

Persepsi mahasiswa mengenai kriteria perusahaan yang ideal untuk bekerja berdasarkan dimensi employer attractiveness studi pada mahasiswa strata 1 bidang sosial dan humaniora universitas indonesia = Student perceptions regarding the criteria of ideal company to work based on dimensions of employer attractiveness studies on undergraduate students of social affairs and humanities in universitas indonesia

Lindry Eka Primastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20402245&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisis tentang persepsi mahasiswa Strata 1 bidang Sosial dan Humaniora Universitas Indonesia mengenai kriteria perusahaan yang ideal untuk bekerja. Analisis dilakukan dengan menggunakan variabel Employer Attractiveness (Berthon, 2005) dengan lima dimensi yang terdiri dari 25 indikator. Penelitian bersifat univariat dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey melalui kuesioner skala likert dan didukung oleh wawancara mendalam. Responden penelitian merupakan 150 mahasiswa, dimana diambil 30 mahasiswa dari setiap fakultas Sosial dan Humaniora, yaitu Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya dan Fakultas Psikologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi yang paling mempengaruhi ketertarikan mereka pada sebuah perusahaan ialah Interest Value dan Social Value. Indikator yang paling diminati oleh para mahasiswa meliputi produk yang inovatif dan lingkungan kerja yang menyenangkan.

.....

This study analyzes the perceptions of undergraduate students from Social and Humanities fields in University of Indonesia on ideal company to work. The analysis was conducted based on the variable of Employer Attractiveness (Berthon, 2005) with five dimensions consisting of 25 indicators. This research is univariate and used a quantitative approach. Data collected by survey method through a Likert scale questionnaire and supported by in-depth interviews. The respondents are 150 students, which is taken by 30 students from each faculty of Social and Humanities, namely Faculty of Law, Faculty of Economics, Faculty of Social and Political Sciences, Faculty of Humanities and the Faculty of Psychology. The results showed that the most affecting dimensions are the Interest Value and Social Value. The most in demand indicators by students are innovative products and a pleasant working environment.