumen, suplier, distributor, kompetitor, dan publik. Kunci utamanya adalah reputasi terdiri dari persepsi-persepsi bagaimana orang lain melihat perusahaan karena perusahaan tidak dalam kontrol siapapun, reputasi sangant susah untuk dimanipulasi.

Definisi reputasi perusahaan lainnya dijelaskan dalam *American Dictionary's* sebagai berikut, *"the overall estimation in which a company is held by its constituents. A corporate reputaion represent the "net" affective or emotional reaction – good or bad, weak or strong- of customer, investor, employees, and the general public to the company's name".* Reputasi perusahaan adalah keseluruhan estimasi perusahaan yang dimiliki oleh konstituennya. Reputasi perusahaan menggambarkan afektif atau rekasi emosional-baik atau buruk, lemah atau kuat-dalam benak komsumen, investor, pegawai dan masyarakat umum mengenai nama perusahaan.

Brown et al. (2006) juga mencoba mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai berikut*, "mental association about organization actually held by others outside the organization".* Reputasi perusahaan adalah asosiasi mental mengenai

organisasi yang dipikirkan oleh orang-orang diluar organisasi. Hal inilah yang menurut Brown et al., membedakan reputasi perusahaan dengan identitas menunjuk kepada asosiasi mental mengenai organisasi yang dijadikan pegangan oleh anggota organisasi, identitas menggambarkan siapakah kita (publik internal) sebagai sebuah organisasi.

Identitas perusahaan menggambarkan seperangkat nilai-nilai dan prinsip-prinsip pegawai dan manajer yang berasosiasi dengan perusahaan. Identitas perusahaan menggambarkan pemahaman yang umum mengenai ciri-ciri yang pegawai perusahaan tersebut gunakan untuk mengkarakteristikkan seperti apa pekerjaan yang dilakukan, produk yang dihasilkan, konsumen, dan investor yang dilayani. Identitas perusahaan berasal dari pengalaman perusahaan sejak didirikan hingga sekarang, catatan kumulatif mengenai kesuksesan dan kegagalan perusahaan selama ini.

Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lain, misalnya dari laporan tahunan, brosur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media, materi tertulis dan audio sosial. Identitas korporat juga berupa nonfisik, seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja dan komuniaksi, baik internal maupun eksternal kepada puhak luar (Fombrun, dalam Adianto. 2009:45).

Menurut Zeithml (1988) dalam Sialangan (2019) kualitas jasa yang dirasakan dari suatu produk atau jasa erat hubungannya dengan reputasi yang diasosiasikan dengan nama merek. Artinya pelanggan hanya akan mengasosiasikan

suatu produk atau jasa dengan mereknya, dan karenanya reputasi perusahaan jugadapat diukur pada tingkatan produk atau jasa.

Selness (1993) menyatakan bahwa dalam industri jasa dan bisnis, merek seringkali dikaitkan dengan reputasi perusahaan daripada produk atau jasa itu sendiri. Berarti kualitas yang diterima dari sebuah produk atau jasa adalah berhubungan dengan reputasi perusahaan yang digabungkan dengan nama merek produk atau jasanya. Menurut Dick, dkk, (1990) melalui penelitiannya mengemukakan suatu bukti bahwa reputasi perusahaan secara langsung membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan sehingga akan mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihan.

Brown dan Dacin (1992) menyatakan bahwa reputasi perusahaan sangat penting dari sudut pandang pelanggan untuk memberikan gambaran terhadap kualitas produk atau jasa yang dihasilkan. Lebih lanjut Sullivan (1998) membuktikan bahwa reputasi dari perusahaan dalam sudut pandang pelanggan dapat dijadikan jaminan bagi pelanggan untuk menilai kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai reputasi positif lebih memungkinkan untuk menarik minat pelamar berkualitas tinggi, membangun pangsa pasar yang luas, menerapkan harga yang tinggi dan lebih menarik minat investor. (Fombrun & Stanley, 1990). Dengan kata lain, reputasi perusahaan yang baik memberikan perusahaan keunggulan kompetitif. (Van Ries & Balmer, 1997).

Weiss, dkk, (1999) dalam Cempakasari dan Yoestini (2003) menyatakan bahwa reputasi perusahaan adalah pandangan publik atas suatu perusahaan yang

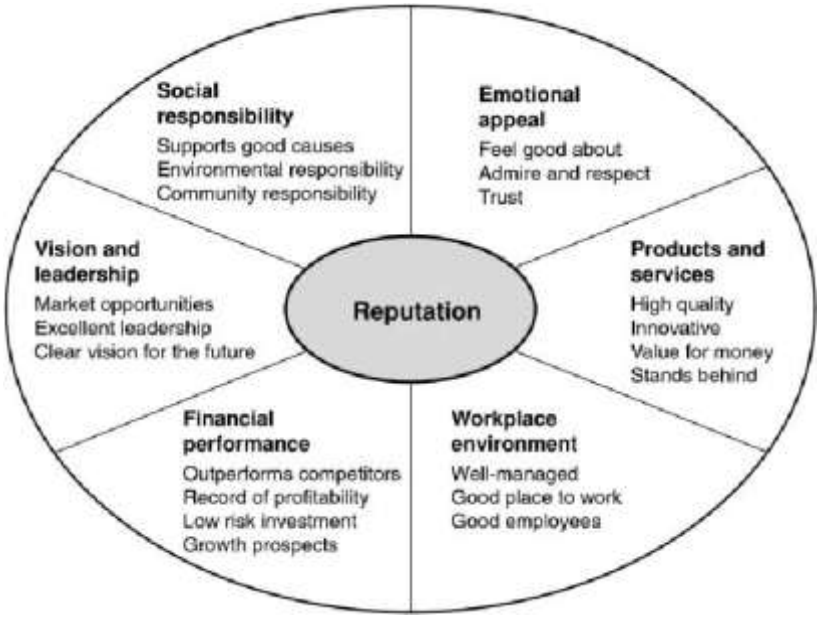
dinilai baik atau tidak yang dipandang secara global atas hal-hal seperti keterbukaan, kualitas dan lainnya sehingga dapat dikatakan sebagai pandangan atasgerak langkah perusahaan. Reputasi merupakan suatu intangible asset atau goodwill perusahaan yang memiliki efek positif pada penilaian pasar atas perusahaan. Perusahaan yang mempunyai reputasi baik mampu menimbulkan kepercayaan, keyakinan dan dukungan daripada perusahaan yang mempunyai reputasi buruk. (Dowling, 2004).

Herbig, dkk, (1994) menyatakan bahwa reputasi perusahaan dapat dilihat dari kompetensi perusahaan tersebut dan keunggulannya dibandingkan para perusahaan kompetitor yang lain. Sedang Moorman dan Miner (1997) dalam Margareta (2004) membuktikan bahwa keberhasilan perusahaan secara maksimal dapat dicapai apabila perusahaan tersebut fokus terhadap bisnis intinya *(core business)* karena dengan kefokusan tersebut akan menunjukkan kompetensi intinya *(core competencies)* sehingga membuat pelanggan percaya terhadap keahlian perusahaan yang tercermin dalam pengetahuan dan pengalaman perusahaan tersebut dalam bisnis yang telah dijalaninya.

Berdasarkan berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah sebuah evaluasi keseluruhan yang dilakukan stakeholder terhadap kinerja perusahaan itu sendiri. Evaluasi tersebut berdasar pada pengalaman masing-masing stakeholder terhadap perusahaan dan membandingkan dengan pesaing utamanya.

2.2.3 Dimensi Reputasi Perusahaan

Menurut *The Harris-Fombrun Reputation Quotient (RQ)* yang dikembangkan oleh Fombrun, dkk, (2000) adalah suatu instrumen yang dikembangkan untuk mengetahui reputasi organisasi melalui pemahaman terhadap hal-hal yang dijakdikan dasar oleh para pemangku kepentingan dalam menentukan reputasi organisasi dan persepsi mereka terhadap organisasi itu sendiri. Dalam *RQ* terdapat 6 dimensi reputasi perusahaan yaitu :



Gambar 2.1 Fombrun *Reputation Quotion*

1. Ketertarikan Emosi *(Emotional Appeal)*

a. *Good feeling about company*, memiliki perasaan yang baik, senang atau cibta terhadap perusahaan.

b. *Admire and respect the company*, perasaan kagum dan menghargai perusahaan.

c. *Trust the company*, memiliki perasaan percaya kepada perusahaan.

2. Produk dan Layanan (Product and Services)

a. *Stands behind product/services,* berangaapan bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan sesuai dengan core bisnisnya, sesuai dengan identitas perusahaan.

b. *Offer high quality product/services,* beranggapan bahwa perusahaan menawarkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi.

c. *Develops innovative product/services,* beranggapan bahwa perusahaan selalu berinovasi untuk mengembangkan produk ataupun jasa yang dihasilkan.

d. *Offer product/services that are good value,* beranggapan bahwa perusahaan menghasilkan produk ataupun jasa yang memiliki nilai jual.

3. Lingkungan Kerja (Workplace Environment)

a. *Is well managed,* beranggapan bahwa perusahaan dikelola dengan baik.

b. *Looks like a good company to work for,* perusahaan terlihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja.

c. *Looks like has a good employees,* terlihat sebagai perusahaan yang memiliki pegawai yang profesional.

4. Performa Finansial (Financial Performance)

a. *Record of profitability,* beranggapan bahwa catatan kinerja keuangan perusahaan selama ini menunjukkan profitabilitas.

b. *Looks like a low risk investment,* dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai tempat berinvestasi yang rendah resiko.

c. *Strong prospect for future growth*, dari kinerja keuangan perusahaan membuat perusahaan terlihat sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang kuat pada perkembangan di masa depan.

d. *Tends to outperforms its comptitors,* dari kinerja keuangan perusahaan terlihat bahwa perusahaan cenderung lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

5. Visi dan Kepemimpinan (Vision and Leadership)

a. *Has excellent leadership*, beranggapan bahwa perusahaan berjalan dibawah kepemimpinan yang handal

b. *Has a clear vision for the future*, beranggapan bahwa perusahaan memiliki visi yang jelas untuk menghadapi tantangan kedepan.

c. *Recognize/takes advantage of marhet opportunities,* beranggapan bahwa perusahaan mahir dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada.

6. Tanggungjawab Sosial (Social Responsibility)

a. *Supported good causes,* beranggapan bahwa perusahaan memberikan dukungan yang baik terhadap masalah-masalah sosial.

b. *Environtmentally responsible,* beranggapan bahwa organisasi memiliki tanggungjawab terhadap masalah lingkungan.

c. *Treats people well,* beranggapan bawha perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik.

2.3 Kerangka Berpikir

Reputasi perusahaan merupakan karakteristik sosial dari perusahaan yang terbentuk berdasarkan tindakan yang telah dilakukan maupun tindakan dimasa yang

akan datang (Sivertzen et al, 2013). Reputasi perusahaan dapat diukur dengan melalui pengukuran Reputation Quotient yang telah dikembangkan oleh Fombrun (2000). Adapun elemen dari reputasi perusahaan tersebut*: Emotional Appeal, Product and Services, Vision and Leadership, Workplace Environment, dan Financial Performance.*

Keinginan calon pelamar untuk bekerja dalam suatu perusahaan tergantung pada penilaian mereka terhadap perusahaan tersebut. Reputasi persahaan, kompensasi dan lingkungan kerja perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan melamar pekerjaan (Permadi dan Netra, 2015). Reputasi yang baik meningkatkan keuntungan karena berkaitan dengan menarik perhatian konsumen tehadap produk-produk yang diproduksi, investor terhadap sekuritas dan pegawai terhadap lowongan pekerjaan perusahaan terkait (Fombrun, 1999). Jika dikaji melalui sudut pandang manajemen pemasaran, pelanggan cenderung untuk memilih produk yang terkenal. Proses tersebut hampir sama dengan situasi ketika calon pelamar dihadapkan kepada reputasi perusahaan saat akan melamar pekerjaan, dimana mereka memilih perusahaan yang sudah mereka kenali (Myrden dan Kelloway, 2015). Calon karyawan cenderung akan memilih perusahaan yang selalu masuk dalam daftar perusahaan terbaik (Saini et al, 2013). Sehingga dapat diasumsikan reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan keinginan melamar pekerjaan pada calon karyawan.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut : Ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

BAB 3
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sugiyono (2015:4) menyebutkan bahwa jenis metode penelitian dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan dan tingkat kealamiahan (natural setting) obyek yang akan diteliti. Penelitian yang berjudul "Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang" merupakan jenis penelitian kuantitatif.

"Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika". Dengan metode penelitian ini akan diperoleh signifikansi perbeaan kelompok maupun hubungan antar variabel yang diteliti (Azwar, 2012:5).

3.2 Desain Penelitian

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang" menggunakan desain korelasional yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada variabel lain. Lebih khususnya penelitian ini merupakan desain penelitian korelasional uji pengaruh yang bertujuan mencari pengaruh variabel bebas (X), yaitu Reputasi Perusahaan terhadap variabel tergantung (Y) yaitu Minat Melamar Pekerjaan.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Azwar (2012:59), “variabel merupakan konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kualitatif ataupun secara kuantitatif”. Sedangkan menurut Arikunto (2013:161) bahwa variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Maka penelitian yang dilakukan harus mengandung variabel yang jelas agar memberikan gambaran data dan informasi yang diperlukan penelitian.

3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian

“Identifikasi variabel merupakan langkah penetapan variabel-variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsinya masing-masing” (Azwar, 2012:61). Identifikasi variabel penelitian dilakukan dengan tujuan agar dapat mengenali fungsi masing-masing variabel penelitian, dapat digunakan untuk menentukan alat pengumpul data, dan digunakan dalam pengujian hipotesis. Penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

a. Variabel terikat (Y) : Minat Melamar Pekerjaan

b. Variabel bebas (X) : Reputasi Perusahaan

3.3.2 Definisi Operasional

Menurut Azwar (2012:74) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu:

1.3.2.1 Minat Melamar Pekerjaan

Minat melamar pekerjaan sebagai proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dengan upaya pencarian pekerjaan, memilih dan mempertimbangkan pekerjaan yang mereka inginkan kemudian membuat keputusan pekerjaan mana yang akan dilamar.

Dalam penelitian ini skala dikembangkan melalui indikator-indikator yang disusun oleh Permadi dan Netra (2015), adapun indikator tersebut adalah kebutuhan akan pekerjaan, pencarian informasi pekerjaan, penentuan pilihan pekerjaan, dan pembuatan keputusan. Semakin tinggi skor yang didapat semakin tinggi pula minat melamar pekerjaan seseorang, semakin rendah skor yang didapat menunjukkan semakin rendah pula minat melamar pekerjaan seseorang.

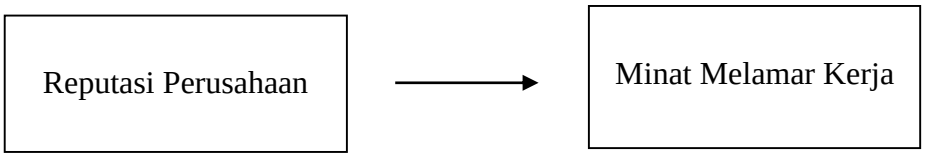
1.3.2.2 Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan penilaian semua stakeholder terhadap kemampuan sebuah perusahaan mempengaruhi kinerja produk atau jasa yang dihasilkannya. Dalam penelitian ini skala dikembangkan melalui dimensi reputasi perusahaan berdasar *Reputation Quotient* (RQ) yang disusun oleh Joy Marie Sever dan Charles Fombrun. Dimensi-dimensi tersebut adalah ketertarikan emosional, produk dan layanan, lingkungan kerja, performa finansial, visi dan kepemimpinan, dan tanggung jawab sosial. Skor yang dihasilkan menggambarkan bagus atau

jeleknya reputasi sebuah perusahaan. Semakin tinggi skor yang didapat semakin bagus pula reputasi perusahaan di mata pelamar, semakin rendah skor yang didapat menunjukkan semakin jelek pula reputasi perusahaan di mata pelamar.

3.3.3 Hubungan Antar Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini tentunya saling berhubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Hubungan antar variabel dapat ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1 Bagan Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja

Secara teoritis, dapat dijelaskan bahwa hubungan antar variabel bersifat korelasional, dimana (X) merupakan variabel bebas *(independent*), yaitu Reputasi Perusahaan dan (Y) yang merupakan variabel terikat *(dependent*), yaitu Minat Melamar Pekerjaan. Berdasarkan keterangan tersebut, variabel (X), yaitu Reputasi Perusahaan berkorelasi positif dengan variabel (Y), Minat Melamar Pekerjaan.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:117). Populasi

dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Semarang angkatan 2016. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah:

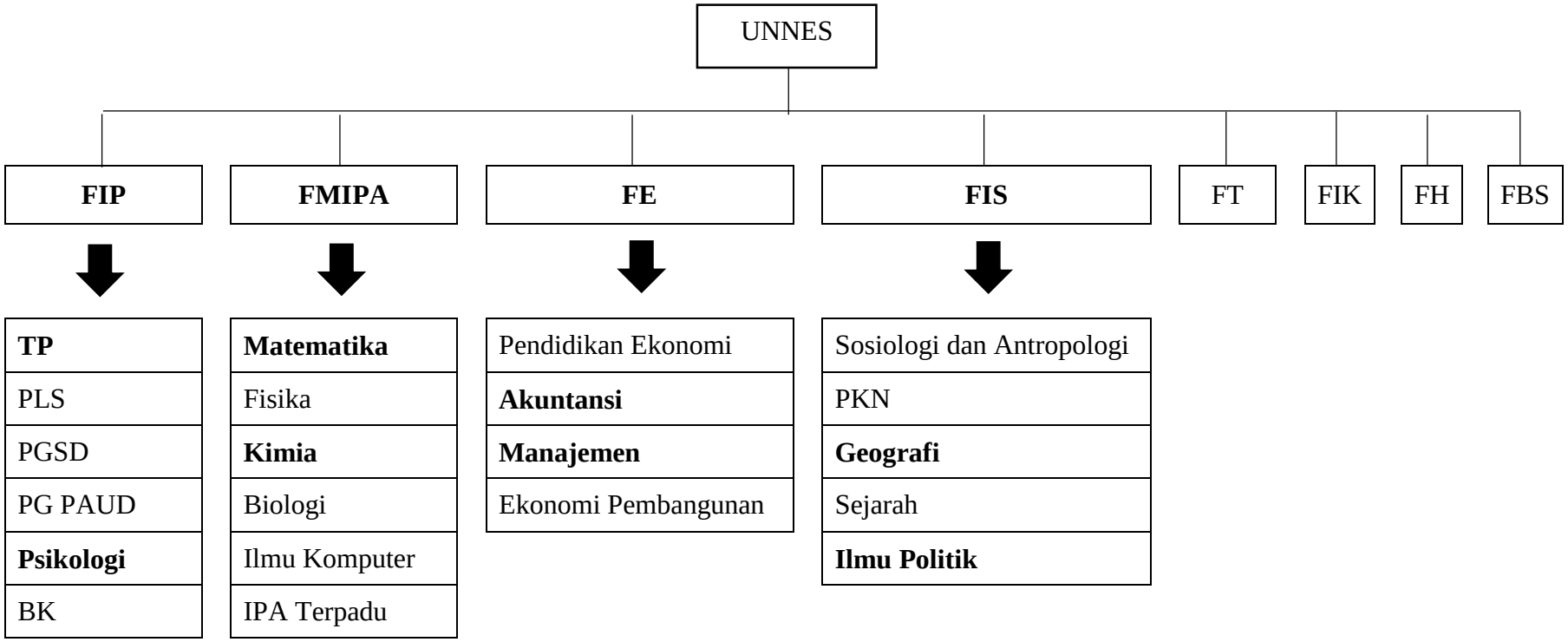
1. Responden merupakan mahasiswa Universitas Negeri Semarang angkatan 2016.
2. Sedang mengerjakan Seminar Proposal atau Skripsi

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2014:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, oleh karenanya sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2015:83). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling*. Teknik *probability sampling* dengan cara *cluster sampling* digunakan apabila populasi memiliki sumber data yang sangat luas. Untuk menentukan sumber data maka pengambilan samplenya berdasarkan populasi yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokan populasi (UNNES) dalam beberapa fakultas lalu dipilih secara random dan didapatkan beberapa fakultas yaitu FIP, FMIPA, FE dan FIS. Selanjutnya peneliti mengelompokan dalam beberapa jurusan sesuai dengan fakultasnya masing-masing yang selanjutnya dipilih secara random yang akhirnya terpilih beberapa jurusan yaitu Psikologi, Teknologi Pendidikan, Akuntansi, Manajemen, Geografi, Ilmu Politik, Matematika dan Kimia. Setelah itu, peneliti mengelompokan dalam beberapa

prodi sesuai dengan jurusannya masing-masing dan jurusan yang tidak memiliki prodi didalamnya maka pengelompokan berhenti sampai di jurusan. Untuk lebih jelasnya, dapat diperiksa pada bagan pengambilan sampel sbb:



Keterangan :

Bold : Subjek terpilih secara *random*

Subjek yang terpilih :

1. Teknologi Pendidikan
2. Psikologi
3. Matematika
4. Kimia
5. Akuntansi
6. Manajemen
7. Geografi
8. Ilmu Politik

Gambar 3.1 Proses Pemilihan Sample berdasarkan *Cluster Random Sampling*

Sampel penelitian ditentukan dengan cara random. Besar sampel ditetapkan berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael (Sugiyono, 2013:87) terkait penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, 10%. Pada penelitian ini jumlah populasi sebanyak 823 subjek, berdasakan tabel penentuan sampel jumlah populasi tersebut masuk dalam N: 850 subjek. Peneliti menggunakan taraf signifikansi 5% dalam penentuan sampel dan diperoleh sebanyak 247 subjek. Artinya jumlah subjek 29% dari populasi, sehingga peneliti mengambil 29% dari populasi. Sehingga didapatkan jumlah sampel seperti dibawah ini:

Tabel 3.1 Sample Mahasiswa yang digunakan Peneliti

Jurusan	**Jumlah Mahasiswa**	**Jumlah Sample**
Psikologi	115	35
TP	73	22
Kimia	62	19
Matematika	34	10
Akuntansi	202	61
Manajemen	207	62
Geografi	51	15
Ilmu Politik	79	24
Total	**823**	**248**

3.5 Metode dan Alat Pengumpul Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan diteliti. Data merupakan faktor penting karena dengan adanya data dapat ditarik kesimpulan untuk mengetahui hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan dapat ditarik kesimpulan dengan mudah.

