



Pengaruh Citra Positif dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja menggunakan Jasa Outsourcing PT Prima Karya Sarana Sejahtera

Husna Atikah^{1*}, Dian Purnama Sari²

¹⁻²Program Studi Manajemen pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia

*Penulis Korespondensi: husnaatikahh@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of a positive company image and company reputation on job application interest among users of outsourcing services at PT Prima Karya Sarana Sejahtera. The research method used was quantitative research. The research sample consisted of 80 respondents selected using the purposive sampling technique. The research data were collected through questionnaires and then analyzed using IBM SPSS Statistics version 26. The results showed that, partially, a positive company image had a positive and significant effect on job application interest among users of outsourcing services at PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Partially, company reputation also had a positive and significant effect on job application interest among users of outsourcing services at PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Furthermore, simultaneously, a positive company image and company reputation had a positive and significant effect on job application interest among users of outsourcing services at PT Prima Karya Sarana Sejahtera. In addition, based on the coefficient of determination test, a value of Adjusted R Square 0.618 was obtained, indicating that the variables of positive company image and company reputation were able to explain 61.8% of the variation in job application interest, while the remaining 38.2% was explained by other variables not examined in this study.*

Keywords: *Company Image; Company Reputation; Human Resources; Job Application Interest; Outsourcing Service Users.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa outsourcing PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ditetapkan sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan selanjutnya dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra positif perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa outsourcing PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Secara parsial, reputasi perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa outsourcing PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Selanjutnya, secara simultan citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa outsourcing PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Selain itu, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,618, yang menunjukkan bahwa variabel citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan mampu menjelaskan variasi minat melamar kerja sebesar 61,8%, sedangkan sisanya sebesar 38,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Perusahaan; Minat Melamar Kerja; Pengguna Jasa Outsourcing; Reputasi Perusahaan; Sumber Daya Manusia.

1. LATAR BELAKANG

Dalam suatu negara, kondisi ketenagakerjaan merupakan indikator penting dalam mencerminkan pertumbuhan ekonomi dan keberhasilan pembangunan nasional. Ketersediaan lapangan kerja serta kemampuan penyerapan tenaga kerja berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi dan mengurangi pengangguran (Handari & Isnandar, 2025). Oleh karena itu, dinamika ketenagakerjaan perlu terus diperhatikan sebagai dasar perumusan kebijakan yang berkelanjutan (Suparman, 2022).

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Penduduk Bekerja dan Pengangguran Tahun 2021-2025.

Tahun	Penduduk Bekerja		Pengangguran	
	Persentase (%)	Jumlah (Ribu orang)	Persentase (%)	Jumlah (Ribu orang)
2021	93,51	131.050,52	6,49	9.102,05
2022	94,14	35.296,71	5,86	8.425,93
2023	94,68	139.852,40	5,32	7.855,08
2024	95,09	144.642,00	4,91	7.466,00
2025	95,15	146.542,26	4,85	7.461,51

Sumber: BPS (2025)

Tabel 1 menunjukkan kondisi ketenagakerjaan Indonesia periode 2021–2025 yang semakin membaik, ditandai dengan peningkatan persentase penduduk bekerja dari 93,51% menjadi 95,15% dan penurunan tingkat pengangguran dari 6,49% menjadi 4,85%. Kondisi tersebut menunjukkan meningkatnya kesempatan kerja sekaligus kebutuhan perusahaan terhadap pengelolaan sumber daya manusia yang efisien dan fleksibel (Hafidz, 2024). Salah satu pendekatan yang banyak digunakan adalah jasa *outsourcing* sebagai alternatif penyediaan tenaga kerja di berbagai sektor industri (Pang et al., 2021).

Perkembangan *outsourcing* juga meningkatkan persaingan antarpemedia jasa tenaga kerja, sehingga perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan tenaga kerja berkualitas, tetapi juga mampu menarik minat masyarakat untuk melamar kerja. Salah satunya adalah PT Prima Karya Sarana Sejahtera yang bergerak dalam rekrutmen, seleksi, dan penempatan tenaga kerja pada perusahaan mitra.