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti. Tujuan untuk mengetahui (*goal of knowing*) haruslah dicapai dengan menggunakan metode atau cara-cara yang efisisen dan akurat (Azwar, 2012:91-92). Metode pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan metode pemberian skala psikologi. Skala merupakan alat pengukur psikologi yang biasa digunakan untuk mengukur dimensi afektif yang antara lain memiliki ciri stimulusnya bersifat ambigu serta terdapat jawaban benar dan salah (Azwar, 2016:5).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala sebagai instrumen pengumpulan data. Skala psikologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Skala Likert berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama. Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas mulai dari “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju”, dan “sangat setuju” (Priyono, 2016:96). Istilah setuju digunakan dalam skala sikap yang meminta subjek untuk memberikan dukungan atau penolakan berkaitan dengan objek sikap yang disebutkan dalam aitem (Azwar, 2016:44). Untuk penelitian ini peneliti menggunakan istilah “sesuai” yang

digunakan untuk mengukur keadaan diri subjek. Sehingga dalam merespon aitem, subjek terlebih dahulu memperhatikan sejauh mana pernyataan dalam aitem tersebut menggambarkan dirinya atau perilakunya (Azwar, 2016:44). Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kriteria dan Nilai Alternatif Jawaban Skala Psikologi

No.	KRITERIA	*Favorable*	*Unfavorable*
1.	Sangat Sesuai (SS)	4	1
2.	Sesuai (S)	3	2
3.	Tidak Sesuai (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

3.5.1 *Blueprint* Skala Minat Melamar Pekerjaan

Penyusunan skala Minat Melamar Pekerjaan menggunakan skala likert yang dikelompokkan dalam aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Penggunaan skala likert dalam hal ini dilakukan dengan tujuan memberikan berbagai macam alternatif jawaban untuk dipilih dan meminimalkan terjadinya kecemasan responden dalam menjawab. Total aitem dalam skala Minat Melamar Pekerjaan ini yaitu sebanyak 20 butir. Adapun penyebaran pernyataan pada skala Minat Melamar Pekerjaan dapat dilihat dalam *blueprint* di bawah ini :

Tabel 3.3 *Blueprint* Skala Minat Melamar Pekerjaan

No.	Indikator	Aitem		∑
		F	UF	
1	Kebutuhan akan pekerjaan	1,2,3	4,5	5
2	Pencarian informasi pekerjaan	6,7,8	9,10	5
3	Penentuan pilihan pekerjaan	11,12,13	14,15	5
4	Pembuatan keputusan	16,17,18	19,20	5
Total				20

3.5.2 *Blueprint* Skala Reputasi Perusahaan

Penyusunan skala Reputasi Perusahaan menggunakan skala likert yang dikelompokkan dalam aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Total aitem dalam skala Reputasi Perusahaan sebanyak 35 butir. Adapun penyebaran pernyataannya dapat dilihat dalam *blueprint* di bawah ini :

Tabel 3.4 *Blueprint* Skala Reputasi Perusahaan

No.	Dimensi	Indikator	Aitem		∑
			F	UF	
1	Daya Tarik Perusahaan	a. Memiliki perasaan yang baik, senang atau cinta terhadap perusahaan	1	4	2
		b. Memiliki perasaan kagum dan menghargai perusahaan	2	5	2
		c. Memiliki perasaan percaya kepada perusahaan	3		1
2	Produk dan Jasa	a. Beranggapan bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan sesuai dengan core bisnisnya	6		1
		b. Beranggapan bahwa perusahaan menawarkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi	7	10	2

		c. Beranggapan bahwa perusahaan selalu berinovasi untuk mengembangkan produk ataupun jasa yang dihasilkan	8	11	2
		d. Beranggapan bahwa perusahaan menghasilkan produk ataupun jasa yang memiliki nilai jual	9	12	2
3	Visi dan Kepemimpinan	a. Beranggapan bahwa perusahaan berjalan dibawah kepemimpinan yang handal	13	16	2
		b. Beranggapan bahwa perusahaan memiliki visi yang jelas untuk menghadapi tantangan kedepan	14		1
		c. Beranggapan bahwa perusahaan mahir dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada	15	17	2
4	Lingkungan Kerja	a. Beranggapan bahwa perusahaan dikelola dengan baik	18		1
		b. Perusahaan terlihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja	19	21	2
		c. Perusahaan terlihat memiliki pegawai yang profesional	20	22	2
5	Kinerja Keuangan	a. Beranggapan bahwa catatan kinerja keuangan perusahaan selama ini menunjukkan profitabilitas	23	27	2
		b. Dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai tempat investasi yang rendah resiko	24	28	2

		c. Dari kinerja keuangan perusahaan terlihat sebagai perusahaan yang memiliki prosperk yang kuat pada perkembangan di masa depan	25	29	2
		d. Dari kinerja keuangan perusahaan terlihat bahwa perusahaan lebih unggul dibanding pesaingnya	26		1
6	Tanggung jawab Sosial	a. Beranggapan bahwa perusahaan memberikan dukungan yang baik terhadap masalah-masalah sosial	30	33	2
		b. Beranggapan bahwa organisasi memiliki tanggung jawab terhadap masalah lingkungan	31	34	2
		c. Beranggapan bahwa perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik	32	35	2
Total					35

3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto, 2013:211). Sejauh mana kepercayaan dapat diberikan pada simpukan penelitian sosial tergantung antara lain pada akurasi dan kecermatan data yang diperoleh. Akurasi dan kecermatan data hasil pengukuran tergantung pada validitas dan reliabilitas alat ukurnya. (Azwar, 2012:105).

Azwar (2012:106) menyatakan bahwa pada instrumen yang lebih bersifat psikologis, akurasi data yang hendak diperoleh dapat diprediksi dengan perhitungan validitas instrumen tersebut melalui prosedur komputasi tertentu.

3.6.1 Validitas

Untuk menguji validitas tiap-tiap item dalam skala akan digunakan teknik korelasi *Pearson* dengan bantuan alat pengolah data, karena item yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan korelasi antara skor item dan skor total item. Instrumen dalam penelitian ini di uji kevalidannya dengan uji validitas menggunakan rumus *Pearson,* yaitu:

$$r_{y1y2} \quad \frac{\sum XY - \frac{\left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{N}}{\sqrt{\left\{\left(\sum X^2 - \frac{\left(\sum X\right)^2}{N}\right)\left(\sum Y^2 - \frac{\left(\sum Y\right)^2}{N}\right)\right\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara skor X (item) dan skor Y (total)

∑XY : Jumlah hasil perkalian antara skor X (item) dan skor Y (total)

∑X : Jumlah skor X (item)

∑Y : Jumlah skor Y (item)

N : Jumlah subyek

(Arikunto, 2013:213)

3.6.1.1 Hasil Uji Validitas Skala Minat Melamar Kerja

Hasil pengukuran uji validitas pada skala minat melamar kerja menunjukkan bahwa 20 item yang diuji terdapat 20 item valid. 20 item tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai p < 0,05. Hasil pengukuran uji skala minat melamar kerja dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5 Rincian Aitem Skala Minat Melamar Kerja

No.	Indikator	Aitem		∑
		F	UF	
1	Kebutuhan akan pekerjaan	1,2,3	4,5	5
2	Pencarian informasi pekerjaan	6,7,8	9,10	5
3	Penentuan pilihan pekerjaan	11,12,13	14,15	5
4	Pembuatan keputusan	16,17,18	19,20	5
Total				20

Keterangan : * merupakan aitem tidak valid

3.6.1.2 Hasil Uji Validitas Skala Reputasi Perusahaan

Hasil pengukuran uji validitas pada skala reputasi perusahaan menunjukkan bahwa 35 aitem yang diuji terdapat 35 aitem valid. 35 aitem tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai p < 0,05. Hasil pengukuran uji skala reputasi perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.6 Rincian Aitem Skala Reputasi Perusahaan

No.	Dimensi	Indikator	Aitem		∑
			F	UF	
1	Daya Tarik Perusahaan	a. Memiliki perasaan yang baik, senang atau cinta terhadap perusahaan	1	4	2
		b. Memiliki perasaan kagum dan menghargai perusahaan	2	5	2
		c. Memiliki perasaan percaya kepada perusahaan	3		1

2	Produk dan Jasa	a. Beranggapan bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan sesuai dengan core bisnisnya	6		1
		b. Beranggapan bahwa perusahaan menawarkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi	7	10	2
		c. Beranggapan bahwa perusahaan selalu berinovasi untuk mengembangkan produk ataupun jasa yang dihasilkan	8	11	2
		d. Beranggapan bahwa perusahaan menghasilkan produk ataupun jasa yang memiliki nilai jual	9	12	2
3	Visi dan Kepemimpinan	a. Beranggapan bahwa perusahaan berjalan dibawah kepemimpinan yang handal	13	16	2
		b. Beranggapan bahwa perusahaan memiliki visi yang jelas untuk menghadapi tantangan kedepan	14		1
		c. Beranggapan bahwa perusahaan mahir dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada	15	17	2
4	Lingkungan Kerja	a. Beranggapan bahwa perusahaan dikelola dengan baik	18		1
		b. Perusahaan terlihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja	19	21	2
		c. Perusahaan terlihat memiliki pegawai yang profesional	20	22	2
5	Kinerja Keuangan	a. Beranggapan bahwa catatan kinerja keuangan perusahaan selama ini menunjukkan profitabilitas	23	27	2

		b. Dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai tempat investasi yang rendah resiko	24	28	2
		c. Dari kinerja keuangan perusahaan terlihat sebagai perusahaan yang memiliki prosperk yang kuat pada perkembangan di masa depan	25	29	2
		d. Dari kinerja keuangan perusahaan terlihat bahwa perusahaan lebih unggul dibanding pesaingnya	26		1
6	Tanggung jawab Sosial	a. Beranggapan bahwa perusahaan memberikan dukungan yang baik terhadap masalah-masalah sosial	30	33	2
		b. Beranggapan bahwa organisasi memiliki tanggung jawab terhadap masalah lingkungan	31	34	2
		c. Beranggapan bahwa perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik	32	35	2
Total					35

Keterangan : * merupakan aitem tidak valid

3.6.2 Hasil Uji Coba Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Menurut Azwar, (2015:7) reliabilitas adalah “Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel”. Koefisien reliabilitas bergerak 0,00 sampai 1,0 dimana

0,00 menunjukkan kurang reliabel dan 1,0 menujukkan reliabilitas yang sempurna, yang tidak pernah dijumpai di setiap pengukuran (Purwanto, 2013:81).

Analisis reliabilitas skala keterlibatan kerja dan skala komitmen organisasi menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan *software* statistik pengolah data. Alat ukur dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila hasil koefisien reliabilitas *Alpha* bernilai lebih dari 0,5 dan mendekati 1.

Tabel 3.7 Interpretasi Reliabilitas

Besaran linier r	**Interpretasi**
0,801-1,00	Baik
0,601-0,80	Cukup
0,401-0,601	Agak baik
0-201-0,401	Kurang
0,001-0,200	Sangat kurang

Dalam estimasi reliabilitas terdapat tiga pendekatan umum, yaitu pendekatan tes-ulang (*test-retest*), tes-sejajar (*alternate-form*) dan pendekatan konsistensi internal (*internal consistency*). Pendekatan tes-ulang (*test-retest*) adalah pendekatan dengan mengenakan suatu instrumen pengukur dua kali dengan tenggang waktu tertentu, terhadap sekelompok subjek yang sama. Pendekatan tes-sejajar (*alternate-form*) adalah pendekatan yang dilakukan setelah kedua instrumen tersebut dikenakan berturut-turut pada sekelompok subjek. Pendekatan konsistensi internal (*internal consistency*) adalah pendekatan yang didasarkan pada data dari sekali pengenaan suatu bentuk alat ukur pada sekelompok subjek (*single trial administration*).

Hasil uji reliabilitas pada skala minat melamar kerja diperoleh reliabilitas sebesar 0,810. Berdasarkan tabel 3.6, maka skala minat melamar kerja berada pada kategori baik.

Tabel 3.8 Reliabilitas Skala Minat Melamar Kerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	20

Hasil uji reliabilitas pada skala reputasi perusahaan diperoleh reliabilitas sebesar 0,934. Berdasarkan tabel 3.6, maka skala reputasi perusahaan berada pada kategori baik.

Tabel 3.9 Reliabilitas Skala Reputasi Perusahaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	35

3.7 Metode Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Analisis data sangat perlu digunakan untuk memberikan arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah dalam penelitian ini.

3.7.1 Gambaran Minat Melamar Pekerjaan dan Reputasi Perusahaan

Untuk mengetahui gambaran minat melamar pekerjaaan dan reputasi perusahaan secara umum maupun spesifik, ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Statistika deskriptif dengan bantuan *software* analisis statistik

b. Mencari skor tertinggi = jumlah item (n) x skor tertinggi (xt)

c. Mencari skor terendah = jumlah item (n) x skor terendah (xr)

d. Mencari mean teoritis = jumlah item (n) x 2,5

1. Mencari standar deviasi = $\frac{\text{skor tertinggi } (x_t) - \text{skor terendah } (x_r)}{6}$

e. Menentukan kategori

Menentukan kategori dilakukan untuk mengetahui menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok terpisah secara berjenjang berdasarkan atribut yang diukur.

Tabel 3.10 Penggolongan Kriteria Analisis Berdasarkan *Mean* Teoritis

Interval Skor	Kategori
$\mu + 1{,}5\ \sigma \leq X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0{,}5\ \sigma \leq X < \mu + 1{,}5\ \sigma$	Tinggi
$\mu - 0{,}5\ \sigma \leq X < \mu + 0{,}5\ \sigma$	Sedang
$\mu - 1{,}5\ \sigma \leq X < \mu - 0{,}5\ \sigma$	Rendah
$X < \mu - 1{,}5\ \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan:

μ = mean teoritis

σ = standar deviasi (Azwar, 2015)

f. Menentukan persentase

Prosentase ditentukan dengan rumus berikut:

$$P = \frac{f}{n} x100\%$$

Keterangan:

P = persentase

f = frekuensi

N = jumlah subjek

3.8 Uji Asusmsi

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan *software* analisis statistik. Data dikatakan terdistribusi normal jika a p > 0,05 dan dikatakan terdistribusi secara tidak normal jika p < 0,05.

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel X (optimisme perkembangan karir) dan variabel Y (*work engagement*) memiliki hubungan linier atau tidak. Uji linierias dilakukan dengan menggunakan uji F (Anova) dengan bantuan *software* analisis statistik. Data dikatakan linier apabila nilai p<0,05 dan dikatakan tidak linier apabila p>0,05.

3.8.3 Uji Hipotesis

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang bertujuan untuk menguji hipotesis tentang ada tidaknya pengaruh antara dua variabel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi,

yaitu teknik statistik yang digunakan sebagai dasar untuk mengadakan prediksi terhadap variabel-variabel penelitian. Apabila terdapat korelasi yang signifikan antar variabel, maka suatu variabel dapat diprediksikan dari variabel lainnya.

Rumus dari analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel terikat yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel terikat yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk menemukan nilai a dan b, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\Sigma Y_i)(\Sigma X_i^2) - (\Sigma X_i)(\Sigma X_i\, Y_i)}{\mathrm{n}\Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2}$$

$$b = \frac{\mathrm{n}\Sigma X_i Y_i - (\Sigma X_i)(\Sigma Y_i)}{\mathrm{n}\Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2}$$

Selain itu, juga dilakukan melalui bantuan program komputer *Statictical Packages For Social Sciencies* (SPSS) *for windows versi 21.0*

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan kajian ilmiah tentang gambaran dari minat melamar kerja, gambaran reputasi perusahaan, serta menguji ada tidaknya pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada mahasisawa Universitas Negeri Semarang. Penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil dari penelitian ini berupa data yang diperoleh dari pengumpulan data kemudian dianalisis menggunaka uji statistik. Pada bab ini akan disajikan beberapa hal yang berkaitan dengan proses, hasil, dan pembahasan hasil penelitian yang meliputi beberapa tahap.

4.1 Persiapan Penelitian

4.1.1 Orientasi Kancah Penelitian

Orientasi kancah penelitian dilakukan sebelum melakukan sebuah penelitian, dimana peneliti perlu memahami terlebih dahulu mengenai kancah atau tempat dimana penelitian tersebut dilakukan. Orientasi kancah penelitian dilakukan secara spesifik dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kesesuaian karakteristik subjek penelitian dengan lokasi penelitian yang akan dilakukan. Penelitian yang berjudul "Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang" ini dilaksanakan di Universitas Negeri Semarang.

Universitas Negeri Semarang (UNNES) terletak di Sekaran, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Universitas Negeri Semarang didirikan pada tahun

1965 sebagai Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Semarang (IKIP Semarang) yang kemudian berubah menjadi universitas pada tahun 2000. Pada tahun 2010, UNNES ditetapkan sebagai Universitas Konservasi oleh Muh Nuh (Menteri Pendidikan saat itu). UNNES sebagai Universitas Konservasi melaksanakan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat UNNES dengan konsep yang mengacu pada prinsip-prinsip konservasi (perlindungan, pengawetan, dan pemanfaatan secara lestari), baik konservasi terhadap sumber daya alam maupun seni dan budaya. Selain itu UNNES juga merupakan salah satu perguruan tinggi negeri di kota Semarang yang setiap tahunnya mencetak ribuan lulusan dari berbagai jenjang.

Banyaknya lulusan dari perguruan tinggi membuat semakin meningkatnya persaingan dalam mendapatkan pekerjaan, akan tetapi banyak faktor yang membuat orang tertarik untuk melamar pekerjaan. Perusahaan merupakan salah satu pihak yang membutuhkan banyak lulusan perguruan tinggi. Meskipun perusahaan telah membuka lowongan pekerjaan yang dibutuhkan tidak selalu memdapat kandidat yang diinginkan oleh perusahaan. Reputasi perusahaan merupakan salah satu aspek yang bisa menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk mendapat kandidat sebanyak mungkin. Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini di Universitas Negeri Semarang adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhdap minat melamar pekerjaan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

4.1.2 Penentuan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada nahasiswa Universitas Negeri Semarang angkatan 2016, dimana mahasiswa pada angkatan tersebut sedang menempuh

Seminar Proposal atau Skripsi. Pada fase ini mahasiswa sudah mulai memikirkan masa depannya setelah berkuliah, salah satunya adalah bekerja di perusahaan. Banyak mahaiswa Universitas Negeri Semarang yang tertarik untuk berkarir di sebuah perusahaan, akan tetapi banyak perusahaan yang masih belum mengerti bagaimana cara mereka menarik minat mahasiswa untuk bekerja di perusahaan mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menunjukkan reputasi perusahaan yang dimiliki. Akan tetapi reputasi perusahaan dapat ditunjukkan dengan berbagai macam hal.

Peneliti menetapkan jumlah sample sebanyak 252 individu yang terdiri dari berbagai fakultas yang ada di Universitas Negeri Semarang. Pengambilan sample menggunakan teknik *cluster ramdom sampling*. Peneliti mengimpun data dengan menyebarkan skala menggunakan *google form* kepada berbagai mahasiswa di setiap jurusan dan fakultas di Universitas Negeri Semarang.