Menurut Purborini & Basid (2022), minat melamar pekerjaan merupakan tindakan pencari kerja dalam memperoleh informasi mengenai perusahaan yang menjadi tujuan kariernya, sedangkan Sinaga & Pramudita (2023) menyatakan bahwa individu yang memiliki minat melamar kerja cenderung aktif mencari informasi mengenai perusahaan dan posisi yang tersedia sebelum mengajukan lamaran. Minat melamar kerja penting bagi perusahaan *outsourcing* karena menentukan ketersediaan kandidat yang dapat disalurkan kepada perusahaan pengguna jasa. Salah satu faktor yang diduga memengaruhinya adalah citra positif perusahaan, yaitu persepsi positif masyarakat yang dapat meningkatkan ketertarikan untuk bergabung (Diningrum & Suratman, 2026). Citra positif terbentuk melalui proses penerimaan dan pengolahan informasi secara berkelanjutan serta mencerminkan kepercayaan dan penilaian publik terhadap perusahaan (Hamudya & Purnamasari., 2022). Selain itu, reputasi perusahaan juga menjadi pertimbangan karena mencerminkan kredibilitas, kualitas, dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Diningrum & Suratman, 2026). Menurut Hamudya & Purnamasari (2022), reputasi perusahaan merupakan penilaian menyeluruh publik berdasarkan

ekspektasi terhadap produk atau layanan perusahaan. Dengan semakin ketatnya persaingan penyedia tenaga kerja, perusahaan perlu membangun citra dan reputasi yang baik untuk meningkatkan minat pelamar.

Berikut disajikan data jumlah pelamar kerja yang menggunakan jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana untuk memberikan gambaran awal terkait permasalahan minat melamar kerja yang terjadi di lapangan:

Tabel 2. Jumlah Pelamar Kerja Menggunakan Jasa *Outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera Tahun 2026.

No	Bulan	Jumlah Pelamar
1	Januari	91
2	Februari	86
3	Maret	75
4	April	72
5	Mei	80
Jumlah		404

Sumber: PT Prima Karya Sarana Sejahtera (2026)

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah pelamar kerja yang menggunakan jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera pada tahun 2026 mengalami fluktuasi dan belum menunjukkan peningkatan yang konsisten. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa minat masyarakat untuk melamar kerja melalui perusahaan masih belum stabil, yang diduga dipengaruhi oleh citra perusahaan dan reputasinya. Hasil observasi awal juga menunjukkan bahwa citra perusahaan sebagai penyedia jasa *outsourcing* belum terbentuk secara kuat, sementara masih terdapat stigma negatif terhadap pekerjaan *outsourcing* terkait kepastian kerja, sistem kontrak, dan jenjang karier. Selain itu, reputasi perusahaan belum dikenal secara luas oleh calon pelamar, didukung oleh penyebaran informasi mengenai perusahaan, sistem rekrutmen, dan pengalaman tenaga kerja yang belum optimal, sehingga dapat memengaruhi kepercayaan dan minat masyarakat untuk melamar kerja.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu ditemukan bahwa sebagian besar penelitian mengenai minat melamar kerja mengkaji pengaruh reputasi perusahaan, *E-Recruitment*, *employer branding* maupun kompensasi pada objek perusahaan konvensional atau mahasiswa sebagai responden. Sementara penelitian yang secara khusus menguji pengaruh citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan secara simultan pada perusahaan *outsourcing* masih sangat terbatas. Seperti penelitian oleh Frenita & Hardianto (2025) yang menemukan bahwa reputasi perusahaan dan *e-recruitment* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa. Hasil serupa juga ditemukan oleh Prasetya & Suryono (2025) yang menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dan *e-recruitment* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja generasi Z. Selain itu, penelitian Feliana & Gafar Yoedjadi (2024)

menambahkan bahwa citra perusahaan juga berpengaruh terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa di era digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, terlihat adanya kesenjangan antara pentingnya citra positif dan reputasi perusahaan dalam menarik minat pelamar kerja dengan kondisi nyata di PT Prima Karya Sarana Sejahtera yang masih menunjukkan fluktuasi jumlah pelamar. Selain itu, masih terdapat research gap terkait objek penelitian perusahaan *outsourcing*. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh citra positif dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada PT Prima Karya Sarana Sejahtera menjadi penting untuk dilakukan. Berdasarkan permasalahan terjadi di lapangan dan adanya *gap* pada penelitian ini, peneliti merasa perlu adanya untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Positif dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja Menggunakan Jasa *Outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera”.

2. KAJIAN TEORITIS

Minat Melamar Kerja

Afra (2022) mengemukakan bahwa minat merupakan dorongan atau keinginan yang muncul dari dalam diri individu sebagai bentuk ketertarikan terhadap suatu objek atau tujuan yang ingin dicapai. Sejalan dengan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), minat melamar kerja mencerminkan niat individu yang berperan sebagai faktor utama dalam memprediksi perilaku aktual, termasuk keputusan untuk mengajukan lamaran pekerjaan pada suatu organisasi.

Menurut Andes (2023), minat seseorang untuk melamar pekerjaan dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

- a. Kebutuhan terhadap pekerjaan
- b. Pencarian informasi pekerjaan
- c. Penentuan pilihan pekerjaan
- d. Pengambilan keputusan

Citra Positif Perusahaan

Menurut Kotler & Keller (2022), citra/*image* merupakan sekumpulan keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki individu terhadap suatu objek. Hamudya & Purnamasari (2022) mendefinisikan citra positif perusahaan merupakan persepsi yang terbentuk melalui proses penerimaan dan pengolahan informasi secara berkelanjutan oleh masyarakat terhadap suatu perusahaan. Wahid (2023) juga menegaskan bahwa citra positif sering dikaitkan dengan

tingkat kredibilitas yang dimiliki perusahaan. Kredibilitas tersebut mencakup dua aspek utama, yaitu kemampuan (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*).

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur citra perusahaan meliputi (Yanto & Anggraini, 2023):

- a. *Personality* (Kepribadian Perusahaan)
- b. *Reputation* (Reputasi)
- c. *Value Ethics* (Nilai dan Etika Perusahaan)
- d. *Corporate Identity* (Identitas Perusahaan)

Reputasi Perusahaan

Menurut Fombrun & Shanley yang dikutip oleh Hamudya & Purnamasari (2022), reputasi perusahaan merupakan penilaian menyeluruh yang diberikan oleh publik terhadap suatu perusahaan berdasarkan ekspektasi yang dimiliki ketika menggunakan produk atau memanfaatkan layanan yang ditawarkan. Turnip & Benazira (2025) mengemukakan bahwa reputasi perusahaan merupakan hasil dari proses yang berlangsung dalam jangka panjang melalui akumulasi pengalaman, konsistensi perilaku organisasi, serta penilaian para pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Selnes dalam Otniel & Setyanto (2022), reputasi perusahaan dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

- a. Nama baik
- b. Reputasi dibandingkan pesaing
- c. Dikenal secara luas
- d. Kemudahan untuk diingat

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh citra positif dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada pelamar kerja PT Prima Karya Sarana Sejahtera serta data sekunder dari studi pustaka, jurnal, dan dokumen terkait (Sujarweni, 2022).

Populasi dalam penelitian ini merupakan pelamar kerja yang menggunakan jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera dengan jumlah 404 orang. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah memperoleh informasi atau memiliki pengalaman berinteraksi dengan layanan maupun proses rekrutmen PT Prima Karya Sarana Sejahtera serta berusia minimal 18 tahun. Berdasarkan perhitungan

rumus Slovin, sampel penelitian merupakan 80 pelamar kerja. Pengumpulan data dilakukan melalui *field research*, kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam memperoleh data dari responden, sedangkan dokumentasi dan observasi digunakan sebagai data pendukung (Sugiyono, 2024).

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 26 yang meliputi uji instrumen (validitas *Pearson Correlation* dan reliabilitas *Cronbach Alpha*), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta uji hipotesis. Uji normalitas, uji multikolinearitas menggunakan nilai *Tolerance* dan VIF, sedangkan uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan dengan regresi linier berganda untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap dependen, dilanjutkan uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Sahir, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022), instrumen penelitian dikatakan valid apabila alat ukur tersebut mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur. Penentuan validitas setiap item didasarkan pada ketentuan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan jumlah responden uji coba sebanyak 30 orang, diperoleh derajat kebebasan ($df = n - 2$) sebesar 28, sehingga nilai r_{tabel} yang digunakan sebagai acuan adalah 0,361. Hasil pengujian validitas terhadap instrumen penelitian pada masing-masing variabel disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Citra Positif Perusahaan (X ₁)	X1.1	0,599	0,361	Valid
	X1.2	0,811		Valid
	X1.3	0,630		Valid
	X1.4	0,634		Valid
	X1.5	0,689		Valid
	X1.6	0,811		Valid
	X1.7	0,841		Valid
	X1.8	0,724		Valid
Reputasi Perusahaan (X ₂)	X2.1	0,741	0,361	Valid
	X2.2	0,733		Valid
	X2.3	0,457		Valid
	X2.4	0,773		Valid
	X2.5	0,801		Valid
	X2.6	0,515		Valid
	X2.7	0,640		Valid
	X2.68	0,537		Valid