4.1.3 Penyusunan Instrumen Penelitian

Penyusunan intrumen yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

a. Menyusun layout penelitian

Pengembangan instrumen penelitian dilakukan dengan membuat *blueprint* skala penelitian yang berdasar pada teori yang digunakan oleh peneliti. Skala yang digunakan merupakan penjabaran dari *blueprint* yang telah dibuat.

b. Menentukan karakteristik jawaban

Jawaban yang digunakan dibuat berdasarkan skala likert dengan alternatif jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat

Sesuai (SS). Skoring yang digunakan yaitu 4, 3, 2, 1 untuk aitem *favourable*, sedangkan 1, 2, 3, 4 untuk aitem *unfavourable*.

c. Membuat aitem

Peneliti membuat aitem sesuai dengan dimensi dan indikator yang telah ditentukan sehingga setiap aitem harus merujuk dan sesuai dengan apa yang diungkap dalam penelitian. Aitem terdiri dari 2 (dua) macam yaitu aitem *favourable* dan *unfavourable*. Aitem *favorable* merupakan aitem yang berisi pernyataan yang sesuai dan mendukung pada variabel yang diukur. Sedangkan aitem *unfavorable* adalah aitem yang berisi pernyataan yang tidak mendukung atau tidak sesuai dengan indikator variabel yang diukur.

d. Membuat alat ukur

Alat ukur yang dibuat oleh peneliti memiliki beberapa format, yaitu halaman sampul, kata pengantar, petunjuk pengisian, dan butir-butir aitem. Halaman sampul dibuat sejelas mungkin kriteria responden yang diharapkan dan disertai dengan *link* pengisian skala penelitian yang dibuat semudah mungkin digunakan. Penelitian ini menggunakan metode *online* yaitu dengan menggunakan *google form* dan menyebar *link* pengisian skala kepada para subjek. Jumlah aitem dalam penelitian ini berjumlah total 55 aitem yang terdiri dari 20 aitem untuk skala minat melamar kerja dan 35 aitem skala reputasi perusahaan.

e. Pelaksanaan uji coba *(try out)*

Uji coba penelitain dilakukan dengan memberikan link skala penelitian kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini yaitu mahasiswa

angkatan 2016 Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 18 Maret hingga 4 Mei 2020 menggunakan skala yang berjumlah 55 aitem yang terdiri dari 20 aitem skala minat melamar kerja dan 35 aitem akala reputasi perusahaan. Kedua skala yang digunakan dalam penelitian ini disusun menggunakan *google form* dan diuji cobakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kedua skala tersebut dalam penelitian ini.

4.1.4 Uji Coba Instrumen *(Try Out)*

Uji coba instrumen dilakukan pada tanggal 18 Maret hingga 4 Mei 2020 di Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini menggunakan try out terpakai. Setelah memberikan skala penelitian kepada 252 subjek yang telah ditentukan selanjutnya melakukan skoring dan hasil ditabulasi serta dianalisis menggunakan program pengolah data. Analisis yang dilakukan adalah uji validitas dan reliablitias pada aitem yang telah diisi oleh subjek.

4.2 Pelaksanaan Penelitian

4.2.1 Pengumpulan Data

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 18 Maret hingga 6 Mei 2020. Pengumpulan data menggunakan skala Minat Melamar Kerja dan Reputasi Perusahaan yang memiliki empat alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S) dan Sangat Sesuai (SS). Pernyataan favourable mempunyai nilai tertinggi 4 untuk jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 3 untuk jawaban Sesuai (S), nilai 2 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS) dan nilai terendah 1 untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Sebaliknya, pernyataan unfavourable mempunyai nilai tertinggi 4 untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai

(STS), nilai 3 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS), nilai 2 untuk jawaban Sesuai (S) dan nilai terendah 1 untuk jawaban Sangat Seuai (SS).

4.2.2 Pemberian Skoring

Pemberian skor (*skoring*) dilakukan ketika peneliti telah selesai menghimpun data penelitian. *Skoring* dilakukan dengan memberikan skor atau nilai pada masing-masing jawaban subjek. Rentang skor yang digunakan dalam skoring antara satu sampai empat. Pemberian skor pada aitem *favorable* diberikan mulai dari skor empat untuk jawaban Sangat Sesuai (SS), skor 3 untuk jawaban Sesuai (S), skor 2 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS), dan skor satu untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk aitem *unfavorable* dilakukan *skoring* dengan memberikan skor satu untuk jawaban Sangat Sesuai (SS), skor dua untuk jawaban Sesuai (S), skor tiga untuk jawaban Tidak Sesuai (TS), dan skor empat untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). *Skoring* tersebut dilakukan baik untuk skala minat melamar kerja dan skala reputasi perusahaan. Setelah selesai dengan proses *skoring*, kemudian data ditabulasi dan dilakukan olah data. Olah data yang dilakukan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi (uji normalitas dan uji linieritas), dan uji hipotesis.

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Bab 3, halaman 37 sampai dengan 43.

4.4 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang disajikan adalah uji asumsi dan uji hipotesis. Hasil pengolahan data penelitian disajikan sebagai berikut.

4.4.1 Analisis Inferensial

4.4.1.1 Hasil Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan sebelum data dianalisis mebggunakan teknik statistik dengan tujuan untuk menentukan teknik statistik yang tepat. Uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas dan uji linieritas.

4.4.1.2 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan *software* pengolah data. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Minat Melamar Pekerjaan	Reputasi Perusahaan
N		252	252
Normal Parameters[a,b]	Mean	68.6587	118.0516
	Std. Deviation	6.13742	12.83644
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.080
	Positive	.044	.080
	Negative	-.093	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.477	1.271
Asymp. Sig. (2-tailed)		.026	.079

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Data dinyatakan berdistribusi normal jika p > 0,01 dan jika p < 0,01 maka data dinyatakan tidak normal. Berdasarkan tabel 4.3 diketahui hasil uji normalitas data reputasi perusahaan diperoleh koefisien K-SZ sebesar 1.271 dengan nilai signifikansi sebesar 0,079 (p > 0,01) sehingga sebaran data skala reputasi perusahaan berdistribusi normal. Kemudian berdasarkan tabel 4.21 juga diketahui

hasil uji normalitas data minat melamar kerja diperoleh koefisien K-SZ sebesar 1.477 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026 (p > 0,01) sehingga sebaran data skala minat melamar kerja berdistribusi normal.

4.4.1.3 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas untuk mengetahui apakah kedua data, variabel X dan Y memiliki hubungan yang linier atau tidak. Pengujian linieritas dilakukan dengan uji F melalui bantuan *software* pengolah data. Data dikatakan linier jika p < 0, 05 untuk TS 5%.

Tabel 4.2 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

	Minat Melamar Pekerjaan * Reputasi Perusahaan				
	Between Groups			Within Groups	Total
	(Combined)	Linearity	Deviation from Linearity		
Sum of Squares	4861.529	2940.796	1920.733	4593.122	9454.651
df	47	1	46	204	251
Mean Square	103.437	2940.796	41.755	22.515	
F	4.594	130.613	1.855		
Sig.	.000	.000	.002		

Berdasarkan hasil uji linieritas yang dapat dilihat pada tabel 4.2, variabel minat melamar kerja dan reputasi perusahaan diperoleh nilai p sebesar 0,000. Dapat dilihat bahwa p < 0,05, sehingga hubungan antara variabel minat melamar pekerjaan dan reputasi perusahaan adalah linier.

4.4.1.4 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan *software* pengolah data. Tabel hasil pengujian hipotesis tersaji sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2940.796	1	2940.796	112.867	.000[b]
	Residual	6513.855	250	26.055		
	Total	9454.651	251			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa F hitung sebesar 112.867 dengan taraf signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka model regresi dapat digunakan untuk untuk memprediksi minat melamar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja sehingga hipotetis penelitian yang diajukan dapat diterima. Untuk mengetahui besarnya pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Hasil Analisis Besarnya Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558[a]	.311	.308	5.10445

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

b. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai regresi antara variabel reputasi perusahaan dan minat melamar kerja (R) sebesar 0,558 sedangkan koefisien determinasinya (R Square) 0,311. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja adalah sebesar 31.1%, sedangkan sisanya (68,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diungkap pada penelitian ini.

4.4.2 Analisis Deskriptif

4.4.2.1 Gambaran Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Penilaian minat melamar kerja yang dilakukan oleh peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa skala. Skala minat melamar kerja disusun dari indikator minat melamar kerja. Penyusunan skala minat melamar kerja tersebut menjadi gambaran penilaian minat melamar kerja baik secara umum maupun secara spesifik.

4.4.2.1.1 Gambaran Umum Minat Melamar Kerja pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Gambaran umum minat melamar kerja diungkap melalui 4 indikator yaitu (1) Kebutuhan akan Pekerjaan, (2) Pencarian Informasi Pekerjaan, (3) Penentuan Pilihan Pekerjaan, dan (4) Pembuatan Keputusan. Minat melamar kerja diungkap dengan menggunakan skala minat melamar kerja dengan total jumlah item sebanyak 20 item. Skala minat melamar kerja memiliki skor terbesar 4 dan skor terendah 1 untuk tiap item. Hasil pengujian statistik deskriptif minat melamar kerja menggunakan bantuan *software* pengolah data sebagai berikut:

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Melamar Kerja	252	48	80	68.658	6.13742
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi minat melamar kerja dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = 20 x 4 = 80

Skor terendah (Xr) = 20 x 1 = 20

Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{80+20}{2} = 50$

Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{80-20}{6} = 10$

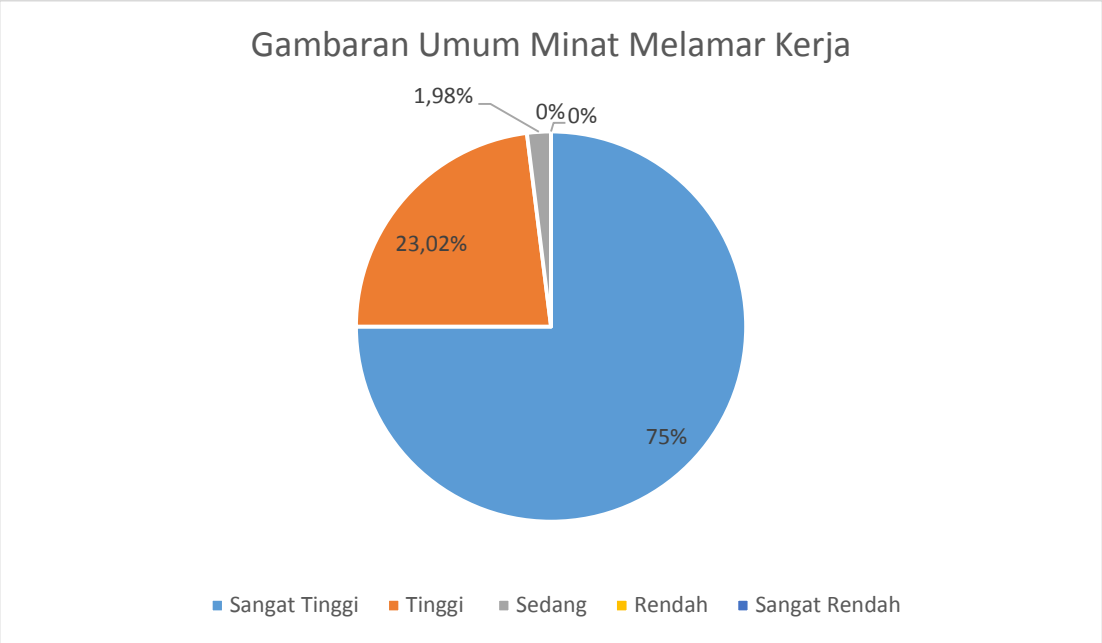
Berdasarkan tabel 3.9 diperoleh penggolongan minat melamar kerja sebagai berikut:

Tabel 4.6 Gambaran Umum Minat Melamar Kerja

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1{,}5\,\sigma \leq X$	$65 \leq X$	Sangat Tinggi	189	75%
$\mu + 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 1{,}5\sigma$	$55 \leq X < 65$	Tinggi	58	23.02%
$\mu - 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 0{,}5\sigma$	$45 \leq X < 55$	Sedang	5	1.98%
$\mu - 1{,}5\sigma \leq X < \mu - 0{,}5\sigma$	$35 \leq X < 45$	Rendah	0	0%
$X < \mu - 1{,}5\sigma$	$X < 35$	Sangat Rendah	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa minat melamar kerja pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang terdiri dari 3 kategori yaitu sangat tinggi,

tinggi dan sedang dengan rincian sebanyak 189 (75%) subjek berada dalam kategori sangat tinggi, sebanyak 58 (23.02%) subjek berada dalam kategori tinggi dan sebanyak 5 (1.98%) subjek berada dalam kategori sedang. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 68.658 berada pada interval 65 ≤ X dan berada dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran umum minat melamar kerja mahasiswa Universitas Negeri Semarang berada dalam kategori sangat tinggi. Diagram gambaran umum minat melamar kerja adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Diagram Gambaran Umum Minat Melamar Kerja

4.4.2.1.2 Gambaran Spesifik Minat Melamar Kerja pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Gambaran minat melamar kerja secara spesifik dapat dilihat dari keempat indikator penyusunan skala minat melamar kerja. Keempat indikator tersebut

adalah : (1) kebutuhan akan pekerjaan, (2) pencarian informasi pekerjaan, (3) penentuan pilihan pekerjaan, dan (4) pembuatan keputusan.

4.4.2.1.2.1 Gambaran Minat Melamar Kerja berdasarkan Kebutuhan akan Pekerjaan

Gambaran minat melamar kerja berdasarkan indikator kebutuhan akan pekerjaan diwakili oleh 5 aitem yang terletak pada nomor 1. 2. 3. 4. dan 5. Berikut ini statistik deskriptif indikator kebutuhan akan pekerjaan dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Kebutuhan akan Pekerjaan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebutuhan akan Pekerjaan	252	12	20	18.547	1.66332
Valid N (listwise)	252				

Kategorisasi distribusi minat melamar kerja berdasarkan indikator kebutuhan akan pekerjaan secara teoritik dilakukan secara manual dengan rincian sebagai berikut:

Jumlah item = 5

Skor tertinggi (Xt) = jumlah item x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah item x 1 = 5 x 1 = 5

Mean teoritis (μ) = $\frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

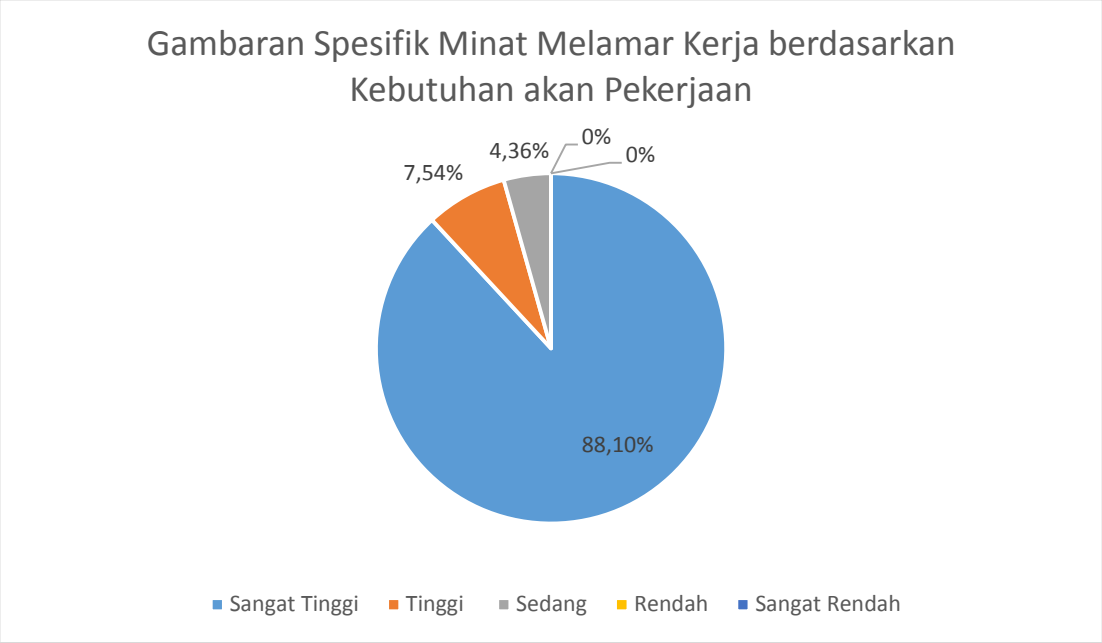
Standar deviasi (σ) = $\frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi minat melamar kerja berdasarkan indikator kebutuhan akan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.8 Minat Melamar Kerja berdasarkan Kebutuhan akan Pekerjaan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Tinggi	222	88.10%
$\mu +0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Tinggi	19	7.54%
$\mu -0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Sedang	11	4.36%
$\mu -1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Rendah	0	0%
$X < \mu – 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Rendah	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa minat melamar kerja berdasarkan kebutuhan akan pekerjaan terdiri dari 3 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi dan sedang dengan rincian sebanyak 222 (88.10%) subjek berada dalam kategori tinggi dan sebanyak 19 (7.54%) subjek berada dalam kategori tinggi dan sebanyak 11 (4.36%) subjek nerada dalam kategori sedang. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 18.547 berada pada interval $16.25 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran umum minat melamar kerja berdasarkan kebutuhan akan pekerjaan berada dalam kategori sangat tinggi. Diagram gambaran spesifik minat melamar kerja berdasarkan kebutuhan akan pekerjaan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.2 Diagram Gambaran Minat Melamar Kerja berdasarkan Kebutuhan akan Pekerjaan

4.4.2.1.2.2 Gambaran Minat Melamar Kerja berdasarkan Pencarian Informasi Pekerjaan

Gambaran minat melamar kerja berdasarkan indikator pencarian informasi pekerjaan diwakili oleh 5 aitem yang terletak pada nomor 6. 7. 8. 9. dan 10. Berikut ini statistik deskriptif indikator pencarian informasi pekerjaan dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Pencarian Informasi Pekerjaan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pencarian Informasi Pekerjaan	252	5	20	17.396	2.7573
Valid N (listwise)	252				

Kategorisasi distribusi minat melamar kerja berdasarkan indikator kebutuhan akan pekerjaan secara teoritik dilakukan secara manual dengan rincian sebagai berikut:

Jumlah item = 5

Skor tertinggi (Xt) = jumlah item x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah item x 1 = 5 x 1 = 5

Mean teoritis (μ) = $\frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

Standar deviasi (σ) = $\frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

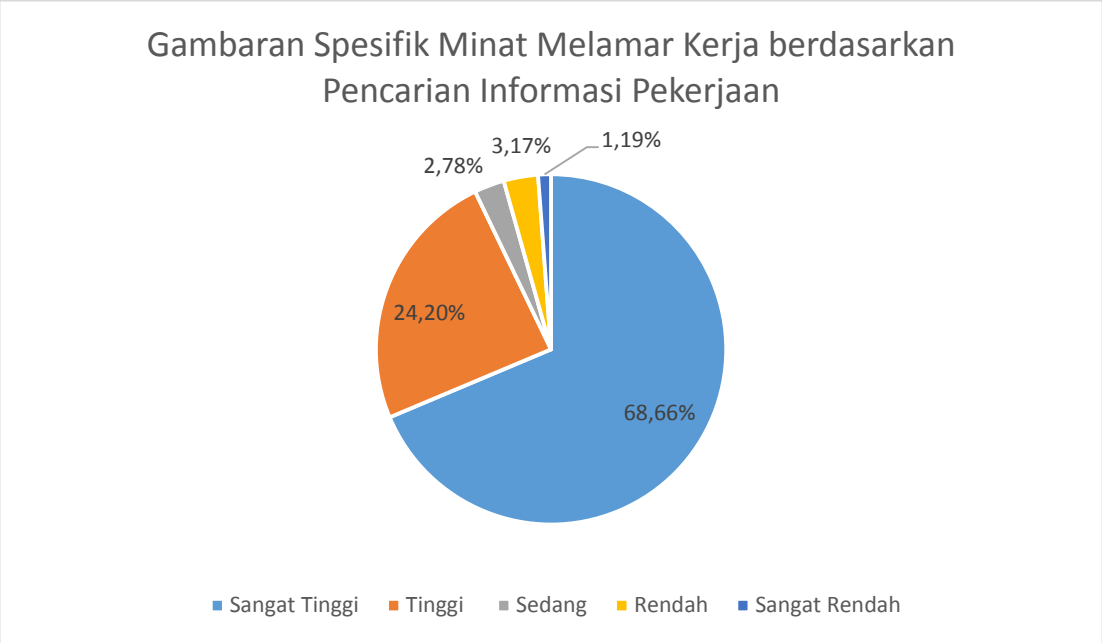
Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi minat melamar kerja berdasarkan indikator kebutuhan akan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10 Minat Melamar Kerja berdasarkan Pencarian Informasi Pekerjaan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Tinggi	173	68.66%
$\mu + 0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Tinggi	61	24.20%
$\mu - 0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Sedang	7	2.78
$\mu - 1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Rendah	8	3.17
$X < \mu - 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Rendah	3	1.19
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa minat melamar kerja berdasarkan pencarian informasi pekerjaan terdiri dari 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah dengan rincian sebanyak 173 (68.66%) subjek berada dalam kategori sangat tinggi, sebanyak 61 (24.20%) subjek

berada dalam kategori tinggi, sebanyak 7 (2.78%) subjek berada dalam kategori sedang, sebanyak 8 (3.17%) subjek berada dalam kategori rendah dan sebanyak 3 (1.19%) subjek berada dalam kategori sangat rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 17.396 berada pada interval $16.25 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran umum minat melamar kerja berdasarkan pencarian informasi pekerjaan berada dalam kategori sangat tinggi. Diagram gambaran spesifik minat melamar kerja berdasarkan pencarian informasi pekerjaan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.3 Diagram Gambaran Minat Melamar Kerja bedasarkan Pencarian Informasi Pekerjaan

4.4.2.1.2.3 Gambaran Minat Melamar Kerja berdasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan

Gambaran minat melamar kerja berdasarkan indikator penentuan pilihan pekerjaan diwakili oleh 5 aitem yang terletak pada nomor 11. 12. 13. 14. dan 15.