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Minat Melamar Kerja (Y)	Y.1	0,582	0,361	Valid
	Y.2	0,540		Valid
	Y.3	0,640		Valid
	Y.4	0,677		Valid
	Y.5	0,744		Valid
	Y.6	0,535		Valid
	Y.7	0,645		Valid
	Y.8	0,580		Valid

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,361). Temuan tersebut menunjukkan bahwa seluruh sepuluh butir pernyataan pada variabel citra positif perusahaan, reputasi Perusahaan, dan minat melamar kerja memenuhi kriteria valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Iba & Wardhana (2024:55) mengemukakan bahwa instrumen dikatakan reliabel apabila ketika digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α). Hasil pengujian *Cronbach Alpha* akan menentukan apakah indikator-indikator pernyataan yang digunakan dapat dianggap reliabel atau tidak. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) yang diperoleh lebih besar dari 0,60. Adapun hasil pengujian reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas.

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Citra Positif Perusahaan (X ₁)	0,861	Reliabel
2	Reputasi Perusahaan (X ₂)	0,802	Reliabel
3	Minat Melamar Kerja (Y)	0,743	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3 diketahui bahwa variabel citra positif perusahaan (X₁), reputasi perusahaan (X₂), dan minat melamar kerja (Y) masing-masing memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60. Oleh karena itu, seluruh instrumen penelitian dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam proses penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan melalui tiga metode, yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov*, grafik histogram,

serta grafik Probability Plot dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil pengujian normalitas disajikan pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43101227
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.074
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010c
Exact Sig. (2-tailed)		.216

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel di atas, diperoleh nilai *Exact Sig (2-Tailed)* sebesar 0,216, yang nilainya lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antarvariabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2021). Menurut Ghozali (2021), pendeteksian adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas.

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.438	2.970		.821	.414		
Citra Positif Perusahaan	.363	.087	.343	4.173	.000	.717	1.395
Reputasi Perusahaan	.561	.083	.555	6.754	.000	.717	1.395

a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel diatas, diketahui bahwa variabel citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan masing-masing memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,717, yang berada di atas batas minimum 0,10, serta nilai VIF sebesar 1,395, yang masih berada di bawah batas maksimum 10. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan

linear yang tinggi antarvariabel independen. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila varians residual memiliki nilai yang tetap, maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila varians residual berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 7:

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas.

Coefficients ^a					
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.332	1.882		.708
	Citra Positif Perusahaan	-.019	.055	-.046	-.346
	Reputasi Perusahaan	.035	.053	.089	.659

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel citra positif perusahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,730, sedangkan variabel reputasi perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,512. Kedua nilai tersebut berada di atas tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sahir (2022:52), regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh dua variabel independen, yaitu citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan, terhadap variabel dependen berupa minat melamar kerja. Selain menggambarkan arah hubungan antarvariabel, analisis ini juga digunakan untuk memprediksi perubahan pada variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada masing-masing variabel independen. Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 8:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.438	2.970		.821	.414
	Citra Positif Perusahaan	.363	.087	.343	4.173	.000
	Reputasi Perusahaan	.561	.083	.555	6.754	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Mengacu pada hasil analisis tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,438 + 0,363X_1 + 0,561X_2$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 2,438 menunjukkan bahwa apabila variabel citra positif perusahaan (X_1) dan reputasi perusahaan (X_2) diasumsikan bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai minat melamar kerja (Y) diperkirakan sebesar 2,438.

Koefisien regresi variabel citra positif perusahaan sebesar 0,363 mengindikasikan adanya hubungan positif antara kedua variabel. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada citra positif perusahaan diperkirakan akan meningkatkan minat melamar kerja sebesar 0,363 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien regresi variabel reputasi perusahaan sebesar 0,561 juga menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada reputasi perusahaan akan diikuti oleh peningkatan minat melamar kerja sebesar 0,561 satuan, dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2022:161), uji parsial (uji t) merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi. Keputusan pengujian didasarkan pada perbandingan antara nilai thitung dan ttabel, serta nilai signifikansi. Hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila thitung lebih besar daripada ttabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan jumlah responden sebanyak 80 orang, tingkat signifikansi 5%, dan derajat kebebasan 77 ($df=n-k-1=80-2-1$), diperoleh nilai ttabel sebesar 1,991. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 9:

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t).