Berikut ini statistik deskriptif indikator penentuan pilihan pekerjaan dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penentuan Pilihan Pekerjaan	252	10	20	15.484	1.98695
Valid N (listwise)	252				

Kategorisasi distribusi minat melamar kerja berdasarkan indikator penentuan pilihan pekerjaan secara teoritik dilakukan secara manual dengan rincian sebagai berikut:

Jumlah item = 5

Skor tertinggi (Xt) = jumlah item x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah item x 1 = 5 x 1 = 5

Mean teoritis (μ) = $\frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

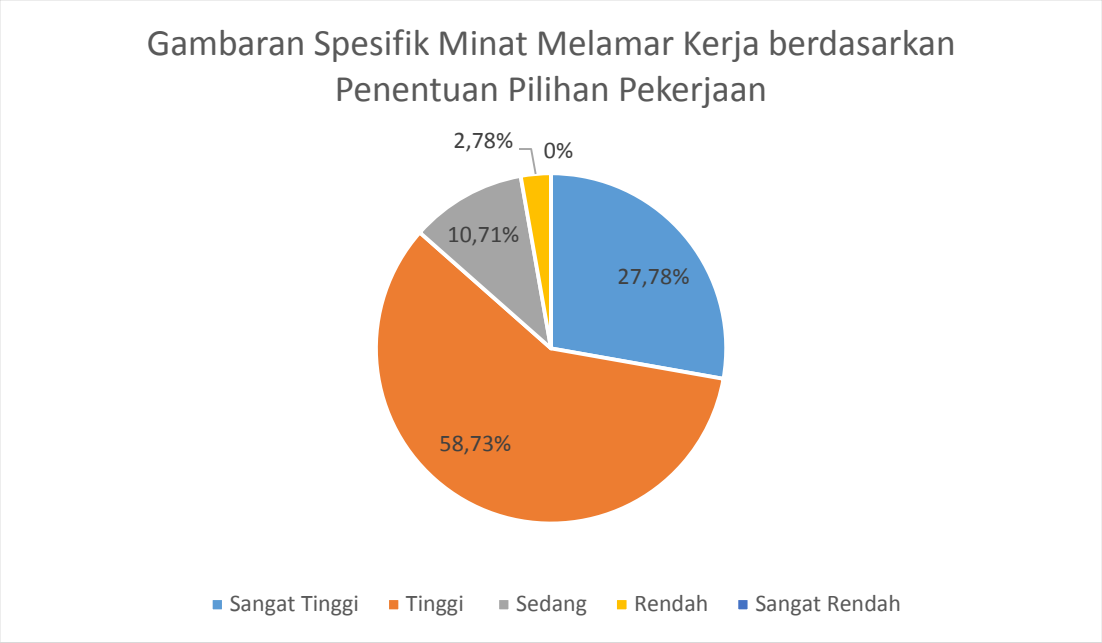
Standar deviasi (σ) = $\frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi minat melamar kerja berdasarkan indikator penentuan pilihan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.12 Minat Melamar Kerja berdasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Tinggi	70	27.78%
$\mu +0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Tinggi	148	58.73%
$\mu -0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Sedang	27	10.71%
$\mu -1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Rendah	7	2.78
$X < \mu – 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Rendah	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa minat melamar kerja berdasarkan penentuan pilihan pekerjaan terdiri dari 4 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang dan rendah dengan rincian sebanyak 70 (27.78%) subjek berada dalam kategori sangat tinggi dan sebanyak 148 (58.73%) subjek berada dalam kategori tinggi, sebanyak 27 (10.71%) subjek berada dalam kategori sedang dan sebanyak 7 (2.78%) subjek berada dalam kategori rendah.. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 15.484 berada pada interval $13.75 \leq X < 16.25$ dan berada dalam kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran umum minat melamar kerja berdasarkan penentuan pilihan pekerjaan berada dalam kategori tinggi. Diagram gambaran spesifik minat melamar kerja berdasarkan penentuan pilihan pekerjaan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.4 Diagram Gambaran Minat Melamar Kerja bedasarkan Penentuan Pilihan Pekerjaan

4.4.2.1.2.4 Gambaran Minat Melamar Kerja berdasarkan Pembuatan Keputusan

Gambaran minat melamar kerja berdasarkan indikator pembuatan keputusan diwakili oleh 5 aitem yang terletak pada nomor 16. 17. 18. 19. dan 20. Berikut ini statistik deskriptif indikator pembuatan keputusan dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Minat Melamar Kerja berdasarkan Pembuatan Keputusan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembuatan Keputusan	252	12	20	17.230	2.10544
Valid N (listwise)	252				

Kategorisasi distribusi minat melamar kerja berdasarkan indikator pembuatan keputusan secara teoritik dilakukan secara manual dengan rincian sebagai berikut:

Jumlah item = 5

Skor tertinggi (Xt) = jumlah item x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah item x 1 = 5 x 1 = 5

Mean teoritis (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

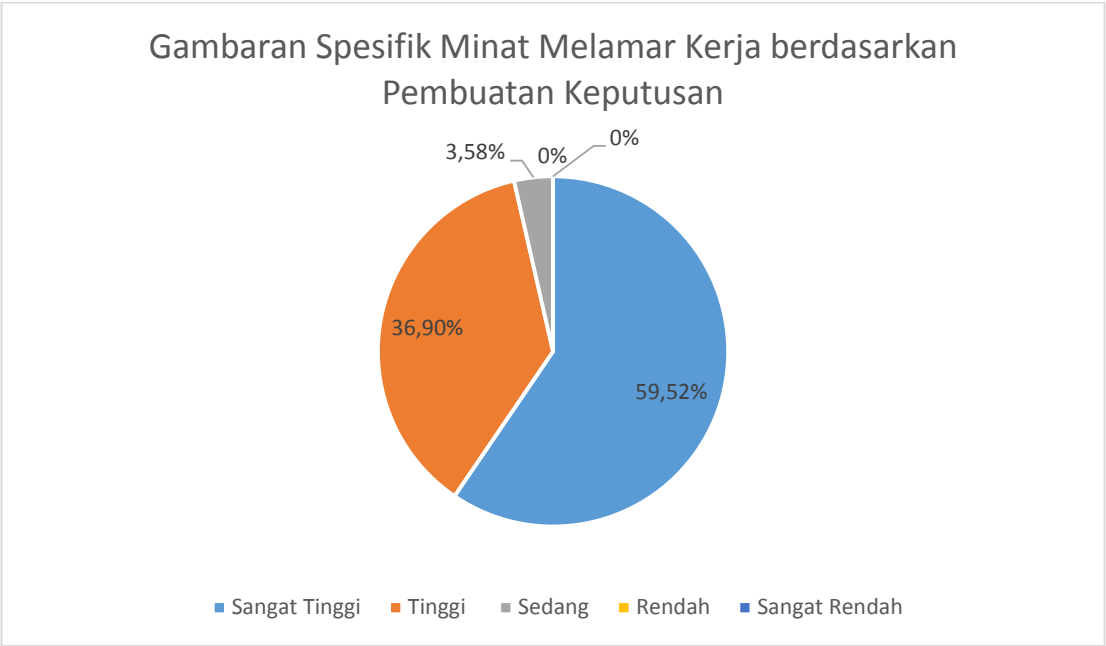
Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi minat melamar kerja berdasarkan indikator pembuatan keputusan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.14 Minat Melamar Kerja berdasarkan Pembuatan Keputusan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Tinggi	150	59.52%
$\mu +0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Tinggi	93	36.90%
$\mu -0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Sedang	9	3.58%
$\mu -1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Rendah	0	0%
$X < \mu – 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Rendah	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa minat melamar kerja berdasarkan penentuan pilihan pekerjaan terdiri dari 3 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi dan sedang dengan rincian sebanyak 150 (59.52%) subjek berada dalam kategori sangat tinggi dan sebanyak 93 (36.90%) subjek berada dalam kategori tinggi dan sebanyak 9 (3.58%) subjek berada dalam kategori sedang.. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 17.232 berada pada interval $16.25 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran umum minat melamar kerja berdasarkan pembuatan keputusan berada dalam kategori sangat tinggi. Diagram gambaran spesifik minat melamar kerja berdasarkan pembuatan keputusan adalah sebagai berikut :



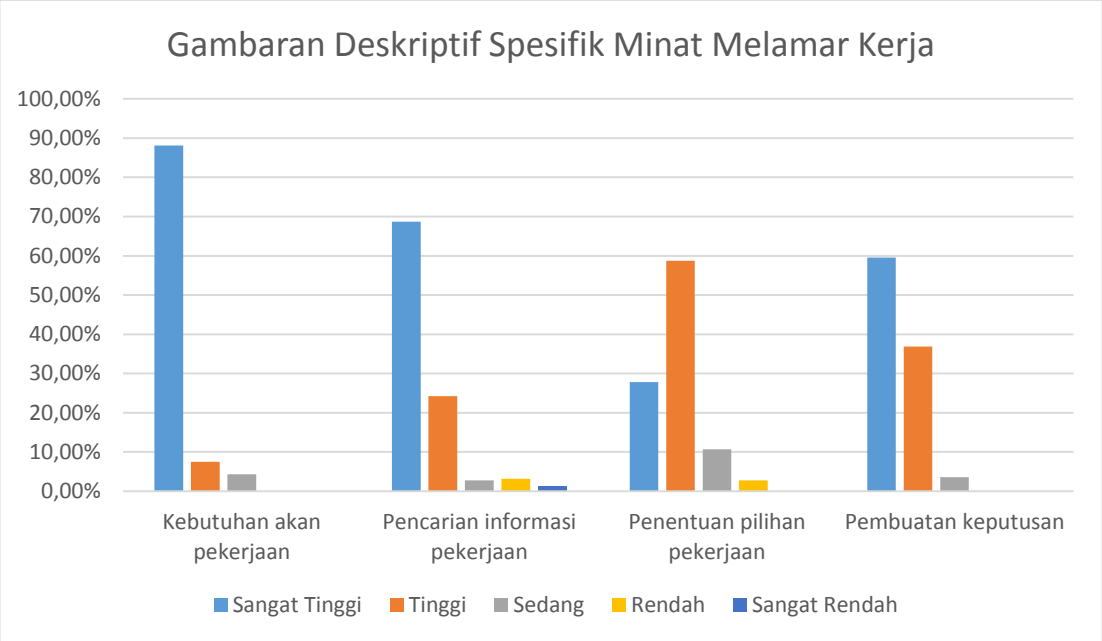
Gambar 4.5 Diagram Gambaran Minat Melamar Kerja bedasarkan Pembuatan Keputusan

Ringkasan penjelasan secara deskriptif gambaran spesifik minat melamar kerja pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15 Ringkasan Deskriptif Gambaran Spesifik Minat Melamar Kerja

No.	Indikator	Kategori				
		Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah
1.	Kebutuhan akan pekerjaan	88.10 %	7.54%	4.36%	0%	0%
2.	Pencarian informasi pekerjaan	68.66 %	24.20 %	2.78%	3.17%	1.19%
3.	Penentuan pilihan pekerjaan	27.78 %	58.73 %	10.71 %	2.78%	0%
4.	Pembuatan keputusan	59.52 %	36.90 %	3.58%	0%	0%

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa rata-rata indikator minat melamar kerja dalam kategori sangat tinggi. Adapun gambaran secara detail dapat dilihat pada gambar diagram dibawah ini:



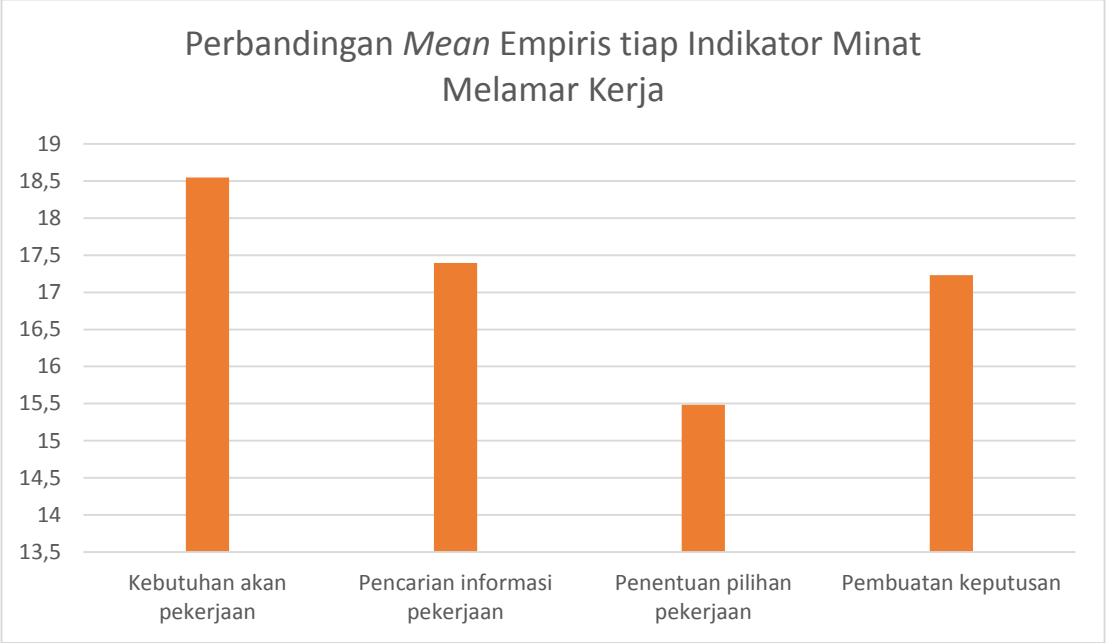
Gambar 4.6 Diagram Gambaran Deskriptif Spesifik Minat Melamar Kerja

Penentuan indikator yang paling memiliki kontribusi besar diantara keempat indikator minat melamar kerja dilakukan dengan membandingkan mean empiris tiap indikator. Perbandingan mena empiris tiap indikator disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.16 Perbandingan *Mean* Empiris tiap Indikator Minat Melamar Kerja

No.	Indikator	*Mean* Empiris
1.	Kebutuhan akan pekerjaan	18.5476
2.	Pencarian informasi pekerjaan	17.3968
3.	Penentuan pilihan pekerjaan	15.4841
4.	Pembuatan keputusan	17.2302

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa indikator kebutuhan akan pekerjaan memiliki *mean* empiris tertinggi yaitu 18.5476. Hal tersebut berarti indikator kebutuhan akan pekerjaan merupakan indikator yang memiliki kontribusi paling besar dalam menentukan tinggi rendahnya minat melamar kerja pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Diagram perbandingan mean empiris dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.7 Diagram Perbandingan *Mean* Empiris tiap Indikator Minat Melamar Kerja

4.4.2.2 Gambaran Reputasi Perusahaan

Penilaian reputasi perusahaan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa skala. Skala reputasi perusahaan disusun dari dimensi reputasi perusahaan. Penyusunan skala reputasi perusahaan tersebut menjadi gambaran penilaian reputasi perusahaan baik secara umum maupun secara spesifik.

4.4.2.2.1 Gambaran Umum Reputasi Perusahaan

Gambaran umum reputasi perusahaan diungkap melalui 6 dimensi yaitu (1) Ketertarikan Emosi *(Emotional Appeal),* (2) Produk dan Layanan *(Product and Services),* (3) Lingkungan Kerja *(Workplace Environment),* (4) Performa Finansial *(Financial Performance),* (5) Visi dan Kepemimpinan *(Vision and Leadership),* dan (6) Tanggungjawab Sosial *(Social Responsibility).* Reputasi perusahaan diungkap dengan menggunakan skala reputasi perusahaan dengan total jumlah item sebanyak

35 item. Skala reputasi perusahaan memiliki skor terbesar 4 dan skor terendah 1 untuk tiap item. Hasil pengujian statistik deskriptif reputasi perusahaan menggunakan bantuan *software* pengolah data sebagai berikut:

Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Reputasi Perusahaan	252	77	140	118.0516	12.83644
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = 35 x 4 = 140

Skor terendah (Xr) = 35 x 1 = 35

Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{140+35}{2} = 87.5$

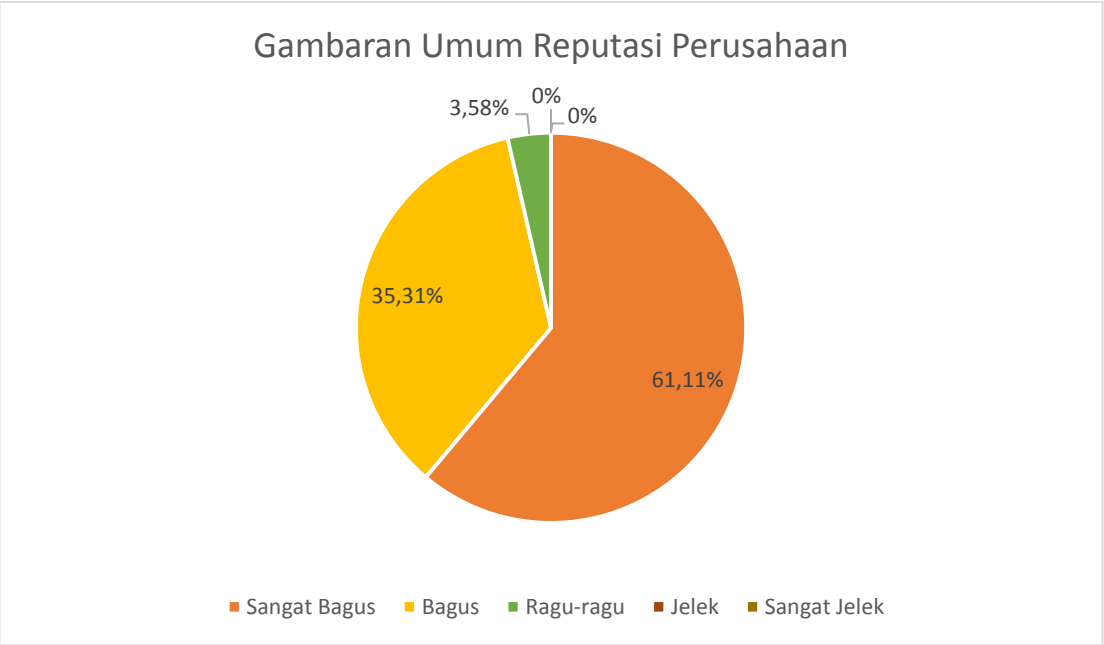
Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{140-35}{6} = 17.5$

Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi reputasi perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.18 Gambaran Umum Reputasi Perusahaan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1{,}5\ \sigma \leq X$	$113.75 \leq X$	Sangat Bagus	154	61.11%
$\mu + 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 1{,}5\sigma$	$96.25 \leq X < 113.75$	Bagus	89	35.31%
$\mu - 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 0{,}5\sigma$	$78.75 \leq X < 96.25$	Ragu-ragu	9	3.58%
$\mu - 1{,}5\sigma \leq X < \mu - 0{,}5\sigma$	$61.25 \leq X < 78.75$	Jelek	0	0%
$X < \mu - 1{,}5\sigma$	$X < 61.25$	Sangat Jelek	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 3 kategori yaitu sangat bagus, bagus dan ragu-ragu dengan rincian sebanyak 154 (61.11%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 89 (35.31%) subjek berada dalam kategori bagus dan sebanyak 9 (3.58%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 118.0516 berada pada interval $113.75 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran umum reputasi perusahaan berada dalam kategori sangat baik. Diagram gambaran umum reputasi perusahaan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.8 Diagram Gambaran Umum Reputasi Perusahaan

4.4.2.2.2 Gambaran Spesifik Reputasi Perusahaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Gambaran spesifik reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang dapat dilihat dari msing-masing dimensi penyusun skala reputasi

perusahaan. Dimensi-dimensi tersebut adalah (1) Ketertarikan Emosi *(Emotional Appeal),* (2) Produk dan Layanan *(Product and Services),* (3) Lingkungan Kerja *(Workplace Environment),* (4) Performa Finansial *(Financial Performance),* (5) Visi dan Kepemimpinan *(Vision and Leadership),* dan (6) Tanggungjawab Sosial *(Social Responsibility).*

4.4.2.2.2.1 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Ketertarikan Emosi *(Emotional Appeal)*

Gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi ketertarikan emosi diwakili oleh 3 indikator dan 5 aitem yang terletak pada nomor 1. 2. 3. 4. dan 5. Berikut ini statistik deskriptif dimensi ketertarikan emosi dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Ketertarikan Emosi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ketertarika Emosi	252	8	20	16.5794	2.28403
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi ketertarikan emosi dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = jumlah aitem x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah aitem x 1 = 5 x 1 = 5

Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

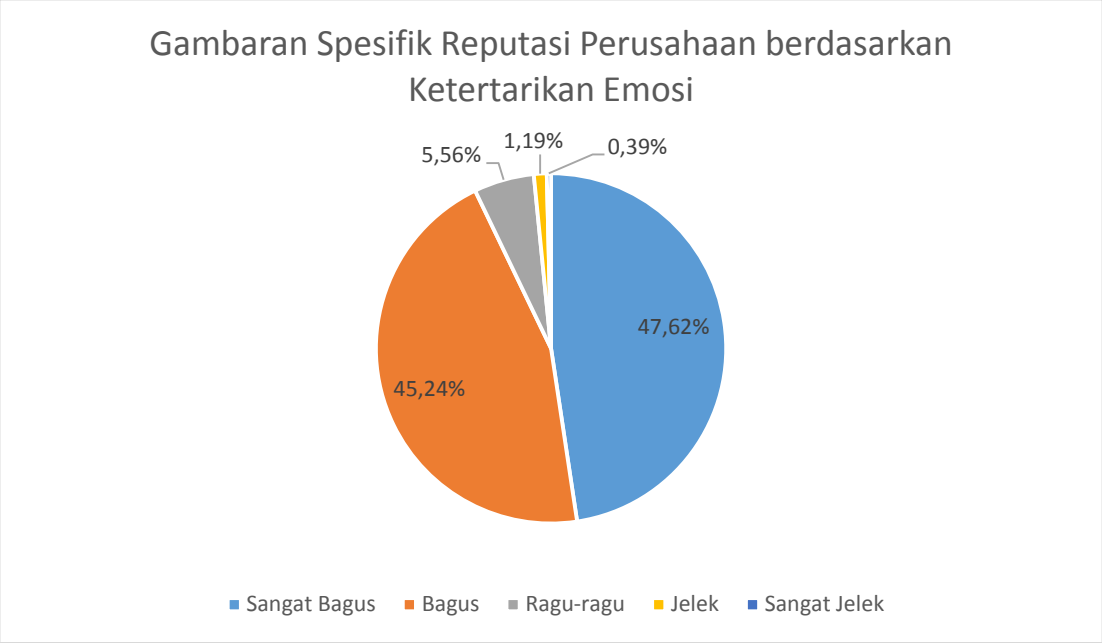
Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi ketertarikan emosi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.20 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Ketertarikan Emosi

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Bagus	120	47.62%
$\mu +0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Bagus	114	45.24%
$\mu -0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Ragu-ragu	14	5.56%
$\mu -1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Jelek	3	1.19%
$X < \mu – 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Jelek	1	0.39%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 5 kategori yaitu sangat bagus, bagus, ragu-ragu, jelek dan sangat jelek dengan rincian sebanyak 120 (47.62%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 114 (45.24%) subjek berada dalam kategori bagus, sebanyak 14 (5.56%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu, sebanyak 3 (1.19%) subjek berada dalam kategori jelek, dan sebanyak 1 (0.39%) subjek berada dalam kategori sangat jelek. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 16.5794 berada pada interval $16.25 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi ketertarikan emosi berada dalam kategori sangat bagus. Diagram gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi ketertarikan emosi adalah sebagai berikut :



Gambar 4.9 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Ketertarikan Emosi

4.4.2.2.2.2 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Produk dan Jasa *(Product and Services)*

Gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi produk dan jasa diwakili oleh 4 indikator dan 7 aitem yang terletak pada nomor 6, 7, 8, 9, 10, 11 dan 12. Berikut ini statistik deskriptif dimensi produk dan jasa dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Produk dan Jasa

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk dan Jasa	252	11	28	22.5079	3.20046
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi produk dan jasa dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = jumlah aitem x 4 = 7 x 4 = 28

Skor terendah (Xr) = jumlah aitem x 1 = 7 x 1 = 7

Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{28+7}{2} = 17.5$

Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{28-7}{6} = 3.5$

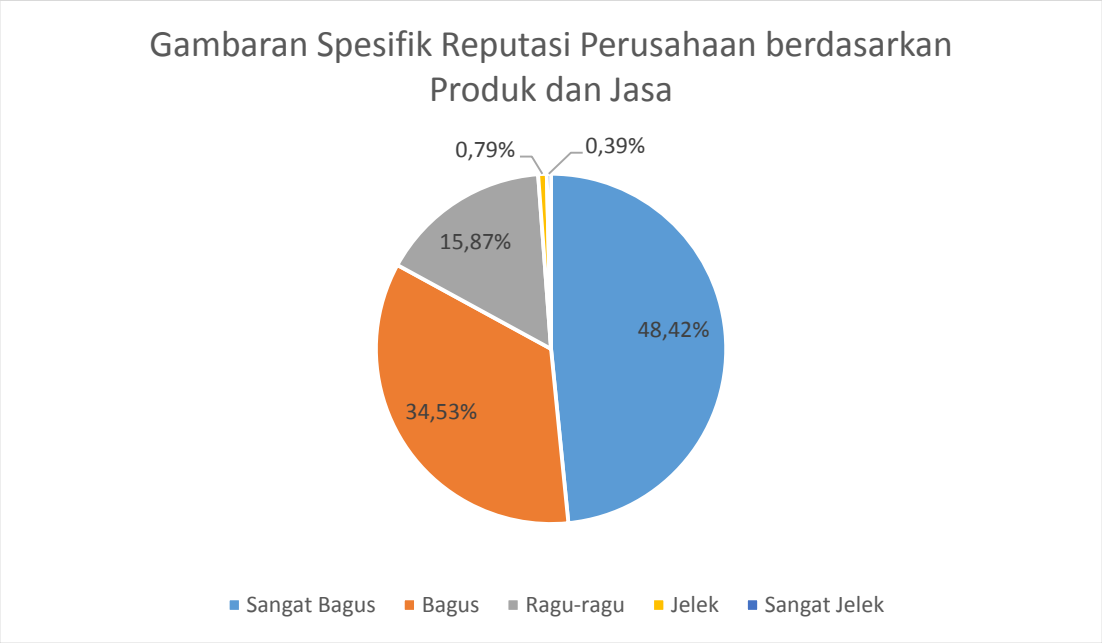
Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi produk dan jasa dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.22 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Produk dan Jasa

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\sigma \leq X$	$22.75 \leq X$	Sangat Bagus	122	48.42%
$\mu + 0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$19.25 \leq X < 22.75$	Bagus	87	34.53%
$\mu - 0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$15.75 \leq X < 19.25$	Ragu-ragu	40	15.87%
$\mu - 1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$12.25 \leq X < 15.75$	Jelek	2	0.79%
$X < \mu - 1,5\sigma$	$X < 12.25$	Sangat Jelek	1	0.39%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 5 kategori yaitu sangat bagus, bagus, ragu-ragu, jelek dan sangat jelek dengan rincian sebanyak 122 (48.42%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 87 (34.53%) subjek berada dalam kategori bagus, sebanyak 40 (15.87%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu, sebanyak 2 (0.79%) subjek berada dalam kategori jelek, dan sebanyak 1 (0.39%) subjek berada dalam kategori sangat jelek. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 22.5079

berada pada interval 22.75 $\leq$ X dan berada dalam kategori sangat bagus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi produk dan jasa berada dalam kategori sangat bagus. Diagram gambaran reputasi perusahaan berdasarkan produk dan jasa adalah sebagai berikut :



Gambar 4.10 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Produk dan Jasa

4.4.2.2.2.3 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Visi dan Kepemimpinan *(Vision and Leadership)*

Gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi visi dan kepemimpinan diwakili oleh 3 indikator dan 5 aitem yang terletak pada nomor 13, 14, 15, 16 dan 17. Berikut ini statistik deskriptif dimensi visi dan kepemimpinan dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.23 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Visi dan Kepemimpinan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Visi dan Kepemimpinan	252	11	20	16.9881	2.28364
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi visi dan kepemimpinan dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = jumlah aitem x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah aitem x 1 = 5 x 1 = 5

Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

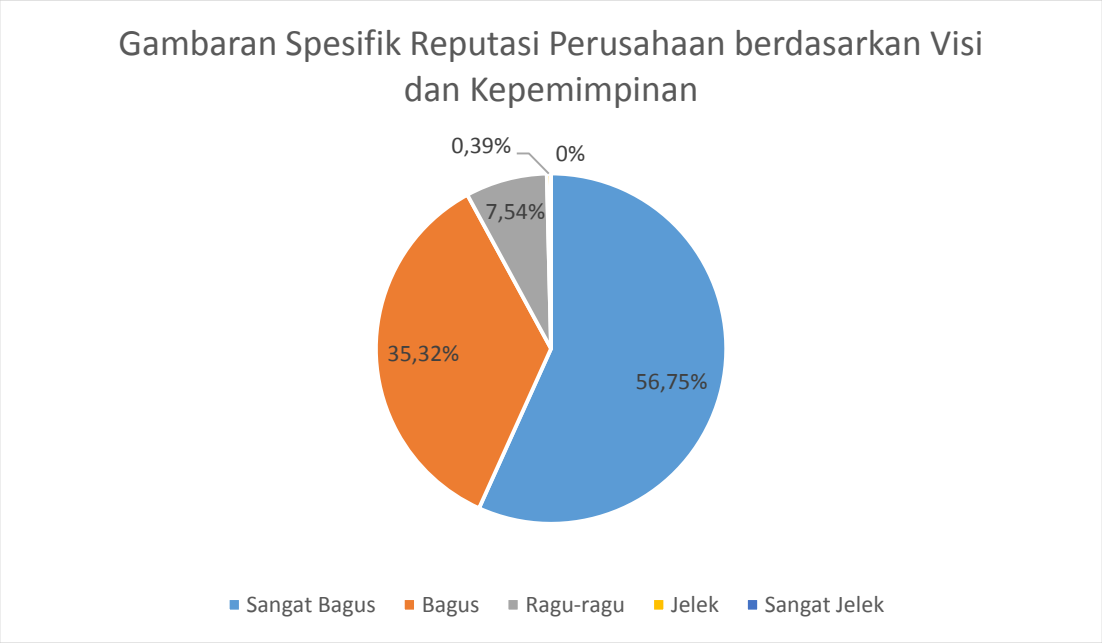
Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

Berdasarkan kriteria sebagaimana pada tabel 3.9 diperoleh hasil deskripsi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi visi dan kepemimpinan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.24 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Visi dan Kepemimipinan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Bagus	143	56.75%
$\mu +0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Bagus	89	35.32%
$\mu -0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Ragu-ragu	19	7.54%
$\mu -1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Jelek	1	0.39%
$X < \mu – 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Jelek	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 4 kategori yaitu sangat bagus, bagus, ragu-ragu dan jelek dengan rincian sebanyak 143 (56.75%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 89 (35.32%) subjek berada dalam kategori bagus, sebanyak 19 (7.54%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu, dan sebanyak 1 (0.39%) subjek berada dalam kategori jelek. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh mean empiris sebesar 16.9881 berada pada interval $16.25 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat bagus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi visi dan kepemimpinan berada dalam kategori sangat bagus. Diagram gambaran reputasi perusahaan berdasarkan visi dan kepemimpinan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.11 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Visi dan Kepemimpinan

4.4.2.2.2.4 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Lingkungan Kerja *(Workplace Environment)*

Gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi lingkungan kerja diwakili oleh 3 indikator dan 5 aitem yang terletak pada nomor 18, 19, 20, 21 dan 22. Berikut ini statistik deskriptif dimensi lingkungan kerja dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.25 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Lingkungan Kerja

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lingkungan Kerja	252	11	20	16.6587	2.25880
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi lingkungan kerja dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = jumlah aitem x 4 = 5 x 4 = 20

Skor terendah (Xr) = jumlah aitem x 1 = 5 x 1 = 5

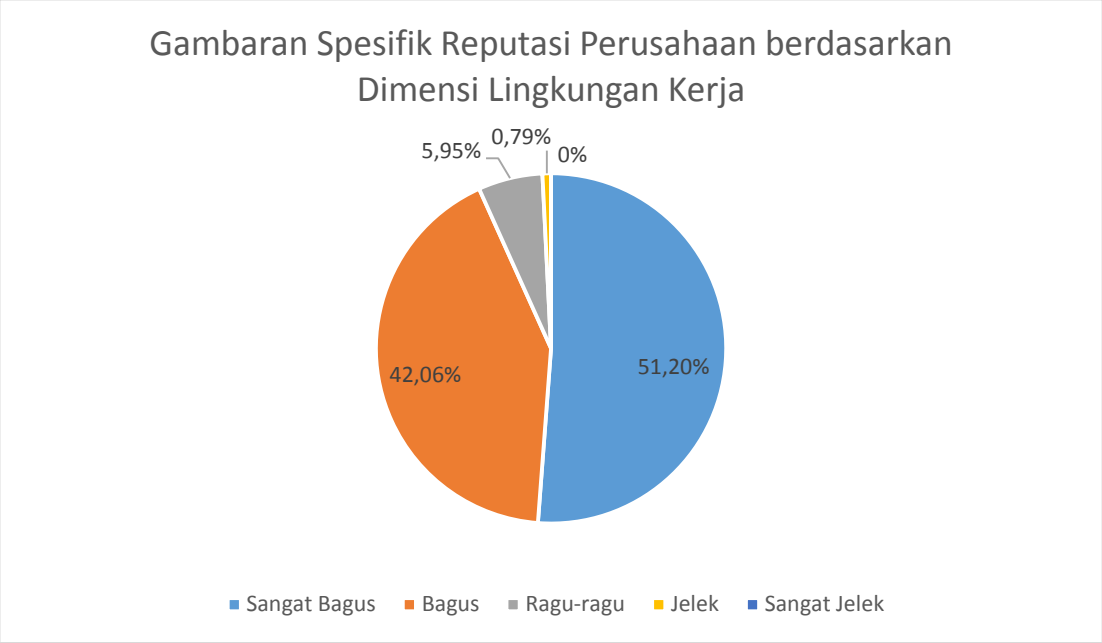
Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{20+5}{2} = 12.5$

Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{20-5}{6} = 2.5$

Tabel 4.26 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Lingkungan Kerja

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1,5\ \sigma \leq X$	$16.25 \leq X$	Sangat Bagus	129	51.20%
$\mu + 0,5\sigma \leq X < \mu + 1,5\sigma$	$13.75 \leq X < 16.25$	Bagus	106	42.06%
$\mu - 0,5\sigma \leq X < \mu + 0,5\sigma$	$11.25 \leq X < 13.75$	Ragu-ragu	15	5.95%
$\mu - 1,5\sigma \leq X < \mu - 0,5\sigma$	$8.75 \leq X < 11.25$	Jelek	2	0.79%
$X < \mu - 1,5\sigma$	$X < 8.75$	Sangat Jelek	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 4 kategori yaitu sangat bagus, bagus, ragu-ragu dan jelek dengan rincian sebanyak 129 (51.20%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 106 (42.06%) subjek berada dalam kategori bagus, sebanyak 15 (5.95%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu, dan sebanyak 2 (0.79%) subjek berada dalam kategori jelek. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh *mean empiris* sebesar 16.6587 berada pada interval $16.25 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat bagus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi lingkungan kerja berada dalam kategori sangat bagus. Diagram gambaran reputasi perusahaan berdasarkan lingkungan kerja adalah sebagai berikut :



Gambar 4.12 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Lingkungan Kerja

4.4.2.2.2.5 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Kinerja Keuangan *(Financial Performance)*

Gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi kinerja keuangan diwakili oleh 7 indikator dan 7 aitem yang terletak pada nomor 23, 24, 25, 26, 27, 28 dan 29. Berikut ini statistik deskriptif dimensi kinerja keuangan dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.27 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Kinerja Keuangan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Keuangan	252	15	28	23.8968	3.10463
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi kinerja keuangan dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = jumlah aitem x 4 = 7 x 4 = 28

Skor terendah (Xr) = jumlah aitem x 1 = 7 x 1 = 7

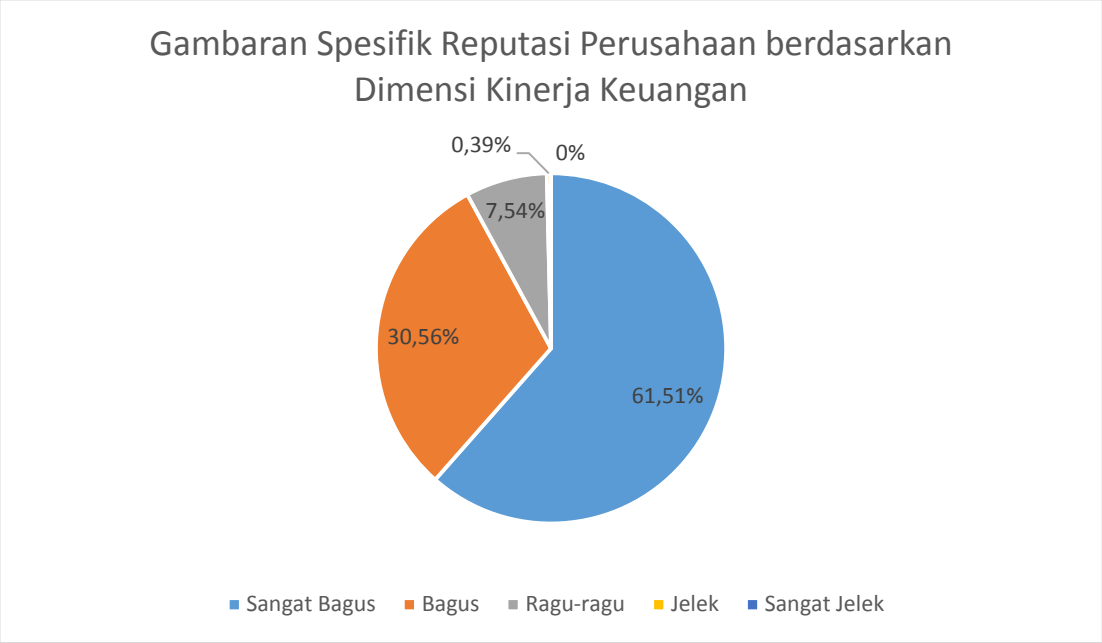
Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{28+7}{2} = 17.5$

Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{28-7}{6} = 3.5$

Tabel 4.28 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Kinerja Keuangan

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1{,}5\,\sigma \leq X$	$22.75 \leq X$	Sangat Bagus	155	61.51%
$\mu + 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 1{,}5\sigma$	$19.25 \leq X < 22.75$	Bagus	77	30.56%
$\mu - 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 0{,}5\sigma$	$15.75 \leq X < 19.25$	Ragu-ragu	19	7.54%
$\mu - 1{,}5\sigma \leq X < \mu - 0{,}5\sigma$	$12.25 \leq X < 15.75$	Jelek	1	0.39%
$X < \mu - 1{,}5\sigma$	$X < 12.25$	Sangat Jelek	0	0%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 4 kategori yaitu sangat bagus, bagus, ragu-ragu dan jelek dengan rincian sebanyak 155 (61.51%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 77 (30.56%) subjek berada dalam kategori bagus, sebanyak 19 (7.54%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu, dan sebanyak 1 (0.39%) subjek berada dalam kategori jelek. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh *mean empiris* sebesar 23.8968 berada pada interval $22.75 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat bagus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi kinerja keuangan berada dalam kategori sangat bagus. Diagram gambaran reputasi perusahaan berdasarkan kinerja keuangan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.13 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Kinerja Keuangan

4.4.2.2.2.6 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Tanggungjawab Sosial *(Social Responsibility)*

Gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi tanggungjawab sosial diwakili oleh 3 indikator dan 6 aitem yang terletak pada nomor 30, 31, 32, 33, 34 dan 35. Berikut ini statistik deskriptif dimensi tanggungjawab sosial dengan menggunakan alat bantu software pengolah data.

Tabel 4.29 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Tanggungjawab Sosial

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tanggungjawab Sosial	252	9	24	21.4206	2.79970
Valid N (listwise)	252				

Pengkategorisasian distribusi reputasi perusahaan berdasarkan dimensi tanggungjawab sosial dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut :

Skor tertinggi (Xt) = jumlah aitem x 4 = 6 x 4 = 24

Skor terendah (Xr) = jumlah aitem x 1 = 6 x 1 = 6

Mean teoritik (μ) $= \frac{Xt+Xr}{2} = \frac{24+6}{2} = 15$

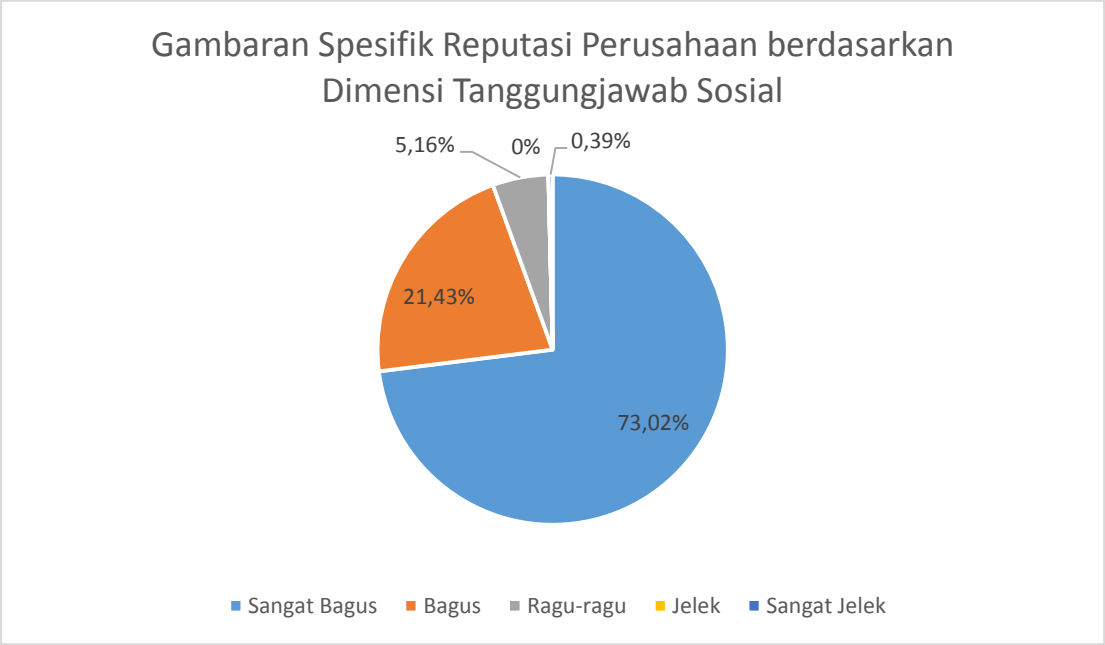
Standar deviasi (σ) $= \frac{Xt-Xr}{6} = \frac{24-6}{6} = 3$

Tabel 4.30 Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Dimensi Tanggungjawab Sosial

Interval Skor	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$\mu + 1{,}5\ \sigma \leq X$	$19.5 \leq X$	Sangat Bagus	184	73.02%
$\mu + 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 1{,}5\sigma$	$16.5 \leq X < 19.5$	Bagus	54	21.43%
$\mu - 0{,}5\sigma \leq X < \mu + 0{,}5\sigma$	$13.5 \leq X < 16.5$	Rgau-ragu	13	5.16%
$\mu - 1{,}5\sigma \leq X < \mu - 0{,}5\sigma$	$10.5 \leq X < 13.5$	Jelek	0	0%
$X < \mu - 1{,}5\sigma$	$X < 10.5$	Sangat Jelek	1	0.39%
Jumlah			252	100%

Berdasarkan tabel 4.30 dapat diketahui bahwa gambaran reputasi perusahaan terdiri dari 4 kategori yaitu sangat bagus, bagus, ragu-ragu dan sangat jelek dengan rincian sebanyak 184 (73.02%) subjek berada dalam kategori sangat bagus, sebanyak 54 (21.43%) subjek berada dalam kategori bagus, sebanyak 13 (5.16%) subjek berada dalam kategori ragu-ragu, dan sebanyak 1 (0.39%) subjek berada dalam kategori sangat jelek. Hasil perhitungan statistik deskriptif diperoleh *mean empiris* sebesar 21.4206 berada pada interval $19.5 \leq X$ dan berada dalam kategori sangat bagus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gambaran reputasi perusahaan berdasarkan dimensi tanggugnjawab sosial berada dalam kategori sangat bagus.