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.438	2.970		.821	.414
	Citra Positif Perusahaan	.363	.087	.343	4.173	.000
	Reputasi Perusahaan	.561	.083	.555	6.754	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dijelaskan bahwa Variabel citra positif perusahaan memperoleh nilai thitung sebesar 4,173, yang lebih besar daripada ttabel sebesar 1,991, dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima (H_1) diterima, sehingga citra positif perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Variabel reputasi perusahaan memperoleh nilai thitung sebesar 6,754, yang juga lebih besar daripada ttabel sebesar 1,991, dengan nilai signifikansi 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima, sehingga reputasi perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada PT Prima Karya Sarana Sejahtera.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2022), uji simultan atau uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Keputusan pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel, serta memperhatikan nilai signifikansi. Model regresi dinyatakan berpengaruh secara simultan apabila Fhitung lebih besar daripada Ftabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan jumlah responden 80 orang, jumlah variabel independen sebanyak 2, serta derajat kebebasan $df_1 = k=2$ dan $df_2 = n-k-1=80-2-1=77$, diperoleh nilai Ftabel sebesar 3,12 pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 10:

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F).

		ANOVA ^a				
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	787.074	2	393.537	64.905	.000b
	Residual	466.876	77	6.063		
	Total	1253.950	79			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja

b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Citra Positif Perusahaan

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Hasil pengujian simultan yang disajikan pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 64,905, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,12. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, atau lebih kecil daripada batas signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2022:164), uji koefisien determinasi (R^2) merupakan metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar pula kontribusi variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792a	.628	.618	2.462
a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Citra Positif Perusahaan				
b. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja				

Sumber: Olah Data SPSS Versi 26 (2026)

Hasil pengujian koefisien determinasi yang ditampilkan pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,618 atau setara dengan 61,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variasi minat melamar kerja dapat dijelaskan oleh variabel citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan sebesar 61,8%. Sementara itu, 38,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Pengaruh Citra Positif Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel citra positif perusahaan terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera. Temuan tersebut didasarkan pada nilai t_{hitung} sebesar 4,173 yang lebih tinggi daripada t_{tabel} sebesar 1,991, serta nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik citra yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi pula ketertarikan calon pelamar untuk mengajukan lamaran kerja.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Akbar et al. (2025) yang membuktikan bahwa *employer branding*, yang merepresentasikan citra positif perusahaan sebagai pemberi kerja, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Wahidah dan Andri (2026) yang menemukan bahwa *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja pada PT Kilang Pertamina Internasional RU II Dumai.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja

Hasil pengujian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 6,754, yang lebih besar daripada *t* tabel sebesar 1,991, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian, semakin baik reputasi perusahaan di mata masyarakat, semakin besar pula kecenderungan individu untuk melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Fatimah et al. (2021) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja pada PT Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Handi & Safitri (2023) yang menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja di Kabupaten Bekasi. Selain itu, hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Diningrum & Suratman (2026) yang menemukan bahwa *corporate reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Pengaruh Citra Positif Perusahaan dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja

Berdasarkan hasil uji simultan, diketahui bahwa citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Hal tersebut dibuktikan oleh nilai *F* hitung sebesar 64,905, yang lebih besar dibandingkan *F* tabel sebesar 3,12, serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan tersebut menunjukkan bahwa citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam membentuk persepsi calon pelamar terhadap perusahaan. Perusahaan yang memiliki citra positif sekaligus reputasi yang baik akan lebih dipercaya, dipandang profesional, serta dianggap mampu memberikan prospek karier yang menjanjikan sehingga meningkatkan minat individu untuk mengajukan lamaran kerja.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Akbar et al. (2025) yang menyatakan bahwa *employer branding* dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Fatimah et al. (2021) yang membuktikan bahwa reputasi perusahaan bersama kompensasi

secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada PT Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya. Selain itu, penelitian Wahidah & Andri (2026) juga menunjukkan bahwa employer branding mampu meningkatkan minat melamar kerja.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja pada pengguna jasa *outsourcing* PT Prima Karya Sarana Sejahtera, serta secara simultan keduanya juga berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Berdasarkan temuan tersebut, perusahaan disarankan untuk terus memperkuat citra positif melalui peningkatan kualitas pelayanan, transparansi proses rekrutmen, penyampaian informasi yang terbuka, serta penguatan employer branding melalui media digital. Reputasi perusahaan juga perlu dijaga melalui peningkatan profesionalisme, konsistensi kualitas layanan, pemenuhan hak dan kewajiban tenaga kerja, serta publikasi prestasi dan testimoni positif. Untuk meningkatkan minat melamar kerja, perusahaan dapat menyediakan informasi yang lebih lengkap mengenai jenjang karier, kompensasi, lingkungan kerja, dan pengembangan kompetensi serta mengoptimalkan promosi lowongan melalui media sosial, platform rekrutmen digital, perguruan tinggi, dan lembaga pelatihan kerja. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain karena sebesar 38,2% variasi minat melamar kerja dipengaruhi oleh faktor di luar citra positif perusahaan dan reputasi perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Afra, A. F. (2022). *Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Dan Website Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Perbankan Syariah Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Andes, D. (2023). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Pada Lulusan Universitas Lampung Periode III Tahun 2021/2022*. Universitas Lampung.
- BPS. (2025). *Jumlah dan Persentase Penduduk Bekerja dan Pengangguran Tahun 2021-2025*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk1MyMy/jumlah-dan-persentase-penduduk-bekerja-dan-pengangguran.html>
- Diningrum, W., & Suratman, A. (2026). Pengaruh Employer Attractiveness dan E-Recruitment terhadap Minat Melamar Kerja dengan Corporate Reputation sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 1791–1809.

- Feliana, F., & Gafar Yoedjadi, M. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan dan Instagram terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa FEB Untar. *Kiwari*, 3(3), 448–456. <https://doi.org/10.24912/ki.v3i3.31968>
- Frenita, J., & Hardianto, A. W. (2025). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan E-Recruitment Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Untuk Melamar Pekerjaan. *Jurnal Transaksi*, 17(2), 13–28.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 26 (Edisi 10). Badan Penerbit UNDIP.
- Hafidz, M. (2024). *Determinasi Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Ekonomi: Studi Kasus 34 Provinsi di Indoensia*. Universitas Lampung.
- Hamudya, T. P., & Purnamasari, O. (2022). Membangun Reputasi Perusahaan untuk Menjaga Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Panin Dubai Syariah Bank). *Jurnal Interact*, 11(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Handari, W. D., & Isnandar. (2025). Indikator Pasar Tenaga Kerja di Indonesia Berdasarkan Kerangka Key Indicators of the Labour Market (KILM). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(4), 2867–2875. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i4.4950>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Riset Manajemen Menggunakan SPSS dan Smart-PLS: Implementasi pada Manajemen SDM, Pemasaran, Keuangan, Pendidikan, Kesehatan, Pemerintahan, & Kewirausahaan*. CV. Eureka Media Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Otniel, S., & Setyanto, Y. (2022). Peran Corporate Communication dalam Menjaga Reputasi Perusahaan Rekind. *Kiwari*, 2(1), 105–108.
- Pang, Y., Zhang, S., & Xin Jiang, A. (2021). *Outsourcing: Overview and Trends*. *Outsourcing and Offshoring*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.98333>
- Prasetya, A. D., & Suryono, D. W. (2025). Pengaruh reputasi perusahaan, e-rekrutmen, dan kompensasi terhadap minat melamar kerja. *Jurnal Manajemen STEI*, 11(1), 69–80.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103–114. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7303>
- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sinaga, M. N., & Pramudita, D. P. D. (2023). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 34(3), 224–232. <https://doi.org/10.53916/jam.v34i3.124>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi : Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Suparman. (2022). *Pembangunan Ketenagakerjaan: Teori, Konsep, Model, dan Studi Empiris*. Publica Indonesia Utama.
- Turnip, F. H. ., & Benazira, A. (2025). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Event Organizer PT Genindo Pro Indonesia. *Abdimas Indonesian Journal*, 5, 93–112. <https://doi.org/10.59525/aij.v5i1.584>

- Wahid, A. (2023). Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga. In *PRecious: Public relations Journal* (Vol. 2). Fatiha Media.
- Yanto, R. T. Y., & Anggraini, S. D. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Paket Pos Kilat Khusus Pt Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13(1), 65–76.