Diagram gambaran reputasi perusahaan berdasarkan tanggungjawab sosial adalah sebagai berikut :



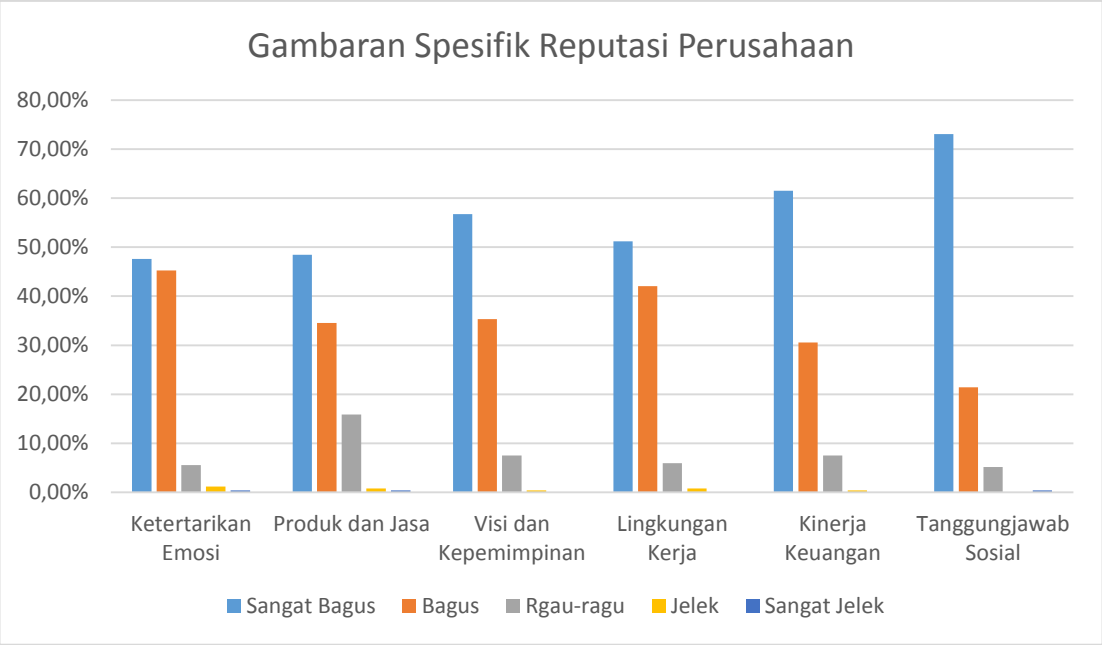
Gambar 4.14 Diagram Gambaran Reputasi Perusahaan berdasarkan Tanggungjawab Sosial

Ringkasan penjelasan secara deskriptif gambaran spesifik reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.31 Ringkasan Deskriptif Gambaran Spesifik Reputasi Perusahaan

No.	Dimensi	Kategori				
		Sangat Bagus	Bagus	Ragu-ragu	Jelek	Sangat Jelek
1.	Ketertarikan Emosi	47.62 %	45.24 %	5.56%	1.19 %	0.39%
2.	Produk dan Jasa	48.42 %	34.53 %	15.87 %	0.79 %	0.39%
3.	Visi dan Kepemimpinan	56.75 %	35.32 %	7.54%	0.39 %	0%
4.	Lingkungan Kerja	51.20 %	42.06 %	5.95%	0.79 %	0%
5.	Kinerja Keuangan	61.51 %	30.56 %	7.54%	0.39 %	0%
6.	Tanggungjawab Sosial	73.02 %	21.43 %	5.16%	0%	0.39%

Berdasarkan tabel 4.33 dapat diketahui bahwa rata-rata dimensi reputasi perusahaan dalam kategori sangat tinggi. Adapun gambaran secara detail dapat dilihat pada gambar diagram dibawah ini:



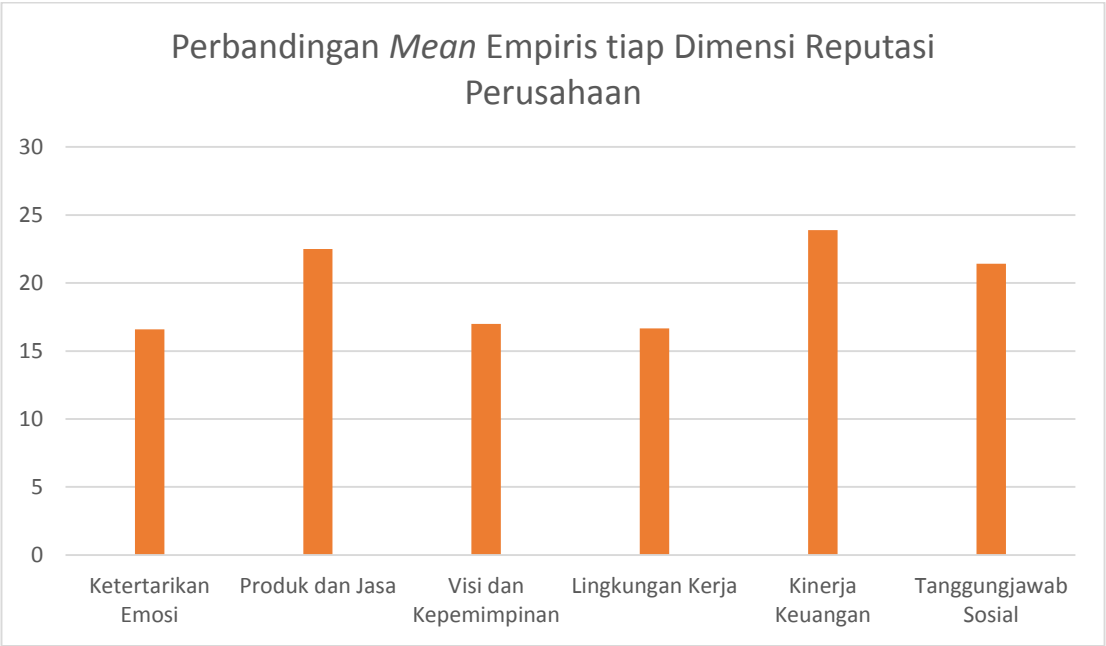
Gambar 4.15 Diagram Gambaran Spesifik Reputasi Perusahaan

Penentuan dimensi yang paling memiliki kontribusi besar diantara keenam dimensi reputasi perusahaan dilakukan dengan membandingkan *mean* empiris tiap dimensi. Perbandingan *mean* empiris tiap dimensi disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.32 Perbandingan *Mean* Empiris tiap Dimensi Reputasi Perusahaan

No.	Dimensi	*Mean* Empiris
1.	Ketertarikan Emosi	16.5794
2.	Produk dan Jasa	22.5079
3.	Visi dan Kepemimpinan	16.9881
4.	Lingkungan Kerja	16.6587
5.	Kinerja Keuangan	23.8968
6.	Tanggungjawab Sosial	21.4206

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui bahwa dimensi kinerja keuangan memiliki *mean* empiris tertinggi yaitu 23.8968. Hal tersebut berarti dimensi kinerja keuangan merupakan dimensi yang memiliki kontribusi paling besar dalam menentukan tinggi rendahnya reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Diagram perbandingan *mean* empiris dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.16 Diagram Gambaran *Mean* Empiris tiap Dimensi Reputasi Perusahaan

4.5 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas akan dibahas lebih lanjut pada sub bab ini. Pembahasan terdiri dari dua bagian yaitu pembahasan mengenai hasil analisis statistik deskriptif dan pembahasan mengenai hasil analisis statistik inferensial.

4.5.1 Pembahasan Analisis Inferensial Minat Melamar Pekerjaan dan Reputasi Perusahaan

Hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa “ada pengaruh repuatsi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan “ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus reputasi perusahaan maka semakin tinggi pula minat melamar pekerjaan. Begitu pula sebaliknya, semakin jelek reputasi perusahaan maka semakin rendah pula minat melamar pekerjaan.

Hasil uji korelasi dengan menggunakan teknik analisis regresi menunjukkan bahwa nilai t sebesar 10.624 dengan signifikansi sebesar 0.000. Berdasarkan angka korelasi yang dihasilkan dari analisis ststistik menggunakan software pengolah data menunjukkan angka yang positif. Sehingga arah pengeruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan adalah positif. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Dominguez (2011) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Reputasi menjadi perhatian penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja, keunggulan bersaing dan menyelaraskan kebijakan yang diambil perusahaan (Wang, 2006: Lewis, 2001).

Sherly (2012) yang meneliti mengenai pengaruh repuatasi perusahaan dan word of mouth terhadap pembuatan keputusan melamar pekerjaan. Dalam penelitiannya reputasi perusahaan dan word of mouth mengenai perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terfadap keputusan melamar pekerjaan. Ratnasari (2013) menyatakan dalam penelitiannya ada pengaruh positif reputasi perusahaan terhadap ketertarikan melamar pekerjaan. Williamson dkk (2010) dalam penelitiannya menyatakan ada keterkaitan antara reputasi perusahaan dengan minat melamar pekerjaan melalui website perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi sebanyak 31.1% minat melamar pekerjaan dipengaruhi oleh reputasi perusahaan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum terungkap dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

4.5.2 Pembahasan Analisis Deskriptif

4.5.2.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Minat Melamar Kerja pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Minat melamar kerja merupakan merupakan sebuah ketertarikan individu untuk memiliki sebuah pekerjaan yang melibatkan aktivitas fisik, psikis, mental dan sosial untuk memperoleh kepuasan, status, imbalan ekonomi dan makna hidup serta mengikat seseorang pada individu dan masyarakat. Dalam penelitian ini minat melamar pekerjaan diungkap melalui skala yang disusun berdasarkan indikator minat melamar pekerjaan, yaitu kebutuhan akan pekerjaan, pencarian informasi pekerjaan, penentuan pilihan pekerjaan dan pembuatan keputusan. Semakin tinggi skor pada skala maka semakin tinggi tingkat minat melamar pekerjaan yang dimiliki. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah skor skala maka dapat diartikan bahwa semakin rendah pula minat melamar kerja yang dimiliki oleh seseorang.

Secara umum minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang berada pada kategori sangat tinggi dengan persentase 75% dengan nilai mean empiris sebesar 68.658 berada pada interval $65 \leq X$. Hal ini berarti bahwa keinginan mahasiswa Universitas Negeri Semarang untuk memperoleh sebuah pekerjaan setelah lulus kuliah adalah sangat tinggi. Proses ketertarikan untuk bekerja berawal dari kebutuhan akan pekerjaan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri maupun orang lain. Selanjutnya mahasiswa mulai mencari informasi akan pekerjaan yang mereka inginkan memalui berbagai media, bisa menggunakan media online maupun bertanya kepada kerabat mereka sendiri. Setelah menemukan informasi yang mereka butuhkan, maka mahasiswa mulai menentukan atau mempertimbangkan pilihan dari beberapa informasi lowongan

yang mereka dapatkan sesuai keinginan mereka sendiri. Setelah menentukan pilihan pekerjaan yang diinginkan, mahasiswa membuat keputusan tempat mana yang akan dilamar.

Kompensasi yang diberikan perusahaan juga menjadi pertimbangan para pelamar kerja untuk bekerja disebuah perusahaan, jika kompensasi yang diberikan sesuai dengan harapan pelamar kerja maka semakin besar pulaa peluang pelamar tersebut bekerja diperusahaan tersebut. Hal ini selaras dengan penelitian Permadi, dkk (2015) bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Selain itu menurut Martoyo (2007:94) memaparkan bahwa kompensasi adalah aspek yang penting dan berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan. Rivai (2006:106) menjelaskan bahwa kompensasi merupakan suatu balas jasa yang diperoleh pegawai dari perusahaan yang berupa gaji, upah, insentif, tunjangan-tunjangan, sebuah asuransi serta kompensasi non finansial. Menurut Sulastri (2012) kompensasi jika dikelola dengan tepat dapat membantu perusahaan mencapai tujuan, menarik pelamar kerja potensial, mempertinggi daya saing dan mempertahankan karyawan yang ada. Sehingga apabila pelamar mengetahui bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan tersebut menarik, maka dia akan berminat untuk melamar pekerjaan ke perusahaan tersebut.

Jarak yang jauh merupakan salah satu kendala yang dihadapi pelamar untuk melamar ke sebuah perusahaan, akan tetapi sudah mulai banyak perusahaan yang menggunakan e-rekrutmen dalam seleksinya. Semakin mudah proses rekrutmen

yang dilakukan maka semakin tinggi pula keinginan untuk melamar. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Melanthiou, dkk (2015) yaitu proses perekrutan melalui e-rekrutmen dinilai berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pekerjaan. Kecanggihan teknologi semakin mempermudah manusia dalam bekerja salah satunya dengan e-rekrutmen.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif setelah dilakukan analisis pada masing-masing indikator diperoleh bahwa indikator kebutuhan akan pekerjaan mempunyai hasil yang paling tinggi diantara indikator-indikator lain yaitu sebesar 88.10% dan termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini menujukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa membutuhkan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan mereka setelah studi berakhir. Untuk indikator pencarian informasi pekerjaan berada dalam kategori sangat tinggi dan memperoleh hasil 68.66%. Hal ini berarti disamping mahasiswa membutuhkan sebuah pekerjaan mereka juga berusaha untuk mencari informasi pekerjaan yang sesuai dengan keinginan mereka. Untuk indikator penentuan pilihan pekerjaan berada dalam kategori tinggi dan mendapatkan hasil 58.73%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sudah dapat menetukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang sesuai dengan keinginannya. Akan tetapi dalam hal ini banyak faktor yang menjadi penentu. Untuk indikator pembuatan keputusan berada dalam kategori sangat tinggi dengan hasil 59.52%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa yakin dengan keputusan yang diambilnya dengan mempertimbangkan bakat dan minat masing-masing.

Berdasarkan hasil penelitain yang dilakukan, terlihat bahwa indikator kebutuhan akan pekerjaan menjadi yang paling menonjol diantara indikator-indikator lain, disusul oleh pencarian informasi pekerjaan, pembuatan keputusan dan yang terakhir penentuan pilihan pekerjaan. Indikator penentuan pilihan pekerjaan mendapat skor paling rendah dikarenakan banyak hal yang menjadi pertimbangan mahasiswa untuk melamar pekerjaan. Lokasi kerja, gaji yang didapatkan, uraian pekerjaan yang harus dilakukan merupakan beberapa pertimbangannya.

4.5.2.2 Pembahasan Analisis Deskriptif Reputasi Perusahaan pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Reputasi perusahaan merupakan penilaian individu maupun kelompok mengenai kinerja, komunikasi, rasa emosional dan kepercayaan terhadap sebuah perusahaan. Pengukuran repuatsi perusahaan mahasiswa Universitas Negeri Semarang menggunakan skala yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi reputasi perusahaan yang dikemukakan oleh Fombrun. Dimensi-dimensi tersebut yaitu ketertarikan emosi, produk dan jasa, lingkungan kerja, kinerja keuangan, visi dan kepemimpinan, dan tanggungjawab sosial. Dimensi reputasi perusahaan digunakan untuk menghimpun skor yang menggambarkan reputasi perusahaan mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Skor tertinggi menggambarkan reputasi perusahaan yang bagus dan skor terendah menggambarkan reputasi perusahaan yang jelek.

Secara umum reputasi perusahaan mahasiswa Universitas Negeri Semarang berada dalam kategori sangat bagus. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Negeri Semarang memiliki gambaran reputasi perusahaan yang bagus. Gambaran persentase secara umum kategori sangat bagus

sebesar 61.11%. Maka berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa tingkat reputasi perusahaan mahasiswa Universitas Negeri Semarang dalam kategori bagus. Mahasiswa Universitas Negeri Semarang menganggap reputasi perusahaan merupakan salah satu aspek dalam mempertimbangkan tempat mereka untuk bekerja.

Reputasi perusahaan yang tinggi berpengaruh terhadap minat melamar kerja calon karyawan. Hal tersebut selaras dengan penelitian Permadi (2015) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hal ini didukung oleh penelitian dari Fajrina (2012) yang hasilnya adalah reputasi perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Selain itu Cannaby (2018) menyatakan bahwa minat melamar pekerjaan mahasiswa freshgraduate ke bank syariah dipengaruhi oleh reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan keluarga. Reputasi perusahaan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik reputasi perusahaan yang dimiliki maka semakin baik pula kepuasan pelanggan yang didapatkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Aryska (2017) menyatakan bahwa pengaruh antara reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen positif, yang artinya setiap ada peningkatan terhadap pelaksanaan reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa semua dimensi yang digunakan oleh peneliti memiliki kategori yang sangat bagus. Dimensi kinerja keuangan menjadi dimensi yang memiliki *mean* empiris terbesar

yaitu 23.8968. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kinerja keuangan menjadi yang paling berpengaruh terhadap variabel minat melamar pekerjaan, selain dimensi produk dan jasa yang memiliki *mean* empiris cukup tinggi yaitu 22.5079. Sementara dimensi ketertarikan emosi memiliki *mean* empiris terendah yaitu 16.5794.

Dimensi ketertarikan emosi masuk dalam kategori sangat bagus dengan persentase 47.62%. Dimensi produk dan jasa masuk dalam kategori sangat bagus dengan persentase 48.42%. Dimensi visi dan kepemimpinan masuk dalam kategori sangat bagus dengan persentase 56.75%. Dimensi lingkungan kerja masuk dalam kategori sangat bagus dengan persentase 51.20%. Dimensi kinerja keuangan masuk dalam kategori sangat bagus dengan persentase 61.51%. Dan dimensi tanggungjawab sosial masuk dalam kategori sangat bagus dengan persentase 73.02%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang berada dalam kategori sangat bagus.

4.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut :

1. Pada awalnya penelitian ini hendak melakukan *try out* penelitian, namun karena keterbatasan dilapangan maka menggunakan *try out* terpakai. Hal ini bermakna peneliti tidak mengujikan terlebih dahulu skala penelitian yang digunakan. Skala penelitian langsung digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian.
2. Karena penelitian dilaksanakan pada masa pandemi, maka pengisian skala penelitian membutuhkan waktu yang lama.

3. Subjek penelitian tidak dapat ditemui menyebabkan penelitian tidak dapat dilakukan secara *face to face*, tetapi dilakukan dengan menyebar skala penelitian secara *online* dengan *google form.*

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan adalah sebesar 31.1%, sedangkan sisanya (68.9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diungkap pada penelitian ini.
2. Gambaran minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang berada pada kategori sangat tinggi.
3. Gambaran reputasi perusahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang berada pada kategori sangat bagus.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah disimpulkan dari hasil penemuan penelitian, maka peneliti memberikan saran untuk beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti selanjutnya

   Diharapkan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan seperti lokasi, seleksi dan pengembangan karir. Selain itu peneliti hendaknya menambah jumlah sample

dan memperluas ruang lingkup pengambilan sample yaitu tidak hanya kepada mahasiswa saja. Selanjutnya diharapkan peneliti dapat bertemu dengan subjek secara langsung agar penelitian dapat berjalan lebih baik dan cepat.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan sebaiknya terus meningkatkan atau mempertahankan reputasi yang sudah ada di msyarakat. Dengan hal tersebut perusahaan dapat memperoleh lebih banyak keuntungan untuk perusahaan terutama mendapatkan kandidat karyawan yang berkualitas. Perusahaan dapat meningkatkan reputasinya dengan memberikan pelayanan atau produk yang berkualitas kepada konsumen dan lebih menonjolkan keunggulan perusahaan dibanding pesaingnya. Calon karyawan juga lebih tertarik untuk melihat reputasi perusahaan saat ingin melamar kerja.

DAFTAR PUSTAKA

Aiken, L. R. (1994). *Psychological Testing and Assessment* . Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Anastasia, A & Urbina, S. (1997). *Tes psikologi.* Jakarta : PT. Prehalindo.

Ardana, K., Mujiati, N. W., & Sriathi, A. A. A. (2009). *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjadjaran.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Tidakan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Aryska, M., & Kasmirudin, K. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, 4(1), 1-15.

Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian.*Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

_____. (2014). *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

_____. (2015). *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

_____. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Barber, A. E. (1998). *Recruiting employees*. Thousand Oaks: Sage Publication.

Barnes, J. G. (2003). Establishing Meaningful Customer Relationships: Why Some Companies And Brands Mean More To Their Customers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(3), 178-186.

Braddy, P. W., Meade, A. W., & Kroustalis, C. M. (2006). Organizational Recruitment Website Effects On Viewers' Perceptions Of Organizational Culture. *Journal of Business and Psychology*, 20(4), 525-543.

Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1992). The Company And The Product: Corporate Associations And Consumer Product Responses. *Journal of marketing*, 61(1), 68-84.

Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G., & Whetten, D. A. (2006). Identity, Intended Image, Construed Image, And Reputation: An Interdisciplinary Framework

And Suggested Terminology. *Journal of the academy of marketing science*, 34(2), 99-106.

Cannaby, & Bilawal W. I. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Freshgraduate ke Bank Syariah dengan Lingkungan Keluarga sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Alumni Jurusan Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisinis Islam IAIN Salatiga). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Intitut Agama Islam Negeri (IAIN): Salatiga

Cempakasari, D. A., & Yoestini, Y. (2003). Studi Mengenai Pengembangan Hubungan Jangka Panjang Perusahaan dan Pengecer. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 2(1), 67-84.

Dick, A., Chakravarti, D., & Biehal, G. (1990). Memory-based inferences during consumer choice. *Journal of consumer research*, 17(1), 82-93.

Dohm, W. F. (2000). Honouring the Trust: Quality and cost containment in higher education. *Journal of Business and Psychology*, 5(4), 125-143.

Dominguez, A. A. (2011). The Impact Of Human Resource Disclosure On Corporate Image. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15(44), 279-298.

Dowling, G. R. (2004). Journalists' Evaluation Of Corporate Reputations. *Corporate Reputation Review*, 7(2), 196-205.

Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's In A Name? Reputation Building And Corporate Strategy. *Academy of management Journal*, 33(2), 233-258.

Fombrun, C. J. (1996). *Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press, Boston, MA.

Fombrun, S.M. (1996). Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258.

Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation Quotient SM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of brand management*, 7(4), 241-255.

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.

Ginting, V. (2005). Penguatan Membaca, Fasilitas Lingkungan Sekolah dan Keterampilan Dasar Membaca Bahasa Indonesia serta Minat Baca Murid. *Jurnal Pendidikan Penabur*, 4(4), 17-34.

Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate Reputation: Seeking A Definition. *Corporate Communications: An international journal*, 6(1), 24-30.

Gunarso, S., (2009). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Andi Offset.

Gunarsa, S. D. (2005). *Psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: Gunung Mulia.

Hurlock, E.B. (2004). *Psikologi Perkembangan.* Jakarta*:* Erlangga.

Ikbal, M. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan PPAk: Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro: Semarang.

Kartono., K., (1996). *Psikologi Umum.* Bandung: Mandar Maju.

Lewis, S. (2001). Measuring Corporate Reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 31-35.

Margaretha, M. (2004). Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi kumpulan AJB Bumi Putera 1912 (studi Kasus di Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3(3), 289-308.

Martoyo, S. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. BPFE.

Marwansyah. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.

Massey, J. E. (2003). A theory of Organizational Image Management Antecedents Processes Outcomes. In *International Academy of Business Disciplines Annual Conference*, 2-29

Melanthiou, Y., Pavlou, F., & Constantinou, E. (2015). The Use Of Social Network Sites As An E-Recruitment Tool. *Journal of Transnational Management*, 20(1), 31-49.

Myrden, S. E., & Kelloway, K. (2015). Young workers' perception of brand image: main and moderating effects. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 2(3), 267-281.

Nugraha, G. A. (2009). Ketertarikan Sosial Orang Asing tentang Minat Tinggal di Kota Solo. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(2), 14-18.

Octavianus, S. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana: Bali.

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 Universitas Udayana*, 4(10), 3256-3286

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.

Purwanto, E. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Negeri Semarang: Semarang.

Ratnasari, D. (2013). Studi tentang Proses Rekrutmen Tenaga Kerja Perlindungan Masyarakat (Linmas) di Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Malinau. *Jurnal Pemerintahan Integratif*, 1(1), 75-90.

Rivai, V., & Mulyadi, D. (2006). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Saini, G. K., Rai, P., & Chaudhary, M. K. (2013). What Do Best Employer Surveys Reveal About Employer Branding And Intention To Apply?.*Journal of Brand Management*, 21(2), 95-111.

Saini, G. K., Gopal, A., & Kumari, N. (2015). Employer Brand And Job Application Decisions: Insights From The Best Employers. *Management and Labour Studies*, 40(1-2), 34-51.

Selnes, F. (1993). An Examination Of The Effect Of Product Performance On Brand Reputation, Satisfaction And Loyalty. *European Journal of marketing*, 27(9), 19-35.

Sherly, B. (2012). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Pekerjaan. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Indonesia: Jakarta

Siallangan, I. S. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Ibu dan Anaka (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6, 1-13.

Situmorang, M., Andreas, & Natariasari, R. (2014). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia sebagai Variabel Moderate. *JOM FEKON*, 1(2), 1-18.

Sivertzen, A. M., Roper, S., de Carvalho, L. V., Guzman, F., 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

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D).* Bandung: Alfabeta.

_____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

_____. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

_____. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D).* Bandung: Alfabeta.

Sulastri, I. (2012). Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Keinginan Untuk Pindah Kerja Pada PT. Surya sumber daya energi Surabaya. *Neo-Bis*, 6(1), 76-87.

Sullivan, M. W. (1998). How Brand Names Affect The Demand For Twin Automobiles. *Journal of marketing research*, 35(2), 154-165.

Sumardana, O. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 119-211.

Van Riel, C. B. (1997). Research In Corporate Communication: An Overview Of An Emerging Field. *Management Communication Quarterly*, 11(2), 288-309.

Wang, Y., Kandampully, J. A., Lo, H. P., & Shi, G. (2006). The Roles Of Brand Equity And Corporate Reputation In CRM: a Chinese study. *Corporate Reputation Review*, 9(3), 179-197.

Weiss, A. M., Anderson, E., & Maclnnis, D. J. (1999). Reputation Management As A Motivation For Sales Structure Decisions. *Journal of Marketing*, 63(4), 74-89.

Wheeler, K. G., & Mahoney, T. A. (1981). The Expectancy Model In The Analysis Of Occupational Preference And Occupational Choice. *Journal Of Vocational Behavior*, 19(1), 113-122.

Williamson, I. O., King Jr, J. E., Lepak, D., & Sarma, A. (2010). Firm Reputation, Recruitment Web Sites, And Attracting Applicants. *Human Resource Management*, 49(4), 669-687.

Yuwono, E. (2001). Hubungan Antara Minat Pekerjaan Di Bidang Keperawatan Dan Kinerja Perawat Rumah Sakit Umum Daerah. *Journal Buletin Penelitian RSUD Dr. Soetomo*, 4(1), 114-125.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

(INSTRUMEN PENELITIAN)

SKALA PSIKOLOGI

JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2020

IDENTITAS DIRI

Silahkan anda mengisi identitas diri anda terlebih dahulu:

- Nama/ Inisial :……..
- Jenis Kelamin :……..
- Usia :……..
- Jurusan :……..
- Fakultas :……..
- Angkatan :……..

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Pada skala ini terdapat 55 pernyataan. Bacalah dan pahami baik-baik setiap pernyataan. Anda diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia dikanan dari setiap pernyataan berdasarkan pada kondisi anda yang sebenarnya. Berilah tanda (√) pada salah satu alternatif jawaban. Berikut pilihan jawaban yang tersedia:

SS : Sangat Sesuai
S : Sesuai
TS : Tidak Sesuai
STS : Sangat Tidak sesuai

Contoh Pengisian Skala:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya akan membeli barang yang sedang "*trend*" agar terlihat *up to date*		√		

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya bekerja untuk memenuhi kebutuhan				
2	Saya tertarik untuk melamar pekerjaan ke sebuah perusahaan				
3	Saya membutuhkan sebuah pekerjaan				
4	Saya tidak tertarik untuk bekerja				
5	Saya tidak perlu memenuhi kebutuhan saya				
6	Saya mencari informasi lowongan di berbagai media online				
7	Saya bertanya lowongan pekerjaan kepada teman atau saudara				
8	Saya meluangkan waktu untuk mencari lowongan pekerjaan				
9	Saya tidak mencari informasi lowongan pekerjaan				
10	Saya tidak perlu informasi lowongan pekerjaan				
11	Saya siap diposisikan dibagian apa saja di suatu perusahaan				
12	Saya mempertimbangkan posisi yang ditawarkan oleh perusahaan				
13	Saya memilih-milih lowongan pekerjaan				
14	Saya melamar diperusahaan yang tidak saya inginkan				
15	Saya memilih pekerjaan yang tidak saya inginkan				
16	Saya segera melamar ke perusahaan jika saya memenuhi persyaratan				
17	Saya memilih posisi sesuai minat saya				
18	Saya ingin bekerja sesuai bakat yang saya miliki				
19	Saya memilih pekerjaan yang tidak sesuai dengan minat saya				
20	Saya memilih pekerjaan yang tidak sesuai dengan bakat yang saya miliki				

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya melamar bekerja di suatu perusahaan yang saya sukai				
2	Saya melamar bekerja di suatu perusahaan yang saya kagumi				
3	Saya melamar bekerja di suatu perusahaan karena saya percaya perusahaan tersebut merupakan tempat yang baik untuk saya				
4	Saya melamar bekerja di perusahaan tersebut karena produk dan jasa yang dijual sesuai dengan inti bisnisnya				
5	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki produk dan jasa yang berkualitas tinggi				
6	Saya melamar bekerja di perusahaan yang inovatif dan kreatif dalam mengembangkan produk dan jasanya				
7	Saya melamar bekerja di perusahaan yang produk dan jasanya bernilai jual tinggi				
8	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki kepemimpinan yang handal				
9	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki visi yang jelas terhadap masa depan				
10	Saya melamar bekerja di perusahaan yang mahir dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada				
11	Saya melamar bekerja di perusahaan yang manajeman perusahaan dikelola dengan baik				
12	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki tempat baik untuk bekerja				
13	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki pegawai-pegawai profesional				

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
14	Saya melamar bekerja di perusahaan yang mempunyai record yang baik dalam segi keuangannya				
15	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki peluang yang baik untuk berinvestasi / mitra kerjasama				
16	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki prospek yang besar untuk berkembang di masa mendatang				
17	Saya melamar bekerja di perusahaan yang keuntungan perusahaan cenderung lebih unggul dibanding pesaingnya				
18	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memberikan dukungan terhadap masalah sosial				
19	Saya melamar bekerja di perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar				
20	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memperlakukan masyarakat disekitarnya dengan baik				
21	Saya melamar bekerja di sebuah perusahaan karena terpaksa				
22	Saya melamar bekerja di perusahaan yang saya remehkan				
23	Saya melamar bekerja di perusahaan yang produk dan jasa yang dijual kurang menarik				
24	Saya melamar bekerja di perusahaan yang produk dan jasa yang dijual jarang dipakai konsumen				
25	Saya melamar bekerja di perusahaan tersebut karena produk dan jasanya kurang memuaskan				
26	Saya melamar bekerja di perusahaan yang kepemimpinannya kurang baik				
27	Saya melamar bekerja di perusahaan yang sulit memanfaatkan peluang yang ada				

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
28	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki fasilitas kurang memadai				
29	Saya melamar bekerja di perusahaan yang pegawainya bekerja tidak sesuai bidangnya				
30	Saya melamar bekerja di perusahaan yang memiliki hutang yang besar				
31	Saya melamar bekerja di perusahaan yang sulit untk berkembang				
32	Saya melamar bekerja di perusahaan yang sulit umtuk berinvestasi				
33	Saya melamar bekerja di perusahaan yang berkonflik dengan masyarakat				
34	Saya melamar bekerja di perusahaan yang mencemari lingkungan				
35	Saya melamar bekerja di perusahaan yang kurang memperhatikan masalah disekitarnya				

TERIMA KASIH

LAMPIRAN 2

(TABULASI DATA SKOR PENELITIAN)

SKALA MINAT MELAMAR PEKERJAAN

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	76
3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	3	4	4	70
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
5	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	4	2	3	54
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	1	4	73
7	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	78
9	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	69
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	76
11	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	65
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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
14	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
15	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	76
16	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	60
17	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	67
18	4	3	4	4	4	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	73
21	3	3	4	4	4	2	2	2	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	60
22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	72
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	72
25	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	58
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	75
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	2	2	4	4	4	4	4	72
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	70
30	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
31	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76
32	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	68
33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	77
34	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	64
35	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	71
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	74
37	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
39	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	64
40	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	74
41	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
42	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	71
43	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	3	4	4	68
44	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	67
45	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	67
46	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	69
47	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	2	64
48	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	64
49	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	71
50	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	62
51	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	72
52	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	73
53	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	4	2	4	4	70
54	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	73
55	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	1	72
57	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	71
58	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	75
59	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	68
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	1	1	2	4	3	3	2	4	65

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	1	72
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	74
63	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	65
64	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	4	4	3	3	69
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	76
66	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	66
67	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	69
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	77
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	75
70	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	68
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	68
72	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	4	57
73	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	1	1	67
74	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65
75	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	70
76	3	2	3	2	4	1	1	1	1	1	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	54
77	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	64
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
79	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	75
81	4	2	4	4	4	2	2	2	2	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	66
82	3	2	4	1	4	2	1	3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	54
83	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
84	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	69
85	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	65
86	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	60
87	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	64
88	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	4	70
89	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	3	4	70
90	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	70

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
91	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	66
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	1	4	72
94	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	73
95	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	75
96	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76
97	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	71
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	2	2	70
99	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	61
100	3	2	3	2	4	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	3	3	3	4	3	48
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	77
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	74
103	4	3	4	4	4	2	2	2	1	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	3	64
104	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	73
105	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	70
106	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	66
107	4	3	3	3	1	4	3	3	3	4	1	2	4	4	2	3	4	4	1	4	60
108	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	75
109	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	70
110	4	2	4	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	70
112	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	2	2	3	3	3	2	2	65
113	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
114	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
115	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	66
116	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	3	4	4	72
117	3	3	4	1	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	56
118	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	73
119	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76
120	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	55

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
121	4	1	4	4	4	1	1	1	4	4	1	1	1	4	4	1	4	4	4	4	56
122	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	76
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	72
125	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	63
126	4	3	4	4	4	3	2	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	69
127	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	72
128	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	70
129	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	72
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	77
131	4	3	3	4	4	1	4	1	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	69
132	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	66
133	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
134	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	74
135	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
136	3	4	3	4	3	1	2	1	1	3	2	3	3	4	4	2	4	3	4	4	58
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	75
138	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	74
139	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	73
140	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	73
141	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	75
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	71
143	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	71
144	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65
145	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	2	3	3	1	66
146	3	2	3	4	4	1	3	2	2	3	1	4	3	3	3	3	3	4	3	3	57
147	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	73
148	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	73
149	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
150	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	59

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
151	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	74
152	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	66
153	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76
154	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	65
155	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	56
156	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	65
157	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	56
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	3	4	4	4	3	3	72
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	77
161	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	71
162	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	3	71
163	4	3	4	4	4	3	3	2	2	1	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	63
164	3	3	4	3	4	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
165	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	3	2	3	68
166	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	76
167	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
168	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	68
169	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	64
170	3	1	4	4	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	60
171	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	71
172	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	71
173	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
174	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	68
175	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	69
176	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	69
177	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	67
178	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	4	4	4	3	3	66
179	4	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	60
180	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	1	1	3	4	4	1	3	4	4	4	63

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
181	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	68
182	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	74
183	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	68
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	74
185	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	2	3	3	66
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	72
187	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	68
188	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	74
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	75
190	4	2	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	64
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	74
192	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	1	3	2	3	3	3	2	2	60
193	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	1	2	4	4	4	65
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	72
195	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
196	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	71
197	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	67
198	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	71
199	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	73
200	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	71
201	2	2	2	4	4	1	3	1	1	3	1	2	4	3	4	2	4	4	4	4	55
202	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	74
203	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
204	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	64
205	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	64
206	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	64
207	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	1	3	4	4	3	4	4	67
208	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	67
209	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	70
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	60

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
211	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	75
212	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	73
213	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	2	3	71
214	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	4	2	68
215	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	67
216	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	73
217	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	73
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	77
219	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	74
220	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	4	3	4	3	3	64
221	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	3	1	67
222	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	72
223	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
224	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	68
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	72
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	72
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	3	4	73
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
229	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
230	3	3	3	1	4	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	3	3	4	2	4	62
231	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	59
232	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	73
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	64
234	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	73
235	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	66
236	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65
237	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	69
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	2	3	2	2	65
239	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	65
240	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	2	2	54

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
241	4	1	4	4	4	1	3	2	4	4	1	3	4	4	4	1	4	4	4	4	64
242	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	73
243	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	70
244	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
245	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	74
246	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
247	4	2	3	4	4	3	4	2	2	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	63
248	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	72
249	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
250	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	70
251	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	71
252	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	76

SKALA REPUTASI PERUSAHAAN

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	134
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	123
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	104
5	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	92
6	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	128
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
8	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	1	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	113
9	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130
10	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	125
11	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	112
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	132
14	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	105
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
16	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102
17	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	102
18	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	109
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	137
20	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
21	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	104
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
23	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	101
24	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	1	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	116
25	1	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	4	110
26	4	4	4	3	3	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	125
27	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	95
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	139
29	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	116
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
32	2	1	1	3	4	3	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
33	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	109
35	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
36	3	1	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	93
37	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	120
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
39	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	124
40	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	137
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	106
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	114
43	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	121
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
45	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	1	120
46	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	115
47	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	90
48	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	110
49	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	126
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	114
51	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	131
52	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	137
54	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	124
55	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
56	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	127
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	114
58	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	131
59	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	107
60	2	2	3	4	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	104

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
61	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	127
62	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	128
63	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	108
64	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	98
65	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	128
66	2	2	3	3	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102
67	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	115
68	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
69	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
70	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	113
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
72	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	106
73	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	115
75	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	127
76	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138
77	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	121
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	103
80	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	115
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
82	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	118
83	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	1	1	1	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	4	77
84	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	111
85	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	2	103
86	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
87	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	106
88	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130
89	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
90	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	128

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
91	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	106
92	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	130
93	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	2	4	1	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	126
94	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	126
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
96	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	115
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
98	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	121
99	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	102
100	1	1	1	4	4	1	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	98
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	137
102	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	129
103	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	116
104	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133
105	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	117
106	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	129
107	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	3	4	4	109
108	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	112
109	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	134
110	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	128
111	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	114
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	110
115	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	112
116	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	121
117	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
118	1	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
119	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	122
120	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	104

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
121	1	1	1	4	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
122	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	139
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
124	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
126	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133
127	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	108
128	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	127
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	137
132	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	117
133	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	105
134	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	123
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
136	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	133
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
138	3	3	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
139	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
140	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
141	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133
142	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101
143	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	124
144	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	1	1	3	4	4	3	3	3	3	4	1	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	106
145	4	2	1	2	4	1	1	1	1	4	4	2	4	1	4	4	2	1	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	90
146	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	107
147	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	117
148	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
149	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	123
150	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	106

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
151	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	136
152	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	112
153	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
154	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	107
155	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	95
156	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
157	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
158	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	1	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
159	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	129
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138
161	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
162	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	1	3	4	3	113
163	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	118
164	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	105
165	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	120
166	3	3	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	123
167	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	102
168	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121
169	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	97
170	4	2	4	4	4	3	3	3	2	4	1	1	4	4	1	4	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	112
171	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	101
172	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	127
173	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	129
174	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	124
175	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	128
176	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	1	117
177	3	3	3	4	4	1	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	110
178	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	121
179	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	108
180	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
181	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	122
182	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	124
183	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	125
184	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	131
185	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	109
186	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	101
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	102
188	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	134
189	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	119
190	3	3	3	1	4	1	1	1	1	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	107
191	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135
192	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	110
193	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	4	1	3	3	4	4	4	93
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	101
195	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	110
196	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
197	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	108
198	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	1	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	122
199	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	126
200	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	123
201	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	116
202	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	131
203	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
204	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	106
205	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	106
206	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	106
207	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128
208	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4	3	3	4	125
209	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	120
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	108

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
211	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	129
212	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	131
213	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	2	113
214	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	2	4	4	1	3	4	2	2	2	3	3	3	103
215	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	2	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	1	4	2	2	1	1	1	2	2	2	99
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	140
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	139
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	137
219	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	136
220	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	117
221	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	123
222	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
223	4	4	4	3	3	3	3	4	4	1	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	110
224	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	116
225	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	101
226	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	101
227	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	104
228	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105
229	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	111
230	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	113
231	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	116
232	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	125
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	111
234	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130
235	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	125
236	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	98
237	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	119
238	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103
239	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	101
240	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	90

SUBJEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	TOTAL
241	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	121
242	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	123
243	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	123
244	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	126
245	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133
246	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	129
247	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	3	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
248	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	125
249	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	106
250	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	120
251	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
252	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	120

LAMPIRAN 3

(UJI VALIDITAS DAN REABILITAS INSTRUMEN)

Uji Validitas Minat Melamar Pekerjaan

Correlations

		VAR00001
VAR00001	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	252
VAR00002	Pearson Correlation	.264**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00003	Pearson Correlation	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00004	Pearson Correlation	.294**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00005	Pearson Correlation	.164**
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	252
VAR00006	Pearson Correlation	.371**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00007	Pearson Correlation	.310**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252

	Pearson Correlation	.300**
VAR00008	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.304**
VAR00009	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.328**
VAR00010	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.175**
VAR00011	Sig. (2-tailed)	.005
	N	252

Correlations

		VAR00001
	Pearson Correlation	.018
VAR00012	Sig. (2-tailed)	.778
	N	252
	Pearson Correlation	.080**
VAR00013	Sig. (2-tailed)	.207
	N	252
	Pearson Correlation	.119**
VAR00014	Sig. (2-tailed)	.059
	N	252
VAR00015	Pearson Correlation	.145**

	Sig. (2-tailed)	.021
	N	252
	Pearson Correlation	.200**
VAR00016	Sig. (2-tailed)	.001
	N	252
	Pearson Correlation	.200**
VAR00017	Sig. (2-tailed)	.001
	N	252
	Pearson Correlation	.189**
VAR00018	Sig. (2-tailed)	.003
	N	252
	Pearson Correlation	.122**
VAR00019	Sig. (2-tailed)	.052
	N	252
	Pearson Correlation	.138**
VAR00020	Sig. (2-tailed)	.029
	N	252
	Pearson Correlation	.507**
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252

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

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

Uji Validitas Reputasi Perusahaan

Correlations

		VAR00001
VAR00001	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	252
VAR00002	Pearson Correlation	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00003	Pearson Correlation	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00004	Pearson Correlation	.110
	Sig. (2-tailed)	.082
	N	252
VAR00005	Pearson Correlation	.104
	Sig. (2-tailed)	.098
	N	252
VAR00006	Pearson Correlation	.443**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00007	Pearson Correlation	.447**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	252
	Pearson Correlation	.311**
VAR00008	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.354**
VAR00009	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.031
VAR00010	Sig. (2-tailed)	.622
	N	252
	Pearson Correlation	.086
VAR00011	Sig. (2-tailed)	.171
	N	252

Correlations

		VAR00001
	Pearson Correlation	.062
VAR00012	Sig. (2-tailed)	.328
	N	252
	Pearson Correlation	.358**
VAR00013	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.313**
VAR00014	Sig. (2-tailed)	.000

	N	252
	Pearson Correlation	.326
VAR00015	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	-.006
VAR00016	Sig. (2-tailed)	.920
	N	252
	Pearson Correlation	-.035**
VAR00017	Sig. (2-tailed)	.580
	N	252
	Pearson Correlation	.190**
VAR00018	Sig. (2-tailed)	.002
	N	252
	Pearson Correlation	.259**
VAR00019	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.401**
VAR00020	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.072
VAR00021	Sig. (2-tailed)	.252
	N	252
VAR00022	Pearson Correlation	.084
	Sig. (2-tailed)	.184

	N	252

Correlations

		VAR00001
VAR00023	Pearson Correlation	.395
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00024	Pearson Correlation	.287**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00025	Pearson Correlation	.238**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00026	Pearson Correlation	.296
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
VAR00027	Pearson Correlation	.010
	Sig. (2-tailed)	.871
	N	252
VAR00028	Pearson Correlation	.035**
	Sig. (2-tailed)	.575
	N	252
VAR00029	Pearson Correlation	-.004**
	Sig. (2-tailed)	.949

	N	252
	Pearson Correlation	.348**
VAR00030	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.243**
VAR00031	Sig. (2-tailed)	.000
	N	252
	Pearson Correlation	.207
VAR00032	Sig. (2-tailed)	.001
	N	252
	Pearson Correlation	-.027
VAR00033	Sig. (2-tailed)	.668
	N	252

Correlations

		VAR00001
	Pearson Correlation	-.056
VAR00034	Sig. (2-tailed)	.372
	N	252
	Pearson Correlation	.013**
VAR00035	Sig. (2-tailed)	.837
	N	252
	Pearson Correlation	.413**
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000

	N	252

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

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

Uji Reliabilitas Minat Melamar Pekerjaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	252	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	252	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	20

Uji Reliabilitas Reputasi Perusahaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	252	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	252	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	35

LAMPIRAN 4

(UJI ASUMSI DAN UJI HIPOTESIS)

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Minat Melamar Pekerjaan	Reputasi Perusahaan
N		252	252
Normal Parameters[a,b]	Mean	68.6587	118.0516
	Std. Deviation	6.13742	12.83644
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.080
	Positive	.044	.080
	Negative	-.093	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.477	1.271
Asymp. Sig. (2-tailed)		.026	.079

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI LINIERITAS

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat Melamar Pekerjaan * Reputasi Perusahaan	252	100.0%	0	0.0%	252	100.0%

Report

Minat Melamar Pekerjaan

Reputasi Perusahaan	Mean	N	Std. Deviation
77.00	76.0000	1	.
90.00	61.3333	3	6.42910
92.00	54.0000	1	.
93.00	69.5000	2	6.36396
95.00	64.0000	2	11.31371
97.00	64.0000	1	.
98.00	60.6667	3	11.15049
99.00	65.5000	2	2.12132

101.00	70.8750	8	2.41646
102.00	64.3333	6	3.26599
103.00	64.7500	4	2.87228
104.00	62.2000	5	7.04982
105.00	63.5333	15	4.88243
106.00	63.8182	11	3.78994
107.00	63.5000	4	4.65475
108.00	64.8000	5	5.06952
109.00	62.0000	5	2.82843
110.00	63.2857	7	3.59232
111.00	66.3333	3	2.51661
112.00	66.4000	5	5.41295
113.00	70.0000	5	5.78792
114.00	68.5000	4	4.35890
115.00	70.8000	5	4.60435
116.00	64.6667	6	6.62319
117.00	68.8333	6	3.31160
118.00	58.5000	2	6.36396
119.00	66.8000	5	7.42967
120.00	70.7143	7	3.77334
121.00	67.4286	7	2.99205
122.00	70.0000	4	4.69042
123.00	70.5000	8	4.10575
124.00	70.7500	8	3.28416
125.00	71.1818	11	3.18805
126.00	72.2000	5	.83666
127.00	71.0000	5	1.00000
128.00	70.7857	14	5.25033
129.00	74.1667	6	5.19294
130.00	73.0000	4	4.96655
131.00	73.6000	5	1.14018
132.00	75.2857	7	2.62769
133.00	71.0000	6	6.89928
134.00	73.3333	3	3.05505
135.00	68.5000	2	7.77817
136.00	74.0000	2	.00000
137.00	74.1667	6	3.86868
138.00	70.0000	3	13.89244
139.00	75.0000	3	1.73205
140.00	76.4000	10	4.35125

Total	68.6587	252	6.13742

ANOVA Table

	Minat Melamar Pekerjaan * Reputasi Perusahaan				
	Between Groups			Within Groups	Total
	(Combined)	Linearity	Deviation from Linearity		
Sum of Squares	4861.529	2940.796	1920.733	4593.122	9454.651
df	47	1	46	204	251
Mean Square	103.437	2940.796	41.755	22.515	
F	4.594	130.613	1.855		
Sig.	.000	.000	.002		

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Melamar Pekerjaan * Reputasi Perusahaan	.558	.311	.717	.514

UJI HIPOTESIS

REGRESI

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Melamar Pekerjaan	68.6587	6.13742	252
Reputasi Perusahaan	118.0516	12.83644	252

Correlations

		Minat Melamar Pekerjaan	Reputasi Perusahaan
Pearson Correlation	Minat Melamar Pekerjaan	1.000	.558
	Reputasi Perusahaan	.558	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Melamar Pekerjaan	.	.000
	Reputasi Perusahaan	.000	.
N	Minat Melamar Pekerjaan	252	252
	Reputasi Perusahaan	252	252

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reputasi Perusahaan[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558[a]	.311	.308	5.10445

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

b. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2940.796	1	2940.796	112.867	.000[b]
	Residual	6513.855	250	26.055		
	Total	9454.651	251			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.180	2.980		12.474	.000
	Reputasi Perusahaan	.267	.025	.558	10.624	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Casewise Diagnostics[a]

Case Number	Std. Residual	Minat Melamar Pekerjaan	Predicted Value	Residual
1	1.075	80.00	74.5114	5.48860
2	.605	76.00	72.9115	3.08853
3	.004	70.00	69.9783	.02175
4	-1.354	58.00	64.9118	-6.91179
5	-1.511	54.00	61.7119	-7.71192
6	.331	73.00	71.3115	1.68847
7	-.623	62.00	65.1784	-3.17845
8	2.094	78.00	67.3117	10.68830
9	-.557	69.00	71.8448	-2.84484
10	1.075	76.00	70.5116	5.48844
11	-.401	65.00	67.0450	-2.04504

12	1.075	80.00	74.5114	5.48860
13	1.493	80.00	72.3782	7.62185
14	-1.210	59.00	65.1784	-6.17845
15	.710	76.00	72.3782	3.62185
16	-.858	60.00	64.3785	-4.37848
17	.514	67.00	64.3785	2.62152
18	-1.223	60.00	66.2451	-6.24507
19	.840	78.00	73.7114	4.28857
20	.331	73.00	71.3115	1.68847
21	-.962	60.00	64.9118	-4.91179
22	.683	78.00	74.5114	3.48860
23	1.545	72.00	64.1118	7.88817
24	.762	72.00	68.1117	3.88834
25	-1.668	58.00	66.5117	-8.51173
26	.879	75.00	70.5116	4.48844
27	1.859	72.00	62.5119	9.48811
28	.344	76.00	74.2447	1.75526
29	.370	70.00	68.1117	1.88834
30	.553	68.00	65.1784	2.82155
31	.292	76.00	74.5114	1.48860
32	-.231	68.00	69.1783	-1.17829
33	.853	77.00	72.6448	4.35519
34	-.440	64.00	66.2451	-2.24507
35	.096	71.00	70.5116	.48844
36	2.355	74.00	61.9786	12.02142
37	1.336	76.00	69.1783	6.82171
38	.879	79.00	74.5114	4.48860
39	-1.223	64.00	70.2449	-6.24491
40	.057	74.00	73.7114	.28857
41	-.283	64.00	65.4451	-1.44511
42	.670	71.00	67.5784	3.42165
43	-.283	68.00	69.4449	-1.44494
44	.357	67.00	65.1784	1.82155
45	-.427	67.00	69.1783	-2.17829
46	.226	69.00	67.8450	1.15499
47	.553	64.00	61.1786	2.82139
48	-.492	64.00	66.5117	-2.51173
49	.043	71.00	70.7782	.22178
50	-1.093	62.00	67.5784	-5.57835
51	-.022	72.00	72.1115	-.11150

52	.122	73.00	72.3782	.62185
53	-.727	70.00	73.7114	-3.71143
54	.540	73.00	70.2449	2.75509
55	.083	64.00	63.5785	.42149
56	.187	72.00	71.0449	.95512
57	.670	71.00	67.5784	3.42165
58	.566	75.00	72.1115	2.88850
59	.448	68.00	65.7118	2.28824
60	.017	65.00	64.9118	.08821
61	.187	72.00	71.0449	.95512
62	.527	74.00	71.3115	2.68847
63	-.192	65.00	65.9784	-.97842
64	1.114	69.00	63.3119	5.68814
65	.919	76.00	71.3115	4.68847
66	.318	66.00	64.3785	1.62152
67	.226	69.00	67.8450	1.15499
68	.905	77.00	72.3782	4.62185
69	.723	75.00	71.3115	3.68847
70	.135	68.00	67.3117	.68830
71	.553	68.00	65.1784	2.82155
72	-1.654	57.00	65.4451	-8.44511
73	-.845	67.00	71.3115	-4.31153
74	-.557	65.00	67.8450	-2.84501
75	-.205	70.00	71.0449	-1.04488
76	-3.914	54.00	73.9781	-19.97809
77	-1.067	64.00	69.4449	-5.44494
78	.984	79.00	73.9781	5.02191
79	-.714	61.00	64.6451	-3.64514
80	1.402	75.00	67.8450	7.15499
81	-1.667	66.00	74.5114	-8.51140
82	-2.869	54.00	68.6450	-14.64497
83	3.583	76.00	57.7121	18.28791
84	.435	69.00	66.7784	2.22162
85	.070	65.00	64.6451	.35486
86	-1.223	60.00	66.2451	-6.24507
87	-.283	64.00	65.4451	-1.44511
88	-.361	70.00	71.8448	-1.84484
89	-.100	70.00	70.5116	-.51156
90	-.257	70.00	71.3115	-1.31153
91	.109	66.00	65.4451	.55489

92	1.598	80.00	71.8448	8.15516
93	.239	72.00	70.7782	1.22178
94	.435	73.00	70.7782	2.22178
95	.096	75.00	74.5114	.48860
96	1.598	76.00	67.8450	8.15499
97	1.140	71.00	65.1784	5.82155
98	.109	70.00	69.4449	.55506
99	-.662	61.00	64.3785	-3.37848
100	-3.000	48.00	63.3119	-15.31186
101	.644	77.00	73.7114	3.28857
102	.474	74.00	71.5782	2.42181
103	-.806	64.00	68.1117	-4.11166
104	.070	73.00	72.6448	.35519
105	.318	70.00	68.3783	1.62168
106	-1.093	66.00	71.5782	-5.57819
107	-1.223	60.00	66.2451	-6.24507
108	1.558	75.00	67.0450	7.95496
109	-.570	70.00	72.9115	-2.91147
110	-.453	69.00	71.3115	-2.31153
111	.474	70.00	67.5784	2.42165
112	-.923	65.00	69.7116	-4.71160
113	-1.014	60.00	65.1784	-5.17845
114	-.492	64.00	66.5117	-2.51173
115	-.205	66.00	67.0450	-1.04504
116	.501	72.00	69.4449	2.55506
117	-3.000	56.00	71.3115	-15.31153
118	.540	73.00	70.2449	2.75509
119	1.232	76.00	69.7116	6.28840
120	-1.942	55.00	64.9118	-9.91179
121	-2.529	56.00	68.9116	-12.91163
122	.344	76.00	74.2447	1.75526
123	1.075	80.00	74.5114	5.48860
124	.135	72.00	71.3115	.68847
125	-.427	63.00	65.1784	-2.17845
126	-.714	69.00	72.6448	-3.64481
127	1.180	72.00	65.9784	6.02158
128	-.205	70.00	71.0449	-1.04488
129	1.284	72.00	65.4451	6.55489
130	.488	77.00	74.5114	2.48860
131	-.923	69.00	73.7114	-4.71143

132	-.466	66.00	68.3783	-2.37832
133	-1.210	59.00	65.1784	-6.17845
134	.788	74.00	69.9783	4.02175
135	.161	66.00	65.1784	.82155
136	-2.869	58.00	72.6448	-14.64481
137	.514	75.00	72.3782	2.62185
138	.527	74.00	71.3115	2.68847
139	.122	73.00	72.3782	.62185
140	.122	73.00	72.3782	.62185
141	.461	75.00	72.6448	2.35519
142	1.349	71.00	64.1118	6.88817
143	.148	71.00	70.2449	.75509
144	-.087	65.00	65.4451	-.44511
145	.945	66.00	61.1786	4.82139
146	-1.707	57.00	65.7118	-8.71176
147	.905	73.00	68.3783	4.62168
148	.488	73.00	70.5116	2.48844
149	-1.367	63.00	69.9783	-6.97825
150	-1.263	59.00	65.4451	-6.44511
151	.109	74.00	73.4448	.55522
152	-.205	66.00	67.0450	-1.04504
153	.919	76.00	71.3115	4.68847
154	-.139	65.00	65.7118	-.71176
155	-1.276	56.00	62.5119	-6.51189
156	-.035	65.00	65.1784	-.17845
157	-1.798	56.00	65.1784	-9.17845
158	.292	72.00	70.5116	1.48844
159	1.454	79.00	71.5782	7.42181
160	.592	77.00	73.9781	3.02191
161	.409	71.00	68.9116	2.08837
162	.723	71.00	67.3117	3.68830
163	-1.106	63.00	68.6450	-5.64497
164	-1.602	57.00	65.1784	-8.17845
165	-.231	68.00	69.1783	-1.17829
166	1.180	76.00	69.9783	6.02175
167	-.074	64.00	64.3785	-.37848
168	-.283	68.00	69.4449	-1.44494
169	.187	64.00	63.0452	.95480
170	-1.380	60.00	67.0450	-7.04504
171	1.349	71.00	64.1118	6.88817

172	-.009	71.00	71.0449	-.04488
173	-.113	71.00	71.5782	-.57819
174	-.440	68.00	70.2449	-2.24491
175	-.453	69.00	71.3115	-2.31153
176	.122	69.00	68.3783	.62168
177	.096	67.00	66.5117	.48827
178	-.675	66.00	69.4449	-3.44494
179	-1.171	60.00	65.9784	-5.97842
180	-1.994	63.00	73.1781	-10.17812
181	-.335	68.00	69.7116	-1.71160
182	.736	74.00	70.2449	3.75509
183	-.492	68.00	70.5116	-2.51156
184	.370	74.00	72.1115	1.88850
185	-.048	66.00	66.2451	-.24507
186	1.545	72.00	64.1118	7.88817
187	.709	68.00	64.3785	3.62152
188	.213	74.00	72.9115	1.08853
189	1.193	75.00	68.9116	6.08837
190	-.335	64.00	65.7118	-1.71176
191	.161	74.00	73.1781	.82188
192	-1.276	60.00	66.5117	-6.51173
193	.592	65.00	61.9786	3.02142
194	1.545	72.00	64.1118	7.88817
195	-.884	62.00	66.5117	-4.51173
196	.148	71.00	70.2449	.75509
197	.200	67.00	65.9784	1.02158
198	.252	71.00	69.7116	1.28840
199	.435	73.00	70.7782	2.22178
200	.200	71.00	69.9783	1.02175
201	-2.569	55.00	68.1117	-13.11166
202	.370	74.00	72.1115	1.88850
203	-.819	61.00	65.1784	-4.17845
204	-.283	64.00	65.4451	-1.44511
205	-.283	64.00	65.4451	-1.44511
206	-.283	64.00	65.4451	-1.44511
207	-.845	67.00	71.3115	-4.31153
208	-.688	67.00	70.5116	-3.51156
209	.161	70.00	69.1783	.82171
210	-1.171	60.00	65.9784	-5.97842
211	.670	75.00	71.5782	3.42181

212	.174	73.00	72.1115	.88850
213	.723	71.00	67.3117	3.68830
214	.657	68.00	64.6451	3.35486
215	.670	67.00	63.5785	3.42149
216	-.296	73.00	74.5114	-1.51140
217	-.244	73.00	74.2447	-1.24474
218	.644	77.00	73.7114	3.28857
219	.109	74.00	73.4448	.55522
220	-.858	64.00	68.3783	-4.37832
221	-.583	67.00	69.9783	-2.97825
222	.344	72.00	70.2449	1.75509
223	.292	68.00	66.5117	1.48827
224	-.022	68.00	68.1117	-.11166
225	1.545	72.00	64.1118	7.88817
226	1.545	72.00	64.1118	7.88817
227	1.585	73.00	64.9118	8.08821
228	1.140	71.00	65.1784	5.82155
229	-.152	66.00	66.7784	-.77838
230	-1.041	62.00	67.3117	-5.31170
231	-1.785	59.00	68.1117	-9.11166
232	.488	73.00	70.5116	2.48844
233	-.544	64.00	66.7784	-2.77838
234	.226	73.00	71.8448	1.15516
235	-.884	66.00	70.5116	-4.51156
236	.331	65.00	63.3119	1.68814
237	.017	69.00	68.9116	.08837
238	.070	65.00	64.6451	.35486
239	.174	65.00	64.1118	.88817
240	-1.406	54.00	61.1786	-7.17861
241	-1.067	64.00	69.4449	-5.44494
242	.592	73.00	69.9783	3.02175
243	.004	70.00	69.9783	.02175
244	.239	72.00	70.7782	1.22178
245	.265	74.00	72.6448	1.35519
246	1.650	80.00	71.5782	8.42181
247	-1.158	63.00	68.9116	-5.91163
248	.292	72.00	70.5116	1.48844
249	-.479	63.00	65.4451	-2.44511
250	.161	70.00	69.1783	.82171
251	.514	71.00	68.3783	2.62168

252	1.336	76.00	69.1783	6.82171

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	57.7121	74.5114	68.6587	3.42291	252
Std. Predicted Value	-3.198	1.710	.000	1.000	252
Standard Error of Predicted Value	.322	1.079	.441	.110	252
Adjusted Predicted Value	56.8561	74.6464	68.6540	3.43398	252
Residual	-19.97809	18.28791	.00000	5.09427	252
Std. Residual	-3.914	3.583	.000	.998	252
Stud. Residual	-3.941	3.666	.000	1.003	252
Deleted Residual	-20.25333	19.14394	.00473	5.14930	252
Stud. Deleted Residual	-4.061	3.761	-.001	1.011	252
Mahal. Distance	.000	10.228	.996	1.138	252
Cook's Distance	.000	.314	.005	.022	252
Centered Leverage Value	.000	.041	.004	.005	252

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan