

**HUBUNGAN EKSPETASI KERJA TERHADAP *INTENTION TO APPLY* DENGAN KETERAMPILAN 4C (*CRITICAL THINKING, COMMUNICATION, COLLABORATION, DAN CREATIVITY*)
SEBAGAI MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI
KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

FARIDA QOIRUN NINGSIH ROZIQIN

NIM: 210501110250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

**HUBUNGAN EKSPETASI KERJA TERHADAP *INTENTION TO APPLY* DENGAN KETERAMPILAN 4C (*CRITICAL THINKING, COMMUNICATION, COLLABORATION, DAN CREATIVITY*)
SEBAGAI MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI
KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi pada
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh:

FARIDA QOIRUN NINGSIH ROZIQIN

NIM: 210501110250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Hubungan Ekspetasi Kerja terhadap Intention to Apply dengan
Keterampilan 4C sebagai Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z di Kota
Malang

SKRIPSI

Oleh

Farida Qoirun Ningsih Roziqin

NIM : 210501110250

Telah Disetujui Pada Tanggal 11 Juni 2025

Dosen

Pembimbing,



Ryan Basith Fasih Khan, M.M

NIP. 199311292020121005

LEMBAR PENGESAHAN

Hubungan Ekspetasi Kerja terhadap Intention to Apply dengan Keterampilan 4C
sebagai Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang

SKRIPSI

Oleh

FARIDA QOIRUN NINGSIH ROZIQIN

NIM : 210501110250

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 24 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Romi Faslah, S.Pd.I., M.Si

NIP. 197612212023211002

2 Anggota Penguji

Syahirul Alim, M.M

NIP. 197712232009121002

3 Sekretaris Penguji

Ryan Basith Fasih Khan, M.M

NIP. 199311292020121005

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM NIP.

197406042006041002

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farida Qoirun Ningsih Roziqin

NIM : 210501110250

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

HUBUNGAN EKSPETASI KERJA TERHADAP INTENTION TO APPLY DENGAN KETERAMPILAN 4C SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA MALANG adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain bukan tanggung jawab dosen pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 13 Juni 2025

Hormat saya,



Farida qoirun

210501110250

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya yang melimpah, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Dengan penuh kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada orang tua, keluarga, serta sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama proses pengerjaan skripsi ini.

Selain itu, saya juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi, khususnya Bapak Ryan Basith Fasih Khan, M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing saya sejak awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

MOTTO

“If you can't fly, then run. Today we will survive”

-BTS, NOT TODAY

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami haturkan ke hadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat serta petunjuk-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, junjungan kita semua. Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Hubungan Ekspetasi Kerja Terhadap *Intention to Apply* dengan Keterampilan 4C sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang.”

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa syukur serta terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang terlibat memberikan bantuan dan juga mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universita Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Misbahul munir, LC., M. EL, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universita Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Muhammd Sulhan, SE, MM, Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ryan Basith Fasih Khan, M.M, Sebagai dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar memberikan arahan, dukungan, serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Feri Dwi Riyanto, SE., ME, selaku dosen wali selama masa studi penulis di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmunya serta nasehat selama masa perkuliahan.

7. Seluruh responden yang telah membantu dengan mengisi kuisisioner sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
8. Orang tua penulis, Bapak Rojikin dan Ibu Nur yuwana widyaningsih, serta adik saya Shalsa Billa Qoirun Ningsih, yang selalu memberikan doa dan dukungannya setiap hari hingga penulis berada di titik ini.
9. Kepada teman teman saya serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Pihak pihak yang memberikan dukungan bantuan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

Sebagai penutup, dengan penuh kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan karya ini di masa mendatang. Semoga tulisan sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Amin ya Rabbal Alamin..

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
ملخص	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	20
2.3 Model Hipotesis	43
2.4 Hipotesis Penelitian	44
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	54
3.2 Lokasi Penelitian.....	54
3.3 Populasi dan Sampel.....	55

3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.5 Data dan Sumber Data.....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.8 Skala Pengukuran.....	71
3.9 Teknik Analisis Data.....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 HASIL PENELITIAN.....	78
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.1.2 Karakteristik Responden.....	79
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	82
4.2 Analisis Data.....	87
4.2.1 Model Partial least Square (PLS)	87
4.2.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	88
4.2.3 Model Structural (<i>Inner Model</i>).....	92
4.2.4 Uji Hipotesis.....	93
4.3 Pembahasan	97
4.3.1 Hubungan Antara Ekspetasi Kerja dan <i>Intention to apply</i>	97
4.3.2 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan <i>Intention to apply</i> yang Dimediasi dengan <i>Critical thinking</i>	100
4.3.3 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan <i>Intention to apply</i> yang Dimediasi dengan <i>communication</i>	103
4.3.4 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan <i>Intention to apply</i> yang Dimediasi dengan <i>collaboration</i>	105
4.3.5 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan <i>Intention to apply</i> yang Dimediasi dengan <i>creativity</i>	107
BAB V PENUTUP.....	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	62
Tabel 4. 1 Asal Kampus Responden	80
Tabel 4. 2 Nama Kampus Responden.....	80
Tabel 4. 3 Tahun Kelahiran Responden.....	81
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Penelitian Ekspetasi Kerja (X).....	83
Tabel 4. 5 Deskripsi variabel Peneliian <i>Intention to apply</i> (Y).....	84
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Penelitian keterampilan 4C, <i>Critical thinking</i> (Z1) ...	84
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Penelitian Keterampilan 4C, <i>Communication</i> (Z2) ...	85
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Penelitian Keterampilan 4C, <i>Collaboration</i> (Z3)	86
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Penelitian Keterampilan 4C, <i>Creativity</i> (Z4).....	87
Tabel 4. 10 <i>Outer loading</i>	89
Tabel 4. 11 <i>Cross Loading</i>	90
Tabel 4. 12 <i>Composite Reliability</i>	91
Tabel 4. 13 <i>R-Square</i>	92
Tabel 4. 14 <i>F-Square</i>	93
Tabel 4. 15 <i>Direct Effect</i>	94
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penduduk Kota Malang berdasarkan Usia.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4. 1 <i>Figure Model</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian Skripsi	119
Lampiran 2. Jurnal Bimbingan Skripsi	126
Lampiran 3. Lembar Bebas Plagiasi	128
Lampiran 4. Biodata Peneliti	130

ABSTRAK

Roziqin, Farida Qoirun Ningsih. 2025, SKRIPSI. Judul: “Hubungan Antara Ekspetasi kerja Terhadap *Intention to apply* dengan Keterampilan 4C sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang”.

Pembimbing : Ryan Basith Fasih Khan, M.M

Kata Kunci : Ekspetasi Kerja, *Intention to apply*, Keterampilan 4C, *Critical thinking*, *Communication*, *Collaboration*, *Creativity*, Generasi Z, Mahasiswa Kota Malang

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui hubungan antara ekspetasi kerja dan *intention to apply* dengan keterampilan 4C sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z di Kota Malang. Seseorang berniat melamar pekerjaan dapat dipengaruhi oleh ekspetasi kerja dari seseorang tersebut, selain keterampilan 4C yang terdiri dari *Critical thinking*, *communication*, *collaboration* dan *creativity* diyakini dapat mendukung hubungan antara ekspetasi kerja dan *Intention to apply*. Penelitian ini ditujukan guna memahami bagaimana ekspetasi kerja yang dimediasi dengan keterampilan 4C mempengaruhi niat melamar pekerjaan dari seorang individu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi mahasiswa generasi Z di kota Malang, teknik untuk pengambilan sample menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif pada tahun 2024 dan mahasiswa dari salah satu kampus di kota Malang, dengan menggunakan metode *Rule of Thumb* minimal sampel yang didapatkan oleh peneliti adalah 165 orang. Sedangkan untuk analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software SmartPLS*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ekspetasi kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap *intention to apply*. Untuk hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *critical thinking* juga memiliki pengaruh yang positif, selain itu hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* dengan *communication* sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh yang positif. Hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *collaboration* juga memiliki pengaruh yang positif. Namun, hubungan antara ekspetasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *creativity* tidak memiliki pengaruh. keterampilan seperti *critical thinking*, *communication*, dan *collaboration* pada mahasiswa Generasi Z di kota Malang dapat memperkuat hubungan antara ekspetasi kerja dan *intention to apply*. Perguruan tinggi dapat berfokus pada ketiga keterampilan tersebut guna menunjang mahasiswa untuk memasuki dunia kerja. Sedangkan untuk perusahaan tersendiri dapat mempertimbangkan ketiga keterampilan tersebut sebagai keterampilan yang harus dimiliki oleh pelamar pekerjaan, perusahaan dapat menerapkan dalam proses rekrutmen untuk mendapatkan kandidat yang paling sesuai.

ABSTRACT

Roziqin, Farida Qoirun Ningsih Roziqin. SKRIPSI. Title " *The Relationship Between Work Expectations and Intention to Apply with 4C Skills as Mediating Variables in Generation Z Students in Malang City.* "

Supervisor : Ryan Basith Fasih Khan, M.M

Keywords: *Work expectations, Intention to apply, 4C skills, Critical thinking, Communication, Collaboration, Creativity, Generation Z, Malang City students*

This study aims to determine the relationship between job expectations and intention to apply with 4C skills as a mediating variable among Generation Z students in Malang City. An individual's intention to apply for a job can be influenced by their job expectations, in addition to 4C skills, which consist of critical thinking, communication, collaboration, and creativity, are believed to support the relationship between job expectations and intention to apply. This study aims to understand how work expectations, mediated by 4C skills, influence an individual's intention to apply for a job.

This study employs a quantitative approach with a population of Generation Z students in Malang City. The sampling technique uses purposive sampling with criteria including active students in 2024 and students from one of the universities in Malang City. Using the Rule of Thumb method, the minimum sample size obtained by the researcher is 165 individuals. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) using the SmartPLS software.

The results of the study indicate that work expectations have a positive influence on intention to apply. The relationship between work expectations and intention to apply, mediated by critical thinking, also has a positive influence. Additionally, the relationship between work expectations and intention to apply, with communication as the mediating variable, has a positive influence. The relationship between job expectations and intention to apply, mediated by collaboration, also has a positive influence. However, the relationship between job expectations and intention to apply, mediated by creativity, does not have an influence. Skills such as critical thinking, communication, and collaboration among Generation Z students in Malang can strengthen the relationship between job expectations and intention to apply. Higher education institutions can focus on these three skills to support students in entering the workforce. Meanwhile, companies can consider these three skills as essential for job applicants and incorporate them into the recruitment process to identify the most suitable candidates.

ملخص

روزيقين، فريدة قيرون نينغسيه. 2025، أطروحة. العنوان: "العلاقة بين توقعات العمل والنية في التقدم للوظيفة في مدينة مالانج Z كمتغيرات وسيطة لدى طلاب جيل C ومهارات 4".

المشرف: ريان باسيث فاسيخ خان، ماجستير في الإدارة

التفكير النقدي، التواصل، التعاون، الكلمات المفتاحية: توقعات العمل، النية في التقدم للوظيفة، مهارات 4 طلاب مدينة مالانج، Z الإبداع، جيل

كمتغير وسيط C تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين توقعات العمل والنية في التقدم للوظيفة ومهارات أربعة في مدينة مالانج. يمكن أن تتأثر نية الشخص في التقدم للوظيفة بتوقعاته من العمل، بالإضافة Z لدى طلاب جيل التي تتكون من التفكير النقدي والتواصل والتعاون والإبداع، والتي يُعتقد أنها تدعم العلاقة C إلى مهارات أربعة بين توقعات العمل والنية في التقدم للوظيفة على نية الفرد في التقدم C يهدف هذا البحث إلى فهم كيفية تأثير التوقعات الوظيفية التي تتوسطها مهارات أربعة للوظيفة.

في مدينة مالانج، وتقنية أخذ العينات باستخدام العينات Z تستخدم هذه الدراسة نهجًا كمياً مع عينة من طلاب الجيل الموجهة مع معايير الطلاب النشطين في عام ألفين وأربعة وعشرين والطلاب من إحدى الجامعات في مدينة مالانج، باستخدام طريقة القاعدة العامة، حيث حصل الباحث على عينة لا تقل عن مائة وخمسة وستين شخصاً. أما بالنسبة لتحليل البيانات، فقد تم إجراؤه باستخدام طريقة نمذجة المعادلات الهيكلية القائمة على الحد الأدنى الجزئي للمربعات باستخدام برنامج سمارت بي إل إس

أظهرت نتائج الدراسة أن توقعات العمل لها تأثير إيجابي على نية التقدم للوظيفة. كما أن العلاقة بين توقعات العمل ونية التقدم للوظيفة التي يتوسطها التفكير النقدي لها تأثير إيجابي، بالإضافة إلى أن العلاقة بين توقعات العمل ونية التقدم للوظيفة مع التواصل كمتغير وسيط لها تأثير إيجابي. العلاقة بين توقعات العمل والنية في التقدم للوظيفة التي تتوسطها التعاون لها تأثير إيجابي أيضاً. ومع ذلك، فإن العلاقة بين توقعات العمل والنية في التقدم للوظيفة التي في مدينة Z تتوسطها الإبداع ليس لها تأثير. المهارات مثل التفكير النقدي والتواصل والتعاون لدى طلاب الجيل مالانج يمكن أن تعزز العلاقة بين توقعات العمل والنية في التقدم للوظيفة. يمكن للجامعات التركيز على هذه المهارات الثلاث لدعم الطلاب في دخول سوق العمل. أما بالنسبة للشركات، فيمكنها اعتبار هذه المهارات الثلاث من المهارات التي يجب أن يمتلكها المتقدمون للوظائف، ويمكنها تطبيقها في عملية التوظيف للحصول على المرشحين الأنسب

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gen Z merupakan generasi yang baru memasuki dunia kerja apabila dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Gen Z memiliki karakteristik yang berbeda sehingga mereka menjadi salah satu topik yang menarik untuk diperbincangkan. Gen Z atau yang biasa disebut sebagai generasi Stroberi, generasi yang lahir di tahun 1997-2012 dimana mereka dianggap memiliki karakteristik yang kreatif akan tetapi mereka juga mudah menyerah, mirip stroberi yang cantik tetapi mudah hancur (Qothrunnada Kholida, 2024). Karakteristik dari Gen Z inilah yang membentuk mereka memiliki mindset mengenai dunia kerja, mindset mereka menunjukkan kecenderungan yang berbeda dan cukup baru bila dibandingkan dengan generasi sebelumnya, salah satu mindset yang marak di kalangan Gen Z adalah *work life balance*. Gen Z dikenal dikarenakan sangat menghargai keseimbangan hidup dan pekerjaan, mereka lebih memilih Perusahaan yang memberikan mereka fleksibilitas dan waktu untuk berkreasi (Andika Bryan, 2024).

Mindset mengenai *work life balance* ini mempengaruhi ekpetasi kerja mereka, perbedaan ekspektasi antara generasi yang lebih tua dan gen Z menjadi salah satu pemicu kesalahpahaman di dunia kerja, dimana mereka lebih memilih Perusahaan yang menawarkan fleksibilitas dan waktu untuk berkreasi. Tetapi dalam struktur kerja yang masih menganut gaya manajerial tradisional, pandangan ini sering dianggap sebagai

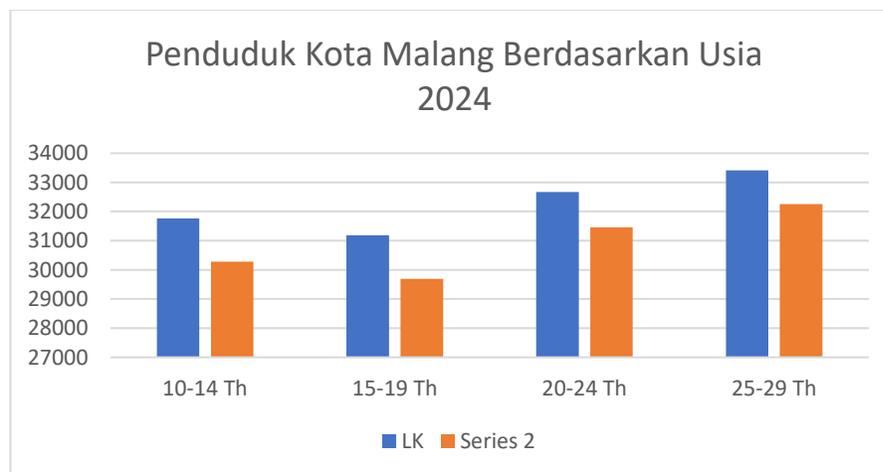
bentuk dari kemalasan. Akan tetapi faktanya, Gen Z memiliki etos kerja yang tinggi apabila mereka diberi kesempatan dan juga lingkungan yang mendukung (Andika Bryan, 2024). Untuk menunjang Gen Z memiliki etos kerja yang tinggi skill atau keterampilan diperlukan sebagai salah satu media untuk menunjang etos kerja itu sendiri. saat ini keterampilan abad 21 sangat diperlukan keterampilan ini sendiri menjadi salah satu topik yang cukup banyak diperbincangkan untuk membantu menaklukkan segala tantangan yang akan mereka hadapi di masa depan (Oktifa Nita, 2022).

Keterampilan abad 21 memiliki beberapa indikator keterampilan, 4C menjadi indikator yang sering digunakan antara lain *Critical thinking*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Creativity*. Keterampilan abad 21 ini mengacu pada pengembangan keterampilan 4C yang berorientasi pada HOTS (*High Order Thinking Skill*), keterampilan ini sangat dianjurkan untuk dilatih kepada mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam komunikasi dan Kerjasama yang dapat membantu mereka di masa yang akan datang atau lebih tepatnya di dunia kerja (Yulianto, 2023). Dari ekspektasi dan juga keterampilan yang dimiliki *intention to apply* seorang Gen Z meningkat dengan catatan Perusahaan tersebut memiliki kemampuan mengakomodasi kebutuhan mereka terhadap fleksibilitas dan juga kebebasan dalam berkreasi.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang tahun 2024, jumlah penduduk dengan rentang usia 12–27 tahun mencapai 252.723 jiwa. Karena belum tersedia data spesifik terkait Generasi Z, peneliti menggunakan data penduduk

berdasarkan kelompok umur sebagai dasar untuk analisis.. Dengan akses penuh yang mereka dapatkan dari informasi dan teknologi mereka memiliki ekspektasi Perusahaan yang akan menjadi tempat mereka bekerja adalah perusahaan yang memberikan mereka kebebasan dalam berkreasi dan menjamin fleksibilitas mereka dalam bekerja. Fenomena ini menunjukkan bahwa Perusahaan di Malang memerlukan penyesuaian dengan preferensi generasi muda untuk memaksimalkan tenaga kerja local. Fenomena serupa terlihat dalam sektor pendidikan, di mana perguruan tinggi di Kota Malang berlomba meningkatkan kuota penerimaan mahasiswa baru untuk menjangkau lebih banyak generasi muda, mencerminkan potensi besar yang dimiliki Gen Z dalam memanfaatkan peluang pendidikan tinggi(Fikyansyah Achmas, 2024).

Gambar 1. 1 Grafik Penduduk Kota Malang berdasarkan Usia



Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2024. Diolah oleh peneliti

Dengan dominasi Gen Z yang cukup signifikan di kota Malang, hal ini menyebabkan preferensi mereka mengenai fleksibilitas dan kebebasan dalam berkreasi membentuk dinamika baru dalam dunia kerja. Tidak hanya membawa dinamika baru

Gen Z juga memiliki ekspektasi yang berbeda dari Perusahaan, mereka menuntut agar Perusahaan mengelola lingkungan kerja agar sesuai dengan kebutuhan dan nilai yang mereka anut. Fenomena ini membantu dalam memahami lebih lanjut mengenai ekspektasi kerja, *intention to apply*, serta relevansi dengan keterampilan 4C dengan teori-teori yang mendukung.

Ekspektasi kerja menjadi factor yang mempengaruhi keinginan mereka untuk melamar sebuah pekerjaan. *Theory of Planned Behavior* menjadi salah satu teori yang cukup relevan untuk memberikan pemahaman mengenai apa yang mendorong *Intention to apply* di kalangan Gen Z. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang dikembangkan oleh Icak Ajzen pada tahun 1985, teori ini dimaksudkan untuk menjelaskan setiap perilaku individu memiliki kemampuan untuk melakukan control diri, komponen utama dari teori ini adalah niat perilaku, yang dipengaruhi oleh pandangan tentang kemungkinan perilaku yang telah dilakukan akan memiliki hasil yang diharapkan (LaMorte Wayne W, 2022).

Dengan memahami faktor yang membentuk Gen Z untuk memiliki *intention to apply*, keterampilan sangat diperlukan untuk mereka menghadapi tantangan dunia kerja, dalam hal ini keterampilan 4C menjadi variabel yang tepat untuk mewakili keterampilan yang dibutuhkan Gen Z, keterampilan 4C merupakan komponen utama dari *21st century framework*, yang terdiri dari *Critical thinking* (berpikir kritis), *Communication* (komunikasi), *Collaboration* (kolaborasi/Kerjasama), dan *creativity* (kreatifitas) (Sulistyaningrum *et al.*, 2019). Keterampilan yang telah disebutkan merupakan komponen yang harus dimiliki Gen Z sehingga mereka memiliki *Intention*

to apply yang sesuai dengan ekspektasi kerja mereka.

Dari beberapa teori yang telah dipaparkan, jelas bahwa ekspektasi kerja, *intention to apply*, dan *21st century skills framework* merupakan komponen yang saling mempengaruhi untuk kesiapan Gen Z dalam bekerja. Motivasi utama seorang Gen Z dalam dunia kerja adalah mendapatkan lingkungan kerja yang fleksibel dan mendukung kreatifitas mereka, hal itu dikemukakan dalam *theory of planned behavior*, teori membantu memahami keinginan Gen Z untuk memiliki *intention to apply* berdasarkan beberapa factor seperti factor pribadi dan factor lingkungan, ada juga factor branding sebuah Perusahaan sebuah Perusahaan yang memiliki branding yang baik di mata Masyarakat bisa menjadi salah satu factor Gen Z untuk memiliki *Intention to apply*. Dan untuk keterampilan 4C menekankan kemampuan yang diperlukan oleh Gen Z untuk mengatasi tantangan pekerjaan yang ada pada saat ini.

Guna mempertimbangkan teori yang telah dipaparkan berikut beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hubungan antara ekspektasi kerja, *intention to apply*, dan keterampilan 4C memiliki pengaruh terhadap Gen Z yang akan memasuki dunia kerja. Terdapat jurnal yang menunjukkan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara mereka berinteraksi dengan lingkungan kerja dan Keputusan karir mereka (Sulistiyorini *et al.*, 2024). selain itu ekspektasi kerja juga memiliki dampak yang signifikan terhadap Gen Z (Chareewan *et al.*, 2020). Ekspektasi dari Gen Z juga memiliki beberapa poin penting diantara lain kepemimpinan yang mendukung gen Z menginginkan atasan yang memahami dan mendukung mereka, selain itu mereka juga mencari lingkungan kerja yang mendukung

mereka untuk terus berkembang, dan juga Gen Z ingin memiliki control atas waktu dan cara mereka bekerja, meskipun Gen Z lebih suka bekerja secara mandiri mereka tetap menjalin komunikasi dengan baik, dan mereka ingin bekerja di Perusahaan yang sejalan dengan nilai pribadi mereka dan Perusahaan yang dapat menunjukkan dukungan emosional dan pengakuan dari atasan (Huṭanu *et al.*, 2021a).

Selain ekspektasi kerja Gen Z juga memerlukan keterampilan untuk menguatkan mereka memiliki *Intention to apply*, dari *21st century skills framework* 4 keterampilan utama yang biasa disebut sebagai keterampilan 4C memiliki peran tersendiri seperti *Critical thinking* yang membantu Gen Z menganalisis informasi, membuat argument, dan membuat Keputusan yang lebih baik. Untuk keterampilan komunikasi Gen Z lebih mudah dalam penyampaian ide secara lebih jelas dan efektif, Gen Z sendiri sangat menghargai kerja sama tim, selain itu Gen Z sangat berpotensi untuk melahirkan inovasi baru (Frida Nurmarliana & Mirna Nur Alia Abdullah, 2024). Selain itu ada penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan keterampilan 4C dalam pembelajaran berbasis proyek dapat memberikan dampak positif bagi mahasiswa begitu pula Gen Z (Yulianto, 2023).

Ekspektasi kerja gen Z yang dijumpai oleh keterampilan 4C dapat mempengaruhi *intention to apply* dari seseorang, penelitian menunjukkan bahwa *Employer branding* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply*. Hal ini menjelaskan bahwa Gen Z cenderung lebih tertarik melamar pekerjaan di Perusahaan yang memiliki citra dan reputasi positif (Geofanny & Faraz, 2023). Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa *intention to apply* di kalangan Gen Z dipengaruhi secara

positif oleh daya Tarik merek pemberian kerja dan tanggung jawab social Perusahaan. Daya Tarik sebuah Perusahaan yang membuat Gen Z memiliki *intention to apply* merupakan Perusahaan yang memperhatikan aspek aspek yang lebih dinamis dan fleksibel dalam pemilihan tempat kerja, serta memiliki kesesuaian dengan nilai dari pribadi Gen Z itu sendiri (Zikri *et al.*, 2024).

Berdasarkan fenomena yang telah disampaikan dilengkapi dengan grand teory beserta penelitian terdahulu saya memilih eksptasi kerja sebagai variabel (X) *Intention to apply* sebagai variabel (Y) dan Keterampilan 4C sebagai variabel (Z) untuk menjadi focus dari penelitian ini. Eksptasi yang dapat mempengaruhi mindset Gen Z mengakibatkan berubahnya cara Gen Z dalam bekerja, mereka menekankan pentingnya fleksibilitas dan kebebasan dalam berkreasi(Qothrunnada Kholida, 2024). Keterampilan diperlukan guna mereka menghadapi perubahan cepat yang dilakukan dalam dunia kerja, selain itu dari eksptasi kerja yang didukung dengan keterampilan yang telah Gen Z siapkan hal ini dapat meningkatkan *Intention to apply* dari Gen Z itu sendiri (Oktifa Nita, 2022).

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk membahas ekspektasi kerja, *intention to apply*, dan keterampilan 4C pada Gen Z. tetapi, sebagian besar penelitian ini cenderung menyorot tentang keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Masih sedikit penelitian yang secara spesifik membahas bagaimana ekspektasi kerja Gen Z dapat secara langsung memengaruhi *intention to apply* dengan keterampilan 4C sebagai faktor perantara. Padahal, keterampilan 4C seperti *Critical thinking*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Creativity* merupakan elemen penting dalam

meningkatkan kesiapan Gen Z untuk menghadapi tantangan dunia kerja yang terus berkembang (Sulistyaningrum *et al.*, 2019). Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan tersebut dengan mengkaji hubungan antara ketiga variabel secara lebih menyeluruh.

Selain itu mahasiswa di Kota Malang dipilih sebagai objek penelitian karena mereka sedang berada pada ditahap menuju dunia kerja. Sebagai bagian dari generasi Z, mereka menghadapi berbagai tantangan pekerjaan sekaligus memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap fleksibilitas serta kebebasan dalam kreativitas. Sebagai salah satu kota Pendidikan dengan keragaman budaya yang tinggi, mahasiswa di kota Malang mudah untuk melakukan sebuah interaksi, hal ini memungkinkan mereka untuk lebih mengasah keterampilan komunikasi dan kolaborasi secara alami (Karmiyati *et al.*, 2021)

Selain itu, mahasiswa di Kota Malang didukung dengan lingkungan Pendidikan yang dapat memfasilitasi mereka dalam pembelajaran berbasis digital dan multicultural. selain itu, sebagai kota Pendidikan dengan infrastruktur tang memadai dan biaya hidup yang relative terjangkau, Malang menjadi daya Tarik tersendiri bagi mahasiswa dari berbagai daerah, sehingga dapat menciptakan populasi yang beragam dan representative untuk penelitian tentang ekspektasi kerja dan niat melamar pekerjaan (Situmorang *et al.*, 2020)

Dengan memahami korelasi antara ekspektasi kerja, *Intention to apply*, dan keterampilan 4C pada generasi Z tidak hanya relevan untuk akademisi, tetapi juga untuk praktisi dan pembuat kebijakan. Dengan dunia kerja yang semakin berubah

akibat berkembangnya teknologi, Generasi Z kini menghadapi tantangan yang belum pernah dialami oleh generasi sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara generasi ini dapat mempersiapkan diri secara optimal dalam menghadapi dinamika pasar kerja yang terus berubah. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung perumusan kebijakan pendidikan dan pelatihan yang lebih tepat sasaran, sehingga mampu menciptakan ekosistem yang kondusif bagi generasi Z dalam meraih kesuksesan karier. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberi manfaat bagi individu, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan dunia kerja secara luas. Dan penelitian ini akan diberi judul **“Hubungan Ekspetasi Kerja terhadap *Intention to apply* dengan Keterampilan 4C sebagai Mediasi Pada Mahasiswa di Kota Malang”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, penulis ingin memaparkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah antara lain:

1. Apakah Ekspetasi kerja berpengaruh terhadap *intention to apply*?
2. Apakah ekspetasi kerja berpengaruh terhadap *intention to apply* dengan *Critical thinking* sebagai variabel mediasi?
3. Apakah ekspetasi kerja berpengaruh terhadap *intention to apply* dengan *communication* sebagai variabel mediasi?
4. Apakah ekspetasi kerja berpengaruh terhadap *intention to apply* dengan *collaboration* sebagai variabel mediasi?

5. Apakah ekspetasi kerja berpengaruh terhadap *intention to apply* dengan *creativity* sebagai variabel mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan berikut adalah tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menguji dan menganalisis hubungan antara Ekspetasi kerja terhadap *Intention to apply*.
2. Menguji dan menganalisis hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* dengan *Critical thinking* sebagai variabel mediasi.
3. Menguji dan menganalisis hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* dengan *communication* sebagai variabel mediasi.
4. Menguji dan menganalisis ekspetasi kerja dan *intention to apply* dengan *collaboration* sebagai variabel mediasi.
5. Menguji dan menganalisis hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* dengan *creativity* sebagai variabel mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat antara lain:

Manfaat Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini bisa menjadi salah satu literatur dalam studi manajemen sumber daya manusia mengenai ekspetasi kerja, *Intention to apply*, dan keterampilan 4C.

2. Hasil dari penelitian ini bisa menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam memahami keterkaitan antara ekspetasi kerja, *Intention to apply*, dan keterampilan 4C pada Gen Z.
3. Hasil dari penelitian ini bisa memberikan landasan teoritis bagi manajemen sumber daya manusia untuk strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan Gen Z di dunia kerja.

Manfaat Praktis

1. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini penulis berharap dapat digunakan sebagai salah satu referensi yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai ekspetasi kerja, *Intention to apply*, dan keterampilan 4C. dan dapat menjadi salah satu referensi bagi institusi Pendidikan untuk merancang program yang lebih relevan bagi kebutuhan Gen Z.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini penulis berharap dapat membantu Perusahaan memahami bagaimana ekspetasi kerja dari Gen Z, terutama mengenai fleksibilitas dan kebebasan dalam berkreasi. Dan dapat memberikan referensi untuk mengembangkan strategi dalam program recruitmen untuk menarik dan mempertahankan talenta muda.

3. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini penulis dapat memahami lebih dalam mengenai konsep dari ekspektasi kerja, *Intention to apply*, dan keterampilan 4c pada Gen Z dalam dunia kerja. Dan juga penulis dapat memperkaya keterampilan riset.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mendapatkan beberapa jurnal yang dipakai sebagai referensi dari penelitian ini, berikut beberapa jurnal yang memiliki hubungan dengan variabel yang dipilih oleh peneliti dengan Ekspetasi Kerja sebagai variabel Independen (X), dan Keterampilan 4C sebagai variabel Mediasi (Z), dan *Intention to apply* sebagai variabel dependen (Y). Berikut penjelasan penelitian terdahulu yang telah didapatkan oleh peneliti.

Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Sulistyorini Ninik, Puspitasari Dina, Khasanah Alvy, dan Perdhana Mirwan Surya pada tahun 2024, mereka membahas mengenai ekspetasi kerja Gen Z terhadap lingkungan kerja, khususnya dalam kaitan dengan visi Indonesia Emas 2045. Hasilnya menunjukkan bahwa ekspetasi kerja Gen Z memiliki pengaruh signifikan terhadap cara mereka berinteraksi di lingkungan kerja serta Keputusan yang mereka ambil terkait pekerjaan. Selanjutnya ada penelitian lain yang dilakukan Chareewan Sukanya, Grunhagen Marko, Vokic Nina Poloski, dan Dlacic Jasmin pada tahun 2020, mereka mengeksplorasi perbedaan ekspetasi kerja antara Generasi Y dan Generasi Z di Kroatia. Studi ini menyoroti bahwa ekspetasi kerja Gen Z memiliki perbedaan yang signifikan dari Gen Y dan dipengaruhi oleh berbagai factor seperti tujuan karir, jenis kelamin, pekerjaan yang diinginkan, pengalaman kerja, dan kepuasan keuangan keluarga. Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspetasi kerja

Gen Z berdampak besar terhadap pandangan mereka dalam lingkungan kerja dan aspirasi karier mereka.

Penelitian lain yang mendukung relevansi topik yang akan diteliti dilakukan oleh Hutanu Alexandra, Berteia Patricea Elena, dan Iftode Dumitrita pada tahun 2020 yang berfokus pada ekspektasi kerja Gen Z, penelitian ini menemukan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap cara Generasi Z beradaptasi dan berperilaku di tempat kerja. Studi ini menyoroti bahwa preferensi mereka cenderung terkait dengan lingkungan kerja yang fleksibel, inklusif. Selain itu Bulut Sefa dan Maraba Dlraba pada tahun 2021, juga mengeksplorasi persepsi kerja Gen Z melalui kebiasaan, motivasi, ekspektasi, preferensi, dan etika kerja. Penelitian ini menemukan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh penting pada cara Gen Z memandang dan berinteraksi dengan dunia kerja.

Berlanjut pada variabel dependen, Agatha Pricilia dan Setiorini Amanda pada tahun 2024 mengkaji *Intention to apply* di kalangan Gen Z di Jakarta, dengan mempertimbangkan daya Tarik *employer branding* dan reputasi organisasi sebagai variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to apply*, sehingga sebuah organisasi yang memiliki reputasi yang baik cenderung menarik bagi calon pelamar di kalangan Gen Z. Penelitian lain yang relevan dengan variabel *Intention to apply* adalah yang dilakukan oleh Khan Ryan Basith Fasih pada tahun 2024 yang mengeksplorasi dampak *Employer Branding* terhadap *Intention to apply* dengan mempertimbangkan mediasi media social. Hasilnya menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh

signifikan terhadap *Intention to apply*, social media menjadi peran penting untuk memperkuat hubungan antara *employer branding* dan *intention to apply*.

Selain itu Soleha Fazah Zikri dan Satrya Aryana pada tahun 2024 membahas mengenai dampak *employer brand attractiveness*, *corporate social responsibility*, dan reputasi organisasi terhadap *Intention to apply*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Temuan ini menyoroti pentingnya membangun citra positif Perusahaan melalui CSR dan daya Tarik merek Perusahaan untuk menarik perhatian pelamar yang potensial. Lebih mendalam lagi Alamsyah Andi Indra Saputra, Yizreal, Alaina Alisa, dan Astuti Yuni pada tahun 2024, mereka mengkaji pengaruh reputasi Perusahaan dan media social terhadap niat melamar pekerjaan pada Gen Z melalui platform LinkedIn. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Hal ini dianggap penting untuk membangun reputasi yang kuat serta Perusahaan dapat memanfaatkan media social untuk menarik minat Gen Z dalam proses rekrutmen.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hasbasaron Kezia Lumongga dan Rachmawati Riaoni pada tahun 2024, mereka menginvestigasi pengaruh pengguna media social terhadap daya Tarik merek Perusahaan dan niat melamar pekerjaan di Perusahaan FMCG di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media social memiliki pengaruh terhadap niat untuk melamar pekerjaan. Penelitian ini menekankan pentingnya penggunaan media social dalam membangun daya Tarik merek Perusahaan, yang pada gilirannya mempengaruhi Keputusan calon pelamar

dalam memilih Perusahaan tempat mereka ingin melamar pekerjaan.

Selain itu untuk variabel Keterampilan 4C, Nurmaliana Frida dan Abdullah Mirna Nur Alia mengkaji peran keterampilan 4C (*Critical thinking, Communication, Collaboration, and Creativity*) sebagai strategi untuk mengembangkan kompetensi berpikir kritis pada Gen Z di era revolusi industry 4.0 dan 5.0. Penelitian ini menunjukkan keterampilan 4C memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan keterampilan Gen Z, khususnya dalam membekali mereka untuk menghadapi tantangan global yang berkembang pesat. Penelitian ini menekankan pentingnya penguasaan keterampilan 4C untuk mempersiapkan Gen Z di pasar persaingan dan proses adaptasi mereka di dunia kerja yang semakin dinamis. Penelitian lain yang dilakukan oleh Zamista Adelis Alfama dan Charona May Shanda pada tahun 2023 yang mengkaji Tingkat literasi digital dan pengaruhnya terhadap keterampilan abad 21 mahasiswa, dengan mempertimbangkan persepektif gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterampilan abad 21 mahasiswa, temuan ini menjelaskan pentingnya penguasaan literasi digital dalam mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan oleh mahasiswa untuk menghadapi tantangan di era gloalisasi dan teknologi yang semakin berkembang.

Selain itu, Annisa Puan Suri Mira, Gultom Feriyanti Elina dan Debora Marisi, mereka mengkaji pengaruh *blended learning* terhadap keterampilan 4C, pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *blended learning* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan keterampilan 4C mahasiswa. Temuan ini menekankan

pentingnya model pembelajaran yang menggabungkan metode online dan tatap muka untuk meningkatkan kemampuan kritis, kreativitas, kolaborasi, dan komunikasi mahasiswa, yang merupakan keterampilan penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja di abad 21. Penelitian lain yang dilakukan oleh Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, dan Lestari Adhi Widyowati pada tahun 2022 membahas ekspektasi kerja Generasi Z di Indonesia dan pengaruhnya terhadap niat melamar pekerjaan (*intention to apply*), dengan mempertimbangkan media sosial sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kerja Generasi Z memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mereka melamar pekerjaan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya media sosial sebagai platform yang dapat memperkuat hubungan antara ekspektasi kerja dan niat melamar pekerjaan di kalangan Gen Z. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai budaya kerja, nilai-nilai perusahaan, dan daya tarik organisasi, yang semuanya relevan dengan preferensi dan kebutuhan Gen Z.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, dan judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Chareewan Sukanya, Grunhagen Marko, Vokic Nina Poloski, dan Dlacic Jasmin."Differences in Work Expectations of Generation Y and Generation Z: An Empirical Investigation in Croatia". 2020	X: Generation Y X2: Generation Z Y1: Work Ekpectations Y2: Career Goals Z1: Gender Z2: Desire occupation Z3: Work Experience Z4: Family Financial	Kuantitatif, Alat analisis SPSS 21.0	Ekspetasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan pada Gen Z.

		Satisfaction		
2.	Hutanu Alexandra, Berteia Patricea Elena, dan Iftode Dumitrita. "Generation Z Is Going to Work. What are its Expectations?." 2020	Ekspetasi Kerja	Kualitatif, menggunakan metode wawancara	Ekspetasi Kerja berpengaruh terhadap Gen Z
3.	Bulut Sefa dan Maraba Dlraba, "Generation Z and its Perception of Work through Habits, Motivations, Expectations Preferences, and Work Ethics," 2021	Ekspetasi Kerja	Kualitatif, menggunakan metode wawancara	Ekspetasi Kerja memiliki pengaruh terhadap Gen Z
4.	Inta Hartaningtyas Rani, Jalih Jara Hardiyanti, Lestari Adhi Widyowati, "Indonesian Generation Z Work Expectation and <i>Intention to apply</i> for Job: Role of Social Media", 2022	X: Gen Z Work Expectation Y: <i>Intention to apply</i> Z: SocialMedia	Kuantitatif, Alat analisis SEM	Gen Z work ekspection memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Intention to apply</i> .
5.	Zamista Adelis Alfama dan Charona May Shanda, "Tingkat Literasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Keterampilan Abad-21 Mahasiswa ditinjau dari Perspektif Gender", 2023	X: literasi digital Y: Keterampilan abad 21	Kuantitatif, alat analisis SPSS	Literasi digital memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keterampilan abad 21
6.	Annisa Puan Suri Mira, Gultom Feriyanti Elina dan Debora Marisi. "Penerapan Optimalisasi Keterampilan 4C (Creative Thinking, <i>Critical thinking</i> And Problem Solving, <i>Communication</i> , <i>Collaboration</i>) Dalam Pembelajaran Contextual Oral Language Skills". 2023	Keterampilan 4C	Kualitatif	Keterampilan 4C dapat berpengaruh terhadap mahasiswa Gen Z.
7.	Sulistryorini Ninik, Puspitasari Dina, Khasanah Alvy, dan Perdhana Mirwan Surya. "Expectations of Generation Z in the World of Work Towards a Golden	X: Ekspetasi kerja Y: Lingkungan Kerja Gen Z	Kualitatif, pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan metode IPA (Interpretative Phenomenological Analysis)	Ekspetasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap cara mereka berinteraksi dengan lingkungan kerja

	Indonesia 2045". 2024			dan Keputusan kerja dari Gen Z.
8.	Agatha Pricilia dan Setiorini Amanda. "Intention to apply: A Perspective of Jakarta's Generation Z based on Employer Brand Attractiveness and Organizational Reputation". 2024	X: Employee brand attractiveness Y: Organizational Reputation Z: Intention to apply	Kuantitatif, alat analisis PLS-SEM	Organizational reputation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to apply</i>
9.	Khan Ryan Basith Fasih. "Exploring the Impact of Employer Branding on Intention towards Job Application: The Mediating Role of Social Media". 2024	X: employer branding Y: intention to apply Z: social media	Kuantitatif, alat analisis PLS-SEM	Employer branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Intention to apply</i> .
10.	Soleha Fazah Zikri dan Satrya Aryana, "The Impact: Employer Brand, Corporate Social Responsibility, And Organizational Reputation in Job Application Intentions". 2024	X1: employer brand attractiveness X2: corporate social responsibility Y: intention to apply Z: Organizational Reputation	Kuantitatif, alat analisis SPSS dan LISREL	Organizational reputation memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>intention to apply</i> .
11.	Alamsyah Andi Indra Saputra, Yizreal, Alaina Alisa, dan Astuti Yuni. "The Impact of Company Reputation and Social Media on Gen Z's Job Application Intentions via LinkedIn". 2024	X1: company reputation X2: social media Y: Intention to apply	Kuantitatif, alat analisis SPSS	Company Reputation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Intention to apply</i> .
12.	Hasbasaron Kezia Lumongga dan Rachmawati Riaoni, "The effect of social media use on employer brand attractiveness and intention to apply at FMCG companies in Indonesia", 2024	X: social media Y1: employer brand attractiveness Y2: intention to apply	Kuantitatif, alat analisis SPSS SEM	Social media memiliki pengaruh terhadap <i>Intention to apply</i> .
13.	Nurmaliana Frida dan Abdullah Mirna Nur Alia. "Keterampilan 4C Sebagai Strategi Pengembangan kompetensi <i>critical</i>	Keterampilan 4C	Kualitatif, menggunakan metode survey kepustakaan dan library research	Keterampilan 4C memiliki pengaruh terhadap perkembangan skill Gen Z.

	<i>thinking</i> Gen Z di era revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0” 2024			
--	--	--	--	--

Data diolah oleh peneliti

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Ekspetasi

Ekspetasi merupakan kepercayaan atau harapan mengenai masa yang akan datang dan dapat mempengaruhi persepsi atau keputusan seseorang (Cuesta Pastor *et al.*, 2022). Ekspetasi juga merupakan keyakinan probabilistic mengenai hasil di masa depan yang dapat membentuk persepsi, emosi, dan perilaku. Ekspetasi sendiri bisa dipertahankan atau diperbarui meskipun ada hal yang bertentangan dan dapat mempengaruhi Keputusan, hal tersebut termasuk dalam konteks Pendidikan dan pekerjaan. selain itu ekspetasi memainkan peran penting dalam menentukan motivasi, tujuan, dan pilihan karier individu (Panitz *et al.*, 2021).

Ekspetasi sendiri dapat terbentuk dari beberapa rangkaian pengalaman dan persepsi social yang selalu berkembang. Ekspetasi memiliki peran penting dalam hubungan interpersonal, tujuan dan juga persepsi social dari seorang individu, dalam hal ini menunjukkan bahwa interaksi social mempengaruhi secara langsung pembentukan ekspetasi seorang individu (Harutyunyan, 2022). Selain itu ekspetasi yang merupakan kepercayaan probabilistic mengenai masa depan dapat dibentuk melalui interaksi pengalaman pribadi dan social. Ketika sebuah ekspetasi sesuai maupun berbeda dari harapan mereka, individu tersebut dapat memperbarui ataupun mengubahnya (Panitz *et al.*, 2021). Ekspetasi sendiri dalam konteks akademis dapat

dibentuk dalam beberapa sinyal, termasuk dukungan dari keluarga dan juga status ekonomi seseorang, dalam studi ini dijelaskan bahwa siswa yang memiliki latar belakang yang lebih responsive dan mendukung mengenai kinerja mereka (Karlson, 2019). Ekspetasi memiliki peran dalam pengambilan Keputusan dan perilaku seseorang terutama dalam situasi social dan ekonomi (Uzunöz,2021).

Sedangkan dalam konteks pekerjaan ekspetasi sendiri dapat mempengaruhi Tindakan ataupun Keputusan dari seseorang. Beberapa penelitian menemukan bahwa generasi muda lebih cenderung memiliki ekspetasi karier yang tinggi, ekspetasi ini yang mendorong mereka untuk terus mengembangkan keterampilan melalui pelatihan maupun pengalaman kerja, agar senantiasa sesuai dengan tuntutan pekerjaan di masa yang akan datang (Ilieva & Vitanova, 2019). Selain itu ekspetasi dari Gen Z terhadap lingkungan kerja yang sehat dan mendukung karier mereka memiliki peran yang signifikan terhadap membentuk minat mereka untuk melamar pekerjaan (Rani *et al.*, 2022).

2.2.2 Ekspetasi dalam Persepektif Islam

Pandangan ekspetasi dalam persepektif islam dijelaskan dalam QS. An-Najm:39-40,

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ۚ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ۚ ٤٠

Yang memiliki arti “*Bahwa setiap manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain dari hasil jerih payahnya sendiri, dan setiap usaha yang telah dilakukan akan diperlihatkan kepadanya kelak.*”

Ayat QS. An-Najm:39-40 menjelaskan bahwa hasil yang diperoleh

seseorang akan sebanding dengan usaha yang telah mereka lakukan. Dalam konteks ekspektasi kerja, ayat ini mengajarkan bahwa harapan atau tujuan yang ingin dicapai harus diiringi dengan upaya nyata dan tindakan yang sesuai. Dengan demikian, ekspektasi kerja hendaknya selalu diimbangi dengan usaha maksimal, agar hasil yang diraih benar-benar mencerminkan jerih payah yang telah dilakukan. Penjelasan ini sejalan dengan pandangan Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah, yang menyebutkan bahwa ayat ini menegaskan prinsip sebab-akibat dalam usaha manusia dan pentingnya kerja keras untuk mencapai hasil yang diharapkan (Quraish Shihab, 2007, *Tafsir Al-Misbah*, Jilid 13, hlm. 173).

2.2.3 Indikator-Indikator Ekspetasi

Untuk mencapai ekspetasi dalam dunia kerja, terutama di kalangan generasi muda yang memiliki ambisi tinggi, diperlukan Upaya nyata dan juga Tindakan yang terarah. Ekspetasi bukan hanya sekedar keinginan, ekspetasi dapat diukur melalui indicator-indikator yang spesifik antara lain:

1. Kepuasan Terhadap Kepemimpinan

Dalam hal ini gaya kepemimpinan menjadi salah satu indicator dari ekspetasi kerja seseorang. Ini bisa ditanyakan mengenai dukungan dan juga komunikasi dari atasan.

2. Kesempatan Pengembangan Diri

Indikator ini menilai seberapa banyak kesempatan yang mereka rasakan untuk pengembangan karir mereka, seperti pelatihan dan promosi.

3. Fleksibilitas Kerja

Dalam indicator ini mengukur Tingkat kepuasan mereka tentang fleksibilitas dalam jadwal kerja dan opsi untuk bekerja dari jarak jauh.

4. Kualitas Komunikasi

Dalam hal ini komunikasi di tempat kerja menjadi salah satu indicator dari ekspektasi kerja, komunikasi dari rekan kerja, karyawan, dan manajemen. Survey tersebut mencakup frekuensi dan efektifitas komunikasi.

5. Keselarasan Nilai

Indicator ini menilai seberapa baik nilai-nilai Perusahaan sejalan dengan nilai-nilai pribadi mereka. Ini bisa dilakukan dengan pertanyaan mengenai budaya Perusahaan dan nilai yang dianggap penting bagi karyawan.

6. Kesehatan Emosional dan dukungan

Dalam indicator ini menilai seberapa baik Perusahaan mendukung Kesehatan emosional karyawan mereka, termasuk dalam dukungan untuk mengatasi stress dan tantangan di tempat kerja.

7. Kepuasan umum terhadap pekerjaan

Indicator ini mengukur kepuasan keseluruhan terhadap pekerjaan mereka, seperti gaji, manfaat, dan lingkungan kerja (Huțanu *et al.*, 2021b).

Indicator-indikator yang telah disebutkan diatas dapat digunakan untuk memahami ekspektasi kerja di kalangan generasi muda, khususnya Gen Z. dengan mengetahui indicator ini, relevansi Gen Z sebagai objek penelitian dengan topik ekspektasi kerja. Gen Z yang tumbuh di era digital dan perubahan social yang cepat, memiliki ekspektasi kerja yang cukup berbeda dari generasi sebelumnya, hal ini

dipengaruhi oleh teknologi, lingkungan social, serta kebutuhan akan fleksibilitas dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (Andika Bryan, 2024). Memahami ekspektasi mereka menjadi penting bagi Perusahaan guna menarik dan mempertahankan talenta muda.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap karier dan berfokus pada pengembangan keterampilan memamuli pelatihan dan pengalaman kerja, mereka termotivasi untuk terus mengasah kemampuan mereka melalui pelatihan dan juga pengalaman kerja, mereka termotivasi guna tetap relevan dengan tuntutan kerja di masa yang akan datang (Ilieva & Vitanova, 2019). Selain itu Gen Z juga memperhatikan lingkungan kerja yang mendukung Kesehatan mental dan juga pertumbuhan karier, hal tersebut mempengaruhi Keputusan mereka dalam memilih tempat kerja (Rani *et al.*, 2022). Gen Z juga mencari pekerjaan yang menawarkan fleksibilitas, peluang pengembangan diri, keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Mereka tidak hanya focus pada stabilitas finansial tetapi juga memperhatikan nilai-nilai Perusahaan yang sejalan dengan tujuan pribadi mereka (Schroth, 2019).

2.2.4 Intention to apply

Intention to apply merupakan niat atau keinginan seseorang untuk melamar pekerjaan. Menurut Van Hooft *et al.* (2004), *Intention to apply* menjelaskan mengenai kesiapan seseorang untuk mengambil Tindakan dalam konteks pencarian kerja. Sebagai dasar untuk memahami *Intention to apply* atau niat seseorang melamar pekerjaan, Ajzen (1991) mengemukakan *Theory of Planned Behavior*,

teori ini menjadi salah satu teori psikologi yang relevan dengan *Intention to apply*.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa niat seseorang melakukan suatu Tindakan, menentukan Keputusan untuk melamar pekerjaan, dipengaruhi oleh 3 faktor utama:

1. *Attitude Toward the Behavior* (sikap terhadap perilaku),

Semakin kuat sikap positif individu terhadap suatu perilaku, maka semakin tinggi pula kecenderungan atau niat mereka untuk melaksanakan perilaku tersebut.

2. *Subjective Norm* (norma subjektif),

Jika seseorang merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka mengharapkan atau mendukung, dalam hal ini dapat meningkatkan niat untuk melakukan Tindakan tersebut.

3. *Perceived Behavior Control* (control perilaku yang dipersepsi),

Control perilaku yang dipersepsi berhubungan dengan persepsi individu terhadap kemampuan mereka.

TPB memiliki peran penting dalam memahami niat dan Keputusan pada generasi muda di era digital saat ini, (Stamp & Clemons, n.d.). Melalui pendekatan TPB seseorang yang telah membentuk niat pelaksanaan, yaitu rencana konkret untuk melamar pekerjaan dapat mengurangi kemungkinan kandidat akan menarik lamaran mereka (Acikgoz & Sumer, 2019). Selain itu ada beberapa factor yang mempengaruhi niat melamar kerja seseorang, peran media social dan reputasi

Perusahaan dalam menarik minat calon pelamar menjadi salah satu factor dari *Intention to apply* (Zulfikarijah & Khwarizmi, 2023).

Ada juga beberapa hal yang menjadi factor dari *intention to apply*, kesesuaian nilai seorang karyawan akan mencari Perusahaan yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan nilai pribadi mereka, selain itu lingkungan kerja yang baik berperan penting dalam menarik minat pelamar. Citra perusahaan menjadi juga menjadi hal yang menarik perhatian kandidat yang memiliki kualitas, dengan Perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberagaman dan inklusi cenderung menarik bagi calon karyawan terutama Gen Z. Tentunya peran media social juga mempengaruhi persepsi seorang karyawan terhadap Perusahaan yang akan mereka tuju (Khan, 2024).

2.2.5 *Intention to apply* dalam Persepektif Islam

Dari beberapa factor menunjukkan niat dari seseorang itu menjadi dasar utama dari *Intention to apply*, hal ini sejalan dengan hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim, yaitu :

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ
وَرَسُولِهِ، فَهِيَ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا
فَهِيَ هِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Artinya “*Sesungguhnya segala amal perbuatan itu tergantung niatnya, dan sesungguhnya setiap orang akan mendapatkan (balasan) sesuai dengan apa yang diniatkannya. Barang siapa hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya*

(dinilai) kepada Allah dan Rasul-Nya. Dan barang siapa hijrahnya karena dunia yang ingin diraihnya atau karena wanita yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya (dinilai) sesuai dengan apa yang menjadi tujuan hijrahnya itu.”.

Dalam hadits ini menegaskan setiap amal baik dan buruk akan dinilai berdasarkan niat dibaliknya (HR. Bukhari No. 1; Muslim No. 1907). Demikian pula dalam Konteks *Intention to apply*, niat dari seseorang melamar dapat ditentukan dengan 3 faktor dari TPB yang dapat mempengaruhi Keputusan dan Tindakan mereka. Dari teori dan hadits menjelaskan bahwa niat tulus dan tujuan dibalik tindakan seseorang dapat mempengaruhi kualitas dan hasil akhir dari Tindakan tersebut (Rully Desthian Pahlephi, 2022).

2.2.6 Indikator-Indikator *Intention to apply*

Setelah memahami mengenai *Intention to apply*, berikut adalah indikator-indikator yang dapat digunakan menilai *Intention to apply*, dalam hal ini diperlukan guna memberikan Gambaran yang lebih objektif mengenai sejauh mana seseorang memiliki niat dan komitmen dalam melamar pekerjaan:

1. Minat terhadap Perusahaan

Seberapa besar seorang individu memiliki minat terhadap Perusahaan tertentu.

2. Persepsi mengenai *Employer Branding*

Penilaian individu terhadap reputasi Perusahaan yang akan dipilih sebagai tempat kerja mereka.

3. Kesesuaian nilai pribadi

Sejauh mana nilai-nilai individu sejalan dengan nilai-nilai yang ada di Perusahaan.

4. Persepsi terhadap kesempatan karier

Penilaian calon pelamar terhadap peluang pengembangan karir dan pertumbuhan yang ditawarkan oleh Perusahaan(Khan, 2024).

Indicator-indikator yang disebutkan dapat digunakan untuk mengukur *Intention to apply* pada calon pelamar pekerjaan di era digital ini, tak menampik Gen Z memnjadi salah satu generasi yang dapat menjadi objek penelitian dalam penilaian mengenai *intention to apply*, dikarenakan Gen Z sendiri saat ini memasuki usia kerja.

2.2.7 Keterampilan 4C (*Critical thinking, Communication, Collaboration, Creativity*)

Keterampilan 4C merupakan kompetensi inti yang sering digunakan dari *21st century skills framework*, 4C sendiri terdiri dari *Critical thinking, Communication, Collaboration*, dan *Creativity* (Nurmarliana Frida *et al.* 2024). Kompetensi tersebut senantiasa terhubung dan saling mendukung dalam dunia pekerjaan, teutama dalam industry kreatif (E. V. Laar *et al.*, 2019).

Bagi Gen Z, yang Sebagian besar dibesarkan di lingkungan digital, keterampilan 4C memainkan peran vital dalam transisi mereka ke dunia kerja (Leão *et al.*, 2022). Dalam sebuah penelitian yang menekankan bahwa Gen Z membutuhkan keterampilan digital, social, dan komunikasi yang kuat di tempat

kerja untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil kerja. Keterampilan 4C, seperti *Critical thinking* dan *Collaboration* dianggap penting bagi pengembangan profesional generasi di era digital saat ini (Danylenko, 2020). Selain itu ekspektasi dari Gen Z sendiri untuk bekerja, memungkinkan mereka menggunakan keterampilan berpikir kritis dan komunikasi digital. Gen Z diidentifikasi sebagai '*Digital Narrative*' yang masih membutuhkan keterampilan kolaborasi dan komunikasi untuk mencapai keberhasilan dalam peran yang senantiasa berubah di perkembangan teknologi saat ini (Yunos & Din, 2019).

Dengan memahami keterampilan 4C bagi Gen Z, berikut penjelasan yang akan menguraikan bagaimana keterampilan ini relevan dengan tantangan era digital yang akan di hadapi oleh Gen Z:

1. *Critical thinking*

Critical thinking merupakan kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi informasi secara objektif guna penyelesaian sebuah permasalahan, *critical thinking* sendiri mencakup kemampuan dalam mempertimbangkan berbagai sudut pandang, mengevaluasi bukti, dan membuat Keputusan yang logis (Rudianto *et al.*, 2022).

2. *Creativity*

Kreativitas merupakan suatu kemampuan untuk menghasilkan ide-ide. Kreativitas merupakan suatu kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru inovatif, memecahkan masalah dengan cara yang tidak

konvensional, dan berpikir diluar batas yang ada (Brata *et al.*, 2023). Dalam dunia kerja kreativitas menjadi factor penting untuk melakukan inovasi dan pertumbuhan. Gen Z salah satunya mereka cenderung mencari pekerjaan yang memberikan mereka ruang untuk mengekspresikan ide dan inovasi yang telah mereka pikirkan (Leão *et al.*, 2022).

3. *Collaboration*

Kolaborasi merupakan suatu kemampuan untuk bekerja sama secara efektif Bersama orang lain, dengan senantiasa saling menghargai dan memanfaatkan kekuatan dan kemampuan setiap anggota tim untuk mencapai tujuan Bersama. Selain itu pembelajaran menggunakan masalah nyata dapat meningkatkan kemampuan kolaborasi, melalui aktivitas kelompok kemampuan kolaboratif dapat meningkat (Ye & Xu, 2023). Gen Z sendiri sebagai generasi yang baru memasuki dunia kerja cenderung menghargai lingkungan kerja yang kolaboratif (Leão *et al.*, 2022).

4. *Communication*

Komunikasi merupakan kemampuan untuk mengekspresikan ide, perasaan dan informasi secara jelas dan efektif, baik secara lisan maupun secara tulisan, kemampuan mendengarkan dan merespon secara aktif. Komunikasi yang efektif menjadi sangat penting di dalam lingkungan

Pendidikan dan dunia kerja, dukungan diperlukan guna mengembangkan komunikasi diantara mereka(Thornhill-Miller *et al.*, 2023).

2.2.8 Keterampilan 4C dalam Persepektif Islam

Keterampilan 4C yang terdiri dari *critical thinking*, *creativity*, *collaboration*, dan *communication* merupakan keterampilan yang dibutuhkan di era saat ini selain itu mereka juga sejalan dengan nilai nilai yang diajarkan dalam islam, berikut beberapa uraian yang menjelaskan tentang keterampilan 4C yang sesuai dengan nilai nilai yang telah diajarkan dalam islam:

1. *Critical thinking*

Berpikir kritis dalam islam dijelaskan dalam QS Al-Baqarah ayat 164:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَّاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Artinya: " Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang, kapal-kapal yang berlayar di lautan membawa berbagai manfaat bagi manusia, turunnya air hujan dari langit yang dengannya Allah menghidupkan bumi yang sebelumnya tandus, penyebaran beragam makhluk hidup, perputaran angin, serta awan yang dikendalikan di antara langit dan bumi—semua itu merupakan bukti nyata atas keesaan dan kebesaran Allah bagi mereka yang menggunakan akalnya untuk berpikir."

Ayat ini memiliki keterkaitan erat dengan konsep berpikir kritis, karena mendorong umat Islam untuk merenung serta memperhatikan tanda-tanda kebesaran Allah yang tersebar di alam sekitar. Hal ini sejalan dengan pandangan Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, yang menyatakan bahwa proses refleksi terhadap ayat-ayat Allah—baik yang tertulis dalam Al-Qur'an maupun yang tercermin melalui fenomena alam—merupakan bentuk pemanfaatan akal sebagai sarana untuk memahami keagungan-Nya (Shihab, 2002, *Tafsir Al-Misbah*, Jilid 10, hlm. 30).

2. Creativity

Konsep kreatif dalam islam dijelaskan pada QS Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ

يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ

إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: “Ketika Tuhanmu menyampaikan kepada para malaikat bahwa Dia akan menciptakan seorang khalifah di muka bumi, para malaikat bertanya: “Apakah Engkau akan menjadikan makhluk yang akan menimbulkan kerusakan dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Allah pun menjawab bahwa Dia mengetahui apa yang tidak diketahui oleh para malaikat.”

Konsep pemikiran kreatif relevan dengan QS. Al-Baqarah ayat 30 karena ayat ini menyampaikan pesan tentang penciptaan manusia sebagai khalifah di bumi, yang diberi kemampuan berpikir, menciptakan, dan mengelola dunia secara inovatif. Dalam Tafsir Al-Misbah, Quraish Shihab menjelaskan bahwa ayat ini menunjukkan potensi besar manusia untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin di bumi, dengan tetap berpedoman pada nilai-nilai ilahi (Shihab, 2002, *Tafsir Al-Misbah*, Jilid 1, hlm. 148).

3. *Collaboration*

Kolaborasi dalam islam dijelaskan dalam QS AL-Maidah ayat

2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا
 الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
 حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ
 أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
 وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Yang artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian melanggar ketentuan-ketentuan suci yang telah ditetapkan oleh Allah, termasuk menghormati bulan-bulan haram, hewan kurban (hadyu) beserta tanda-tandanya (qalā'id), dan para jamaah yang sedang berziarah ke Baitulharam untuk mencari karunia serta ridha

dari Tuhannya. Setelah menyelesaikan tahalul, kalian diperbolehkan berburu kembali. Namun, jangan biarkan kebencian terhadap suatu kaum—karena mereka pernah menghalangi kalian dari Masjidil Haram—mendorong kalian untuk berlaku tidak adil. Sebaliknya, bekerjasamalah dalam kebaikan dan ketakwaan, dan jangan saling membantu dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, karena sesungguhnya azab-Nya sangatlah berat.”

Ayat tersebut, khususnya frasa *"...dan saling membantu lah kalian dalam melakukan kebaikan dan ketakwaan, serta jangan saling membantu dalam melakukan dosa dan pelanggaran"* (QS. *Al-Ma'idah: 2*), menegaskan pentingnya bekerja sama dalam hal-hal yang mendatangkan manfaat dan kebaikan bagi umat manusia, sekaligus menghindari kerja sama dalam perkara yang merusak atau berdosa. Dalam Tafsir *Al-Misbah*, Quraish Shihab menjelaskan bahwa kolaborasi dalam Islam tidak hanya tentang bekerja sama secara teknis, tetapi juga memastikan bahwa niat dan tujuan kolaborasi tersebut benar-benar selaras dengan nilai-nilai kebajikan dan takwa. Kolaborasi yang baik adalah yang membawa manfaat, menguatkan persaudaraan, dan mendekatkan manusia kepada Allah (Shihab, 2002, *Tafsir Al-Misbah*, Jilid 3, hlm. 13-14).

4. *Communication*

Dalam konsep komunikasi AL Quran menjelaskan dalam surat AN-Nisa ayat 63:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي
أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: “Mereka adalah individu-individu yang hanya Allah yang mengetahui apa yang tersembunyi di dalam hati mereka. Oleh karena itu, sebaiknya engkau menjaga jarak dengan bijak, memberikan nasihat yang membangun, serta menyampaikan perkataan yang menyentuh dan mampu menggugah hati mereka.”

QS. An-Nisa ayat 63 relevan dengan konsep komunikasi karena ayat ini menekankan pentingnya menyampaikan pesan dengan cara yang efektif, bijaksana, dan penuh empati, sehingga dapat menyentuh hati orang lain. Dalam Tafsir Al-Misbah, Quraish Shihab menjelaskan bahwa komunikasi yang baik dalam Islam bukan hanya soal menyampaikan pesan secara jelas, tetapi juga bagaimana cara penyampaian tersebut dapat memengaruhi penerima pesan untuk memahami, menerima, dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai kebaikan. Komunikasi yang berlandaskan hikmah dan kasih sayang merupakan inti dari ajaran Islam tentang interaksi sosial (Shihab, 2002, *Tafsir Al-Misbah*, Jilid 2, hlm. 525-526).

2.2.9 Indikator-Indikator Keterampilan 4C (*Critical thinking, Creativity, collaboration, dan Comunication*)

Dari keterampilan 4C yang cukup memiliki peran terhadap Gen Z yang akan memasuki dunia kerja, berikut adalah indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keterampilan 4C terhadap Gen Z:

1. *Critical thinking*

Critical thinking merupakan yang kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi informasi secara objektif guna penyelesaian sebuah permasalahan, *critical thinking* sendiri mencakup kemampuan dalam mempertimbangkan berbagai sudut pandang, mengevaluasi bukti, dan membuat Keputusan yang logis (Rudianto *et al.*, 2022). Dan *critical thinking* sendiri mencakup beberapa aspek:

- Analisis

Analisis sendiri merupakan kemampuan untuk memecahkan informasi atau situasi menjadi bagian bagian kecil yang dapat dipahami secara lebih terperinci.

- Evaluasi Bukti

Seseorang yang memiliki keterampilan berpikir kritis akan mampu mengevaluasi validitas dan relevansi sebuah informasi maupun bukti.

- Inferensi

Dalam hal ini yang memiliki keterampilan *Critical thinking* akan memiliki kemampuan untuk menarik Kesimpulan yang masuk akal berdasarkan informasi yang tersedia.

- Pemecahan Masalah

Critical thinking memiliki kaitan yang cukup erat dengan pemecahan masalah. Hal ini termasuk kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi Solusi dan mempertimbangkan konsekuensi yang ada.

- **Berpikir Reflektif**

Kemampuan refleksi yaitu melibatkan Kembali proses berfikir untuk mengevaluasi ketepatan atau efektifitas Keputusan yang telah diambil (Rudianto *et al.*, 2022).

2. *Creativity*

Kreatifitas merupakan suatu kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru inovatif, memecahkan masalah dengan cara yang tidak konvensional, dan berpikir diluar batas yang ada (Brata *et al.*, 2023). Dalam dunia kerja kreativitas menjadi factor penting untuk melakukan inovasi dan pertumbuhan. Gen Z salah satunya mereka cenderung mencari pekerjaan yang memberikan mereka ruang untuk mengekspresikan ide dan inovasi yang telah mereka pikirkan (Leão *et al.*, 2022). Berikut beberapa aspek mengenai kreatifitas :

- **Progres Kognitif**

Dalam hal ini melibatkan kemampuan untuk mendefinisikan masalah, menghasilkan ide, dan mengevaluasi kualitas ide.

- *Divergent Thinking*

Kreatifitas melibatkan cara berpikir yang berbeda, yaitu kemampuan untuk menghasilkan berbagai Solusi atau ide dari suatu permasalahan.

- Elemen Kreatifitas

Elemen-elemen yang mendukung kreatifitas termasuk mengembangkan, menerapkan, dan mengkomunikasikan ide baru secara efektif dan beragam.

- Pengalaman dan Pembelajaran

Dalam hal ini pengalaman digunakan sebagai pembelajaran guna memahami bahwa kreatifitas dan inovasi merupakan proses yang berjangka Panjang.

- Keterampilan Kolaboratif

Kreatifitas dapat ditingkatkandengan kolaborasi, bekerjasama untuk mencapai tujuan, saling menghargai, dan melakukan kompromi(Brata *et al.*, 2023).

3. *Collaboration*

Kolaborasi merupakan suatu kemampuan untuk bekerja sama secara efektif Bersama orang lain, dengan senantiasa saling menghargai dan memanfaatkan kekuatan dan kemampuan setiap anggota tim untuk mencapai tujuan Bersama. Selain itu pembelajaran menggunakan masalah nyata dapat meningkatkan kemampuan kolaborasi, melalui

aktivitas kelompok kemampuan kolaboratif dapat meningkat (Ye & Xu, 2023). Gen Z sendiri sebagai generasi yang baru memasuki dunia kerja cenderung menghargai lingkungan kerja yang kolaboratif (Leão *et al.*, 2022). Berikut beberapa aspek dari kolaborasi:

- Kerja Sama

Kolaborasi melibatkan lebih dari satu individu sehingga untuk mencapai tujuan maka dipelukannya Kerjasama.

- Komunikasi yang Efektif

Dalam kolaborasi, kemampuan komunikasi sangat diperlukan untuk penyampaian ide untuk memahami dan menyelesaikan tugas yang telah diberikan.

- Penghargaan Terhadap Keragaman

Menghargai dan menghormati perbedaan dalam tim merupakan salah satu aspek dari kolaborasi.

- Fleksibilitas dan Kesiapan untuk Membantu

Kolaborasi memerlukan sikap fleksibilitas dan kesediaan untuk membantu anggota tim, kemampuan beradaptasi juga diperlukan dalam hal ini.

- Tanggung Jawab Bersama

Setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang harus dikerjakan dan patut senantiasa setiap anggota tim memberikan dukungan bagi sesama anggota tim.

- **Negoisasi dan Advokasi**

Keterampilan kolaborasi juga mencakup kemampuan dalam bernegoisasi dan mengadvokasikan ide yang ada dalam kelompok (Brata *et al.*, 2023).

4. *Communication*

Komunikasi merupakan kemampuan untuk mengekspresikan ide, perasaan dan informasi secara jelas dan efektif, baik secara lisan maupun secara tulisan, kemampuan mendengarkan dan merespon secara aktif. Komunikasi yang efektif menjadi sangat penting di dalam lingkungan Pendidikan dan dunia kerja, dukungan diperlukan guna mengembangkan komunikasi di antara mereka (Thornhill-Miller *et al.*, 2023). Berikut adalah aspek-aspek dalam keterampilan komunikasi:

- **Proses Penyampaian Pesan**

Komunikasi merupakan proses dimana seseorang dapat menyampaikan sesuatu agar pendengar mendapat responsa atau makna yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

- **Kemampuan Menyampaikan Ide**

Komunikasi membantu mengembangkan kemampuan seseorang untuk menyampaikan ide dan gagasan secara tepat dan efektif.

- Sub-Keterampilan

Beberapa sub keterampilan dari komunikasi antara lain: Bahasa, pemahaman konteks, dan kemampuan memperhatikan pendengar.

- Interaksi dalam Kolaborasi

Komunikasi menjadi salah satu aspek penting untuk melakukan kolaborasi.

- Membangun Persepsi yang Sama

Komunikasi dapat membentuk seseorang yang memiliki perbedaan persepsi menjadi persepsi yang sama, persamaan persepsi ini dapat berdampak baik di dalam kelompok untuk mencapai tujuan Bersama.

- *Feedback*

Proses komunikasi juga memperhatikan pemberian dan penerimaan umpan balik (Brata *et al.*, 2023).

2.2.10 Karakteristik Gen Z

Gen Z merupakan generasi kelahiran 1997-2012, saat ini Gen Z merupakan generasi yang baru memasuki dunia kerja. Dalam sebuah studi yang mengeksplorasi Gen Z, mereka saat ini mengutamakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan

mendukung pengembangan keterampilan social. Gen Z sendiri dianggap ideal sebagai subjek penelitian dikarenakan mereka memiliki pemikiran untuk memiliki niat melamar sebuah pekerjaan mereka mempertimbangkan tentang nilai social dan keseimbangan kerja-hidup yang ada di Perusahaan tersebut (Lassleben & Hofmann, 2023) Gen Z juga memiliki harapan yang tinggi terhadap pengalaman awal yang efektif di Perusahaan. Gen Z juga sangat menghargai keterampilan kolaborasi dan komunikasi dalam pengalaman kerja mereka, hal ini menunjukkan Gen Z merupakan subjek yang tepat untuk mengukur pentingnya keterampilan 4C(Chillakuri, 2020). Dalam sebuah tinjauan literatur mengenai aspirasi karier Gen Z, ditemukan bahwa generasi ini memiliki tujuan karier yang berbeda, seperti keterampilan untuk memajukan karier dengan cepat dan stabilitas jangka Panjang. Hal ini menjadikan gen z sebagai subjek yang tepat untuk mengeksplorasi bagaimana ekspektasi mereka terhadap keterampilan 4C dapat mempengaruhi niat untuk melamar pekerjaan (Barhate & Dirani, 2022)

Di Kota Malang sendiri yang biasa disebut sebagai kota pelajar yang memiliki lingkungan Pendidikan yang kuat, Gen Z di kota Malang memiliki beberapa karakteristik yang unik antara lain:

1. Ekspektasi terhadap Pendidikan dan Keterampilan

Dalam konteks ini Gen Z di kota Malang memiliki ekspektasi terhadap Pendidikan agar mereka dapat langsung di hubungkan dengan dunia kerja, yang dikhususkan melalui pelatihan dan teknologi digital, hal ini dikarenakan Kota Malang yang dikenal sebagai kota Pendidikan sehingga mereka memiliki ekspektasi tersebut (Irawanto & Novianti, 2021)

2. Minat pada Teknologi dan Pembelajaran Digital

Berdasarkan penelitian Sunarti siswa di Malang lebih menyukai media pembelajaran berbasis teknologi dan interaktif, yang memungkinkan mereka belajar dimana saja dan kapan saja, hal ini dapat mencerminkan minat kuat Gen Z di kota Malang terhadap pembelajaran berbasis teknologi yang dapat memperkaya pengalaman belajar mereka dan memberikan fleksibilitas kepada mereka (Sunarti, 2022)

3. Keterampilan yang Didorong oleh Lingkungan Pendidikan

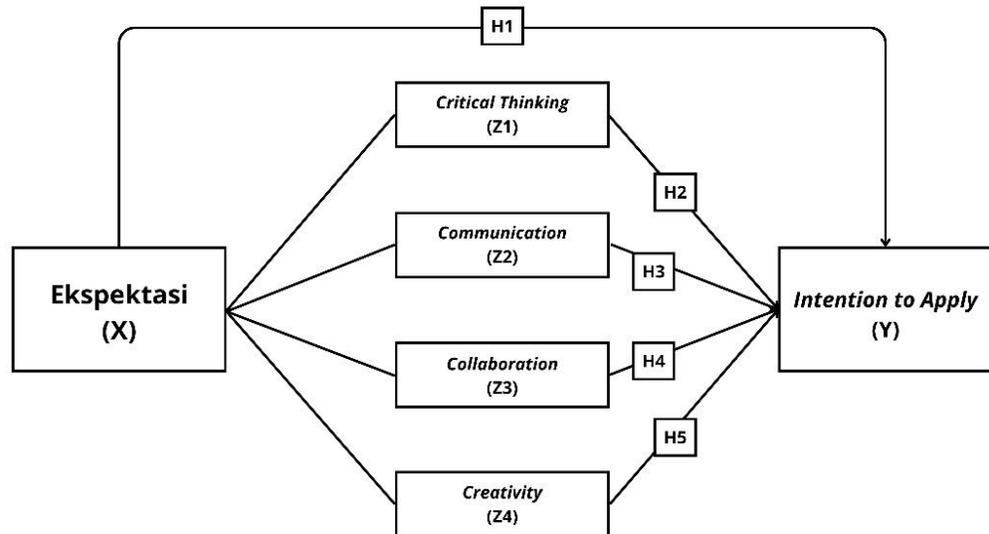
Gen Z di Malang menunjukkan kecenderungan untuk mengembangkan keterampilan yang relevan dengan industri saat ini sesuai dengan yang dibutuhkan untuk bersaing di era digital (Mavrin, 2022).

4. Budaya Kolaborasi dan Keinginan untuk Berperan Sosial

Dengan karakteristik kota pelajar, Gen Z di Malang umumnya memiliki ketertarikan sosial yang cukup tinggi dan cenderung kolaboratif, dalam sebuah studi menunjukkan bahwa Gen Z di Kota Malang memiliki keinginan kuat untuk terlibat kegiatan bermanfaat yang dapat membantu Masyarakat (Karapetian, 2020).

2.3 Model Hipotesis

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan gambar diatas, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *Intention to apply* (Carragher-Wolverton, 2022).

H2: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan *Critical thinking* sebagai variabel mediasi (Indrasiene *et al.*, 2020).

H3: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan *communication* sebagai variabel mediasi (Opoku *et al.*, 2021).

H4: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan *collaboration* sebagai variabel mediasi (Chak *et al.*, 2022).

H5: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan

creativity sebagai variabel mediasi (Ismail *et al.*, 2019).

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Hubungan Antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply*

Hubungan antara ekspetasi kerja dan *Intention to apply* dapat dijelaskan melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior*, beberapa studi yang menggunakan TPB untuk menilai *Intention to apply*, dalam hasilnya menunjukkan bahwa ekspetasi terhadap lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung dapat meningkatkan niat seseorang untuk terlibat dan dapat mempengaruhi sikap, norma objektif dan control perilaku yang dipersepsikan (Opoku *et al.*, 2021). Selain itu ekspetasi seseorang terhadap kenyamanan dan keseimbangan kerja-hidup di lingkungan kerja memainkan peran dalam membentuk niat untuk melanjutkan pekerjaan model tertentu (L. Anthonysamy, 2022). Selain itu ekspetas yang optimis dapat mempengaruhi Keputusan kerja dan pembentukan niat kerja, hasilnya menunjukkan bahwa ekspetasi yang positif memiliki dampak langsung terhadap niat kerja. (Yeşilkaya & Yıldız, 2023).

Penelitian lain yang menggunakan TPB untuk memahami ekspetasi kerja dengan hasil yang menunjukkan bahwa ekspetasi kerja yang positif terhadap lingkungan kerja, seperti kestabilan keuangan dan dukungan lingkungan, dapat meningkatkan niat untuk melamar atau bertahan di pekerjaan, hal ini dapat dipengaruhi oleh sikap dan norma social yang mendukung (Jie Ru *et al.*, 2023). Dan penelitian yang menganalisis ekspetasi kerja Gen Z, dan menganalisis bagaimana ekspetasi ini mempengaruhi niat untuk melamar pekerjaan di Indonesia.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat kerja yang sesuai dengan ekspektasi, dapat mendorong niat untuk melamar pekerjaan, terutama Ketika informasi tersebut disampaikan melalui media social Perusahaan (Rani *et al.*, 2022).

Dalam penelitian lain yang membahas mengenai ekspektasi kerja jarak jauh, ditemukan bahwa ekspektasi positif terhadap fleksibilitas dan keseimbangan kerja hidup dalam pekerjaan dapat meningkatkan kepuasan dan niat untuk melanjutkan pekerjaan, hal ini mendukung peran ekspektasi dalam membentuk niat kerja (Carragher-Wolverton, 2022).

H1 = Diduga Ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *Intention to apply*.

2.3.2 Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *Critical thinking*

Hubungan antara keterampilan 4C (komunikasi, kolaborasi, kreativitas, dan berpikir kritis) dengan niat melamar pekerjaan sangat erat, terutama dalam menciptakan sikap positif dan mengendalikan perilaku calon pelamar. Keterampilan komunikasi dan kolaborasi, misalnya, berperan penting dalam membangun kepercayaan diri dan sikap optimis terhadap peluang kerja yang melibatkan interaksi tim dan penyelesaian masalah bersama (Jie Ru *et al.*, 2023). Sikap positif terhadap keterampilan ini tidak hanya meningkatkan minat pelamar untuk melamar pekerjaan tetapi juga memungkinkan mereka menghadapi peran yang menuntut secara percaya diri (Rani *et al.*, 2022). Gen Z sendiri memiliki pandangan yang kuat terhadap ekspektasi kerja yang mencakup etika di tempat kerja dan suasana kantor yang positif. Ekspektasi ini ketika dipenuhi, dapat menjadikan organisasi lebih diminati oleh

pelamar yang potensial karena mereka dapat melihat organisasi tersebut dapat mendukung perkembangan karier mereka, sehingga mendorong minat mereka untuk melamar pekerjaan di organisasi tersebut (Nguyen Ngoc *et al.*, 2022).

Ekspektasi kerja yang positif dan realistis memiliki dampak signifikan terhadap niat melamar pekerjaan karena memungkinkan calon pelamar menyelaraskan tujuan pribadi mereka dengan nilai-nilai perusahaan. Dalam hal ini, kemampuan berpikir kritis menjadi elemen penting karena memungkinkan individu mengevaluasi ekspektasi mereka secara logis sebelum mengambil keputusan (Indrasiene *et al.*, 2020). Dengan berpikir kritis, pelamar dapat menganalisis berbagai aspek perusahaan, seperti reputasi, visi, dan budaya kerja, sehingga memastikan kesesuaian dengan aspirasi pribadi mereka. Kemampuan ini juga memungkinkan calon pelamar untuk memberikan penilaian inovatif dan menemukan solusi dalam situasi kerja yang kompleks, menciptakan kontribusi signifikan bagi organisasi. Oleh karena itu, berpikir kritis tidak hanya menjadi mediator antara ekspektasi kerja dan niat melamar tetapi juga memperkuat hubungan tersebut.

Selain itu, kemampuan untuk berpikir kritis memiliki peran penting dalam membantu individu menilai kecocokan pekerjaan dengan kebutuhan organisasi. Kemampuan ini dapat memungkinkan seorang pelamar menganalisis dan mengevaluasi informasi secara sistematis termasuk dari media sosial, hal tersebut dapat menjadikan keputusan seorang pelamar menjadi lebih baik dalam hal organisasi dan kesesuaian pekerjaan (Karam *et al.*, 2020). Individu yang memiliki

kemampuan berpikir kritis lebih mungkin melamar ke perusahaan yang sejalan dengan nilai-nilai pribadi mereka, karena mereka dapat dengan tepat memutuskan apakah perusahaan tersebut memenuhi harapan mereka. Dengan analisis yang cermat, pelamar mampu menilai peluang kerja secara lebih strategis, sehingga mengarahkan mereka pada keputusan yang matang. Akibatnya, kemampuan berpikir kritis tidak hanya memengaruhi pilihan perusahaan tetapi juga memberikan nilai tambah dalam proses rekrutmen.

H2: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan *Critical thinking* sebagai variabel mediasi.

2.3.3 Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *communication*

Ekspektasi kerja, yang meliputi harapan terhadap lingkungan kerja, peluang pengembangan karier, dan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, memiliki dampak signifikan terhadap niat seseorang untuk melamar pekerjaan. Penelitian menunjukkan bahwa ketika ekspektasi kerja terpenuhi, calon pelamar cenderung memiliki pandangan positif terhadap perusahaan, yang memperkuat niat mereka untuk melamar (Indrašienė *et al.*, 2020)

Komunikasi juga berperan penting sebagai mediator dalam hubungan ini. Komunikasi yang efektif, baik melalui interaksi internal di antara karyawan maupun eksternal melalui media sosial atau testimoni, dapat menciptakan persepsi positif pelamar terhadap perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi perusahaan yang kredibel dapat meningkatkan niat pelamar untuk melamar

pekerjaan dengan memperbaiki citra organisasi (Gupta & Saini, 2020). Selain itu da juga penelitian lain yang menggabungkan TPB untuk menganalisis niat kerja di bidang Pendidikan, hasilnya menunjukkan bahwa keterampilan kolaborasi dan komunikasi penting untuk niat melamar kerja, hal ini juga didorong oleh ekspetasi positif terhadap dukungan kerja yang dapatmeningkatkan niat untuk melamar pekerjaan terkait (Opoku *et al.*, 2021).

Selain itu, komunikasi juga berfungsi sebagai alat evaluasi ekspektasi kerja. Pelamar menggunakan komunikasi perusahaan untuk menilai sejauh mana harapan mereka dapat terpenuhi. Komunikasi yang menekankan nilai-nilai budaya, tanggung jawab sosial, dan peluang pengembangan karier dapat menarik minat pelamar dan menciptakan kesesuaian antara nilai-nilai perusahaan dan nilai pribadi, yang akhirnya meningkatkan niat untuk melamar(Choi *et al.*, 2020). Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai mediator, tetapi juga sebagai faktor utama yang memungkinkan pelamar untuk mengevaluasi dan membandingkan ekspektasi kerja mereka dengan nilai-nilai perusahaan.

H3: Diduga ekspetasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan *communication* sebagai variabel mediasi.

2.3.4 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *collaboration*

Keterampilan 4C memiliki peran penting dalam dunia kerja maupun Pendidikan, hasil dari sebuah penelitian menunjukkan bahwa keterampilan 4C, seperti berpikir kritis dan kolaborasi, menjadikan seseorang sangat dihargai di

lingkungan kerja modern dan dapat mempengaruhi niat untuk melamar pekerjaan (Thornhill-Miller *et al.*, 2023). Penelitian lain juga mengembangkan keterampilan 4C untuk meningkatkan keterampilan pada mahasiswa, dalam hasilnya menunjukkan bahwa keterampilan 4C sangat penting dalam menghadapi tantangan industry dan mendorong minat kerja di sektor-sektor yang membutuhkan keterampilan kolaboratif dan komunikasi yang baik (Sofya & Ritonga, 2021). Ada studi lain yang menggunakan keterampilan 4C sebagai modul untuk mengembangkan keterampilan kolaborasi dan komunikasi, ekspektasi akan keterampilan ini di dalam dunia kerja mendukung niat seseorang untuk melamar pekerjaan di posisi yang sesuai dengan keterampilan yang telah mereka pelajari (Trisnawati & Sari, 2019).

Kolaborasi terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepercayaan karyawan, berbagi pengetahuan, dan komitmen, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi organisasi. Lingkungan kerja yang kolaboratif memungkinkan individu untuk berbagi pengetahuan dan bekerja menuju tujuan bersama, menciptakan atmosfer saling percaya yang meningkatkan daya tarik organisasi. Dalam konteks rekrutmen, kolaborasi dapat membantu membangun citra positif organisasi sebagai tempat kerja yang mendukung pertumbuhan profesional dan kesuksesan bersama. Dengan menerapkan standar kolaborasi yang tinggi, perusahaan tidak hanya menarik pelamar yang mengutamakan kerja sama tim, tetapi juga menciptakan budaya kerja inovatif dan inklusif, yang mampu mendorong niat pelamar untuk bergabung dan mencapai hasil yang lebih baik dalam proyek yang

dikerjakan bersama (Reiter & Tzafir, 2021).

Selain itu keterampilan komunikasi dan kolaborasi memediasi hubungan antara ekspektasi kerja inklusif dan niat melamar, dalam hasilnya menunjukkan bahwa keterampilan 4C dapat memperkuat niat untuk melamar pada posisi yang menuntut keterampilan ini, terutama Ketika ekspektasi terhadap lingkungan kerja yang inklusif sudah terbentuk (Opoku *et al.*, 2021). Dengan demikian, kolaborasi tidak hanya berperan sebagai faktor yang langsung memengaruhi niat melamar pekerjaan, tetapi juga sebagai penghubung yang penting antara ekspektasi kerja dan niat untuk melamar pekerjaan.

H4: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan *collaboration* sebagai variabel mediasi.

2.3.5 Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *creativity*

Ekspektasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh keterampilan 4C merupakan gabungan baru antara variabel tersebut, beberapa penelitian yang mendukung mereka antara lain Thornhill Miller menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pentingnya Keterampilan 4C dalam mempersiapkan tenaga kerja untuk memenuhi ekspektasi kerja. Dengan menggunakan TPB sebagai teori dasar, penelitian ini menunjukkan bahwa keterampilan dapat mempengaruhi sikap positif serta control perilaku dalam konteks pekerjaan, sehingga dapat meningkatkan niat untuk melamar pada posisi sesuai keterampilan yang telah mereka pelajari sebelumnya (Thornhill-Miller *et al.*, 2023). Dalam konteks Gen Z yang berada di

Indonesia, ekspektasi kerja mengenai lingkungan kerja berbasis digital dan keterampilan komunikasi sangat berhubungan dengan niat melamar. Selain itu dalam penelitian ini menggunakan TPB untuk menunjukkan bagaimana keterampilan komunikasi dan kolaborasi yang baik dapat memperkuat sikap positif dan control perilaku yang memediasi hubungan antara ekspektasi kerja dan *intention to apply* (Rani *et al.*, 2022).

Kreativitas memiliki peran sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara ekspektasi kerja dan niat melamar pekerjaan. Penelitian menunjukkan bahwa peluang untuk terlibat dalam proses kreatif tidak hanya meningkatkan daya tarik perusahaan, tetapi juga meningkatkan ketertarikan pelamar untuk bergabung. Hal ini karena kreativitas dianggap sebagai bagian penting dari lingkungan kerja yang dinamis, inovatif, dan mendukung perkembangan individu (Gazzaroli *et al.*, 2019). Selain itu, kreativitas sering kali dikaitkan dengan peluang pengembangan karier dan inovasi. Ekspektasi terhadap kreativitas di tempat kerja membentuk persepsi positif terhadap organisasi, yang akhirnya meningkatkan niat pelamar untuk melamar pekerjaan. Lingkungan yang mendukung kreativitas sering dianggap sebagai tanda bahwa perusahaan mendorong pengembangan profesionalisme seorang karyawan (Amelia Putri & Syarif, 2024). Dengan demikian, kreativitas tidak hanya menjadi bagian penting dari ekspektasi kerja, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung yang memperkuat hubungan antara ekspektasi kerja dan niat melamar pekerjaan.

H5: Diduga ekspektasi kerja memiliki pengaruh terhadap *intention to apply* dengan

creativity sebagai variabel mediasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berlandaskan pada paradigma positivisme. Pendekatan ini diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data menggunakan instrumen yang telah disiapkan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara statistik guna menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini, peneliti memakai pendekatan kuantitatif untuk mengukur variabel yang telah dipilih. Data yang digunakan berupa angka dan diolah menggunakan analisis statistik.

Peneliti menggunakan alat ukur berupa kuisioner, sehingga data atau informasi yang diperoleh disajikan oleh peneliti. Selain kuantitatif penelitian ini juga berbentuk *Explanatory Research*, penelitian ekplanatori merupakan penelitian yang dilakukan untuk menguji variabel yang telah digunakan dalam hipotesis (Supriyanto & Maharani 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel, yaitu: Ekspetasi Kerja sebagai Variabel (X), *Intention to apply* sebagai variabel (Y), serta Keterampilan 4C sebagai variabel mediasi (Z) dengan *Critical thinking* sebagai (Z1), *Communication* sebagai (Z2), *Collaboration* sebagai (Z3), dan *Creativity* sebagai (Z4)

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat seorang peneliti melakukan pengumpulan data, yang dipilih berdasarkan relevansi dengan fokus masalah penelitian (Sugiyono,

2008). Dalam penelitian ini, peneliti memilih Kota Malang sebagai lokasi penelitian. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Malang merupakan salah satu kota pendidikan di Indonesia dengan keragaman populasi yang berasal dari mahasiswa dari berbagai daerah, sehingga Kota Malang menjadi pilihan untuk mengkaji hubungan antara karakteristik Generasi Z dengan topik penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yang menjadi dasar wilayah generalisasi untuk diteliti dan dijadikan sumber penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z di Kota Malang, alasan yang mendasari mahasiswa Generasi Z Kota Malang yang dijadikan populasi merupakan keberagaman latar belakang mereka perbedaan daerah dari mereka menjadi daya tarik dalam penelitian ini, selain itu mahasiswa di Kota Malang juga berada pada tahap usia produktif sebagai calon angkatan kerja. Untuk jumlah populasi sendiri tidak dapat penulis ketahui dikarenakan keterbatasan dari penulis.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih oleh peneliti untuk dijadikan sumber data dalam penelitian. Sampel ini dipilih sedemikian rupa agar dapat merepresentasikan karakteristik populasi, sehingga temuan penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. (Sugiyono, 2008). Sampel yang digunakan

dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Malang dengan minimal sampel 165.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh data dari subjek yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2008). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan:

1. Mahasiswa aktif tahun 2024
2. Merupakan salah satu mahasiswa universitas yang berada di Kota Malang

Populasi pada mahasiswa aktif yang berada di Kota Malang peneliti belum dapat memberikan angka pasti secara jumlahnya, maka untuk menentukan ukuran sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah pendekatan *Rule of Thumb*. *Rule of Thumb* yang dikemukakan oleh Hair *et al.* Meyarankan bahwa ukuran minimum sampel adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator. Berikut adalah bentuk dari pendekatan *Rule of Thumb*:

$$\text{ukuran sampel minimum } (n) = \text{Jumlah indikator } (k) \times \text{faktor } (5 \text{ atau } 10)$$

Keterangan :

n: Sampel minimum

k: jumlah indikator (Joseph F. Hair *et al.*, 2009)

Melalui pendekatan diatas maka jumlah minimal sampel yang akan digunakan oleh

peneliti adalah:

$$n = k \times 5$$

$$n = 33 \times 5$$

$$n = 165$$

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 165 orang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti mengambil data dari minimal 165 responden.

3.5 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber (Hardani *et al.*, 2020:401). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengambilan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, contohnya seperti laporan, profil, buku panduan, dan bahan pustaka lainnya. (Hardani *et al.*, 2020:401). Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah literatur seperti buku dan jurnal penelitian yang mendukung maupun berkaitan dengan masalah dan tujuan dari penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan

berbagai cara (Sugiyono, 2008). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner merupakan metode yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, yang kemudian dijawab sesuai dengan kondisi atau pandangan mereka. (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner yang bersifat tertutup, yang dimana responden diharuskan memilih satu alternative jawaban dari pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti (Sugiyono, 2008). Penelitian ini menyebarkan angket yang berisi beberapa pertanyaan mengenai variabel yang digunakan kepada responden yaitu Mahasiswa di Kota Malang melalui *google form*. Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan dengan mengumpulkan berbagai sumber seperti artikel jurnal, buku, dan bahan referensi lainnya.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merujuk pada penjabaran indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian ini. Adapun penjelasan mengenai definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

3.7.1 Ekspetasi Kerja (X)

Untuk mencapai ekspetasi dalam dunia kerja, terutama di kalangan generasi muda yang memiliki ambisi tinggi, diperlukan Upaya nyata dan juga Tindakan yang terarah. Ekspetasi bukan hanya sekedar keinginan, ekspetasi dapat diukur melalui indikator-indikator yang spesifik antara lain:

- Kepuasan terhadap kepemimpinan
- Kesempatan pengembangan diri
- Fleksibilitas kerja
- Kualitas Komunikasi
- Keselarasan nilai
- Kesehatan emosional dan dukungan
- Kepuasan umum terhadap pekerjaan (Huțanu *et al.*, 2021b).

3.7.2 *Intention to apply (Y)*

Setelah memahami mengenai *Intention to apply*, berikut adalah indikator-indikator yang dapat digunakan menilai *Intention to apply*, dalam hal ini diperlukan guna memberikan Gambaran yang lebih objektif mengenai sejauh mana seseorang memiliki niat dan komitmen dalam melamar pekerjaan:

- Minat terhadap Perusahaan
- Persepsi mengenai *employer branding*
- Kesesuaian nilai pribadi
- Persepsi terhadap kesempatan karier (Khan, 2024).

3.7.3 *Critical thinking (Z1)*

Critical thinking merupakan yang kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi informasi secara objektif guna penyelesaian sebuah permasalahan, *critical thinking* sendiri mencakup kemampuan dalam mempertimbangkan berbagai sudut pandang, mengevaluasi bukti, dan membuat Keputusan yang logis

(Rudianto *et al.*, 2022). Dan *critical thinking* sendiri mencakup beberapa indikator:

- Analisis
- Evaluasi bukti
- Inferensi
- Pemecahan masalah
- Berpikir reflektif (Rudianto *et al.*, 2022).

3.7.4 Communication (Z2)

Komunikasi merupakan kemampuan untuk mengekspresikan ide, perasaan dan informasi secara jelas dan efektif, baik secara lisan maupun secara tulisan, kemampuan mendengarkan dan merespon secara aktif. Komunikasi yang efektif menjadi sangat penting di dalam lingkungan Pendidikan dan dunia kerja, dukungan diperlukan guna mengembangkan komunikasi diantara mereka (Thornhill-Miller *et al.*, 2023). Berikut adalah Indikator dalam keterampilan komunikasi:

- Proses penyampaian pesan
- Kemampuan menyampaikan ide
- Sub-keterampilan
- Interaksi dalam kolaborasi
- Membangun persepsi yang sama
- Feedback (Brata *et al.*, 2023).

3.7.5 Collaboration (Z3)

Kolaborasi merupakan suatu kemampuan untuk bekerja sama secara efektif Bersama orang lain, dengan senantiasa saling menghargai dan memanfaatkan kekuatan dan kemampuan setiap anggota tim untuk mencapai tujuan Bersama. Selain itu pembelajaran menggunakan masalah nyata dapat meningkatkan kemampuan kolaborasi, melalui aktivitas kelompok kemampuan kolaboratif dapat meningkat (Ye & Xu, 2023). Gen Z sendiri sebagai generasi yang baru memasuki dunia kerja cenderung menghargai lingkungan kerja yang kolaboratif (Leão *et al.*, 2022). Berikut beberapa indikator dari kolaborasi :

- Kerja sama
- Komunikasi yang efektif
- Penghargaan terhadap keragaman
- Fleksibilitas dan kesiapan untuk membantu
- Tanggung jawab Bersama
- Negosiasi dan advokasi (Brata *et al.*, 2023).

3.7.6 Creativity (Z4)

Kreatifitas merupakan suatu kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru inovatif, memecahkan masalah dengan cara yang tidak konvensional, dan berpikir diluar batas yang ada (Brata *et al.*, 2023). Dalam dunia kerja kreativitas menjadi faktor penting untuk melakukan inovasi berikut beberapa indikator mengenai kreatif:

- Progress kognitif
- Divergenent Thinking
- Elemen kreatifitas
- Pengalaman dan pembelajaran
- Keterampilan kolaboratif (Brata *et al.*, 2023).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indicator Variabel	Item	Sumber
Ekspetasi Kerja	Kepuasan terhadap kepemimpinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemimpin yang mendukung pengembangan karier saya. 2. Pemimpin yang mampu memberikan arahan yang jelas dan inspiratif 	(Huțanu <i>et al.</i> , 2021b)
	Kesempatan pengembangan diri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang untuk mengikuti pelatihan dan pengembangan keterampilan di tempat kerja 2. Adanya peluang atau promosi di perusahaan 	
	Fleksibilitas kerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jadwal kerja yang fleksibel sesuai kebutuhan pribadi saya 2. Kebebasan dalam cara menyelesaikan tugas saya 	
	Kualitas Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan kerja dengan komunikasi yang terbuka dan transparan 2. Saluran komunikasi yang jelas untuk menyampaikan ide atau keluhan 	
	Keselarasn nilai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan yang memiliki nilai yang selaras dengan nilai pribadi saya 2. Kesesuaian nilai Perusahaan yang mendukung Keputusan saya melamar pekerjaan 	
	Kesehatan emosional dan dukungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan kerja yang mendukung Kesehatan mental karyawan 2. Dukungan emosional yang diberikan oleh rekan kerja atau atasan 	

	Kepuasan umum terhadap pekerjaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat penghargaan atas kontribusi saya dalam pekerjaan 2. Lingkungan kerja yang sangat menyenangkan dan mendukung produktifitas 	
<i>Intention to apply</i>	Minat terhadap Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena Perusahaan ini adalah salah satu pilihan utama saya dalam mencari pekerjaan 2. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena saya tertarik untuk menjadi bagian dari Perusahaan ini 	(Khan, 2024)
	Persepsi mengenai <i>employer branding</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena perusahaan ini memiliki citra positif sebagai pemberi kerja 2. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena reputasi Perusahaan ini mencerminkan budaya kerja yang profesional 	
	Kesesuaian nilai pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena nilai-nilai Perusahaan ini selaras dengan nilai-nilai pribadi saya 2. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena saya yakin bahwa lingkungan kerja di Perusahaan ini membuat saya nyaman 	

	Persepsi terhadap kesempatan karier	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena Perusahaan ini menawarkan peluang karir yang menjanjikan 2. saya memiliki minat melamar di sebuah perusahaan karena kesempatan berkembang di Perusahaan ini sangat enarik bagi saya 	
<i>Critical thinking</i>	Analisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mampu mengidentifikasi informasi yang relevan untuk memahami sebuah masalah 2. saya mampu memahami hubungan antara berbagai faktpr dalam suatu situasi 	(Rudianto <i>et al.</i> , 2022).
	Evaluasi bukti	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mengevaluasi bukti dan argument secara kritis sebelum menerima atau menilaknya 2. saya membandingkan beberapa sumber informasi sebelum mebuat kesimpulan 	

	Inferensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya dapat menarik Kesimpulan logis berdasarkan data atau bukti yang tersedia 2. saya mampu menggunakan informasi yang saya miliki untuk memprediksi kemungkinan hasil di masa depan 	
	Pemecahan masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mampu memecahkan masalah dengan menggunakan pendekatan logis dan terstruktur 2. saya merasa percaya diri dalam menemukan Solusi inovatif untuk masalah baru 	
	Berpikir reflektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mengambil waktu untuk memikirkan Kembali hasil kerja saya dan mencari cara untuk meningkatkannya 2. saya terbuka terhadap kritik yang membantu saya memahami kekurangan dalam proses berpikir saya 	

<i>Communication</i>	Proses penyampaian pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan terstruktur 2. saya dapat menyesuaikan cara saya berkomunikasi sesuai dengan audiens saya 	(Brata <i>et al.</i> , 2023).
	Kemampuan menyampaikan ide	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya merasa percaya diri saat menyampaikan ide atau pendapat saya kepada orang lain 2. saya dapat menjelaskan ide saya dengan cara yang mudah dipahami 	
	Sub-keterampilan	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya memiliki kemampuan mendengarkan yang baik untuk memahami pandangan orang lain 2. saya menggunakan Bahasa yang tepat untuk menciptakan komunikasi yang efektif 	
	Interaksi dalam kolaborasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mampu berkomunikasi yang baik saat bekerja dalam tim 2. saya terbuka terhadap ide baru yang disampaikan oleh anggota tim lain 	

	Membangun persepsi yang sama	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya berusaha memastikan bahwa semua anggota tim memahami tujuan Bersama 2. saya membantu tim mencapai kesepakatan melalui komunikasi yang efektif 	
	feedback	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya terbuka terhadap umpan balik 2. saya memastikan umpan balik yang saya berikan membantu orang lain memahami area perbaikan 	
<i>Collaboration</i>	Kerja sama	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya secara aktif berkontribusi mencapai tujuan kelompok 2. saya memastikan semua anggota tim terlibat dalam diskusi 	(Brata <i>et al.</i> , 2023).
	Komunikasi yang efektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya menyampaikan ide saya dengan jelas kepada anggota tim 2. saya mendengarkan dan memahami masukan dari anggota tim 	
	Penghargaan terhadap keragaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya menghargai perbedaan pendapat yang muncul dalam tim 2. saya merasa nyaman bekerja dengan orang dari latar belakang budaya yang berbeda 	

	Fleksibilitas dan kesiapan membantu untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya bersedia membantu anggota tim yang kesulitan dalam menyelesaikan tugas mereka 2. saya mampu menyesuaikan cara kerja saya dengan kebutuhan tim yang berubah 	
	Tanggung jawab Bersama	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya merasa bertanggung jawab atas keberhasilan tim secara keseluruhan 2. saya berusaha menyelesaikan tugas tim sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan 	
	Negoisasi dan advokasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya dapat menemukan Solusi terbaik Ketika terdapat perbedaan pendapat dalam tim 2. saya mampu memperjuangkan ide tetapi dengan tetap menghormati pandangan anggota yang lain 	

<i>Creativity</i>	Progress kognitif	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya mampu menyelesaikan konsep baru dengan cepat untuk menyelesaikan masalah 2. saya sering mencari cara untuk memperdalam pemahaman saya terhadap suatu topik 	(Brata <i>et al.</i> , 2023).
	Divergenet Thinking	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya dapat menghasilkan banyak ide berbeda untuk menyelesaikan satu masalah 2. saya mampu melihat masalah dari berbagai sudut pandang untuk menemukan Solusi inovatif 	
	Elemen kreatifitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya sering menemukan cara untuk menyelesaikan tugas sehari hari 2. saya merasa percaya diri dalam menciptakan sesuatu yang baru dari sumber daya yang tersedia 	

	Pengalaman dan pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya menggunakan pengalaman untuk mengembangkan Solusi kreatif pada tantangan baru 2. saya mempelajari hal baru dari setiap pengalaman 	
	Keterampilan kolaboratif	<ol style="list-style-type: none"> 1. saya merasa nyaman berbagi ide kreatif dengan anggota tim untuk mendapatkan masukan 2. saya sering menggabungkan ide dari berbagai anggota tim untuk menciptakan Solusi yang lebih baik. 	

Data diolah oleh peneliti 2025

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah aturan atau kesepakatan yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel, sehingga data yang diperoleh dari pengukuran tersebut dapat dianalisis dengan tepat menggunakan metode statistik. Skala ini membantu menentukan bagaimana data diklasifikasikan dan diolah agar hasil penelitian menjadi akurat dan sesuai tujuan analisis (Supriyanto & Maharani, 2013). Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kuisisioner dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup dengan skala pengukuran menggunakan skala likert. Kuisisioner tertutup merupakan kuisisioner yang respondennya tidak dianjurkan untuk memberikan angka maupun mengisi jawaban

sendiri, jawaban telah disediakan oleh peneliti sehingga responden hanya memilih jawaban yang paling sesuai dengan diri mereka (Sugiyono, 2008)

Skala likert sendiri merupakan skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert, responden melengkapi kuisioner dengan cara memilih sesuai Tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti (Sujalu *et al.*, 2021:44). Skala likert menggunakan bobot penilaian untuk setiap item-item yang diajukan, terdiri dari skala 5 sampai 1. Penilaian tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Sangat setuju : 5
- Setuju : 4
- Netral : 3
- Tidak setuju : 2
- Sangat tidak setuju : 1

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data sendiri merupakan tahapan dalam penelitian berupa pengolahan data yang telah didapatkan. Setelah jawaban dari responden terkumpul, peneliti akan menggunakan Teknik analisis *Structural Equation Modelling – partial least square* (SEM-PLS). *Structutural Equation Modelling* merupakan Teknik analisis yang digunakan untuk menilai dan memodifikasi model pengukuran serta model struktural. Partial least square sendiri merupakan Teknik dalam statistic yang berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan perihal regresi berganda. PLS bertujuan untuk

memprediksi apakah ada pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen, serta untuk menentukan hubungan korelasi antara kedua variabel tersebut berdasarkan landasan teori. (Rahadi, 2023). Dalam penelitian ini Ekspetasi kerja menjadi variabel eksogen sedangkan *Intention to apply* sebagai variabel endogen. Selain itu alasan digunakannya Analisis SEM-PLS adalah untuk mengukur variabel laten yang dalam penelitian ini terdiri dari Ekspetasi kerja, *Intention to apply*, dan keterampilan 4C, dengan mengukur mereka melalui beberapa indikator (Hair *et al.*, 2013). Analisis SEM-PLS mencakup dua komponen utama, yaitu model pengukuran (*outer model*), yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator pembentuknya, serta model struktural (*inner model*), yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel laten dalam kerangka penelitian (Musyaffi *et al.*, 2021:4)

3.9.1 Model Pengukuran (Uji Outer model)

Model pengukuran menjelaskan hubungan antara variabel laten Ekspetasi kerja sebagai variabel X dan *Intention to apply* sebagai variabel Y dengan indikatornya yang keterampilan 4C sebagai mediator antara lain *Critical thinking* sebagai Z1, *Communication* sebagai Z2, *Collaboration* sebagai Z3, dan *Creativity* sebagai Z4. Dalam analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), pengujian outer model melibatkan evaluasi reliabilitas dan validitas untuk memastikan bahwa indikator dapat merepresentasikan konstruk dengan baik. Berikut adalah langkah-langkahnya:

- a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Convergent validity adalah suatu uji mengukur sejauh mana indikator dari konstruk tertentu saling berkorelasi. Pengukuran ini dilihat melalui nilai *loading factor* pada setiap indikator. Suatu indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* $> 0,50$ (Hair *et al.*, 2013). Tingginya nilai *outer loading* pada suatu indikator menunjukkan bahwa indikator tersebut berperan dominan atau signifikan dalam merepresentasikan variabel laten. Indikator dengan nilai *loading factor* tertinggi mengindikasikan kontribusi terbesar dalam membentuk variabel yang bersangkutan.

b. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan menunjukkan sejauh mana konstruk saling berbeda satu sama lain. Dalam uji validitas diskriminan terdapat dua pendekatan utama yaitu *Cross Loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), Validitas diskriminan dianggap terpenuhi apabila nilai *cross loading* setiap indikator lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cross loading* terhadap konstruk laten lainnya, dengan nilai minimal $> 0,50$. Selain itu, pengujian validitas diskriminan juga dapat dilakukan melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing konstruk. Suatu konstruk dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai AVE-nya melebihi 0,50 dan lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. (Hair *et al.*, 2013).

c. Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi indikator dalam merepresentasikan suatu konstruk. Pengujian ini dilakukan menggunakan nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila nilai CR-nya melebihi 0,70, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator penyusunnya memiliki konsistensi internal yang memadai dalam menggambarkan variabel laten.. (Hair *et al.*, 2013).

3.9.2 Model Struktural (Uji Inner Model)

Setelah pengujian model pengukuran (outer model) untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator dilakukan, tahap selanjutnya adalah evaluasi model struktural (inner model). Model ini menggambarkan hubungan antar konstruk laten dalam penelitian. Tujuan dari analisis inner model adalah untuk menilai kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel laten serta untuk mengevaluasi nilai *R-square* yang mencerminkan proporsi varians variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai *R-square* berkisar antara 0 hingga 1, dengan interpretasi umum yaitu 0,19 (lemah), 0,33 (sedang), dan 0,67 (kuat) (Hair *et al.*, 2013).

Selanjutnya untuk mengukur efek dari variabel laten terhadap peningkatan *R-square* pada variabel dependen adalah dengan menggunakan nilai *F-square*, nilai *F-square* memiliki kategori antara lain 0,02 untuk efek kecil, 0,15 untuk efek sedang, dan 0,35 untuk efek besar, jika nilai *F-square* bernilai sangat kecil atau mendekati nol, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel laten independent memiliki

kontribusi yang tidak signifikan terhadap variabel dependen (Hair *et al.*, 2013).

1. Uji hipotesis

Uji hipotesis dalam PLS-SEM dilakukan untuk menguji hubungan langsung (*direct effect*) dan hubungan tidak langsung (*indirect effect*) antara variabel laten. (Hair *et al.*, 2013).

a. Hubungan langsung (*Direct effect*)

Pengaruh langsung (*direct effect*) merujuk pada hubungan kausal secara langsung antara variabel independen dan variabel dependen dalam model struktural, tanpa perantara variabel mediasi. Uji *direct effect* juga dilakukan untuk menguji hipotesis hubungan antar variabel, dengan menggunakan nilai *p-value* sebagai indikator signifikansi statistik. Apabila nilai *p-value* melebihi 0,05, maka hubungan tersebut dinyatakan tidak signifikan. (Hair *et al.*, 2013).

b. Hubungan Tidak Langsung (*Indirect effect*)

Indirect effect merupakan pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui satu atau lebih variabel mediator. Dengan kata lain, hubungan ini melibatkan jalur perantara yang menghubungkan variabel X (*independen*) dengan variabel Y (*dependen*) melalui variabel Z (mediator). Untuk menilai signifikansi dari pengaruh tidak langsung ini, digunakan nilai *t-statistic* yang diperoleh melalui prosedur bootstrapping, yang menghasilkan distribusi empiris dari nilai *indirect effect*. Jika nilai *t-*

statistic kurang dari 1,96, maka pengaruh tersebut dianggap tidak signifikan. Sebaliknya, indirect effect yang signifikan menunjukkan adanya peran mediasi, di mana variabel mediator memberikan kontribusi dalam memperjelas atau memperkuat hubungan antara variabel independen dan dependen. (Hair *et al.*, 2013).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan mahasiswa Generasi Z di kota Malang sebagai objek penelitian. Generasi Z sendiri merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 yang tumbuh dalam era digital dengan akses teknologi. Selain dikenal dengan istilah Gen Z mereka juga dikenal sebagai generasi yang akrab dengan teknologi digital serta memiliki pola pikir yang realistis dalam mengambil Keputusan. Mereka juga dikenal sebagai generasi yang cerdas, kreatif, dan memiliki kepedulian tinggi terhadap toleransi dan perbedaan budaya (Pratiwi *et al.*, 2024).

Generasi Z sendiri dalam konteks dunia kerja, karakteristik tersebut berpengaruh terhadap preferensi mereka dalam memilih karier. Gen Z cenderung memilih karier yang tidak hanya memberikan stabilitas, tetapi juga memberikan fleksibilitas dan juga keseimbangan hidup. Beberapa dari mereka lebih memilih mengangur untuk sementara waktu daripada bekerja dalam kondisi yang tidak sesuai dengan nilai dan harapan mereka (Haq & Noorrizki, 2022). Kesimpulanya Gen Z adalah generasi digital yang mengutamakan fleksibilitas, dan keseimbangan hidup dalam memilih karier, serta memiliki kesadaran social yang tinggi dalam konteks pekerjaan dan kehidupan sehari-hari. Setelah memahami karakteristik dari Generasi Z yang cukup unik dan berpengaruh dalam dunia kerja, tidak

mengerankan apabila pada saat ini mereka mendominasi sebagai Angkatan kerja di kota kota salah satunya adalah kota Malang.

Kota Malang sendiri dikenal sebagai salah satu kota mahasiswa di Indonesia karena memiliki banyak perguruan tinggi dan menjadi salah satu tujuan populer bagi pelajar dari berbagai daerah di Indonesia. Tidak heran jika mahasiswa Gen Z banyak di temukan di Kota Malang. Oleh karena itu, Malang menjadi salah satu tempat yang ideal untuk menggali lebih dalam karakteristik dari Mahasiswa Gen Z. Malang menjadi salah satu kota terbesar di Jawa Timur setelah Surabaya. Kota ini juga dikenal memiliki banyak perguruan tinggi yang berkualitas, baik perguruan tinggi negeri (PTN) ataupun perguruan tinggi swasta (PTS). Umumnya perguruan tinggi di Malang menyediakan berbagai jenjang Pendidikan, diawali dari program diploma (D1-D4), sarjana (S1), doctor (S2), sampai program spesialis. Selain itu bentuk dari perguruan tinggi itu sendiri pun beragam seperti institusi, akademi, politeknik, sekolah tinggi, dan juga universitas. Citra Malang sebagai kota Pendidikan tidak dapat diragukan lagi, mengingat banyaknya institusi Pendidikan ternama yang ada. Beberapa diantara mereka adalah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Dengan banyaknya keberagaman serta kualitas Perguruan tinggi tersebut, Kota Malang mampu untuk bersaing dengan kota kota besar lainnya dalam hal menjadi kota tujuan untuk Pendidikan di Indonesia.

4.1.2 Karakteristik Responden

- a. Karakteristik responden berdasarkan asal kampus

Tabel 4. 1 Asal Kampus Responden

Asal Kampus	Jumlah	Presentase
Negeri	119	72%
Swasta	46	28%

Data diolah oleh peneliti 2025.

Menurut data yang sudah dipaparkan di atas, terdapat 119 responden berasal dari kampus negeri, yang menduduki presentase sebesar 72% dari total responden. Sedangkan sisa 28% presentase dari total responden dari perguruan tinggi swasta yang terdapat 46 responden di dalamnya.

b. Karakteristik responden berdasarkan nama kampus

Tabel 4. 2 Nama Kampus Responden

Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa	Presentase
UIN Maliki Malang	58	35%
Universitas Brawijaya	18	11%
Universitas Negeri Malang	31	19%
Universitas Muhammadiyah Malang	22	13%
Universitas Merdeka	9	5%
Institut Teknologi Nasional	5	3%
Universitas Gajayana	1	1%
Universitas Kanjuruhan Malang	1	1%
Universitas Islam Malang	8	5%
Polinema	12	7%

Data diolah oleh peneliti 2025.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan responden yang berasal dari UIN Maliki Malang terdapat 58 responden dengan presentase 35% dari presentase penuh responden, dari Universitas Brawijaya juga terdapat 18 jumlah responden dengan jumlah 11% dari presentase responden penuh, untuk Universitas Negeri Malang sendiri terdapat 31 responden dengan presentase responden 19% dari presentase responden penuh, selain itu dari Universitas Muhammadiyah Malang terdapat 22

jumlah responden dengan nilai presentase 13% dari total responden penuh, dari Universitas Merdeka terdapat 9 responden dengan jumlah presentase 5% dari total responden penuh. Ada juga dari ITN jumlah responden yang didapatkan oleh peneliti berjumlah 5 responden dengan presentase 3% dari total presentase responden penuh, untuk Universitas Gajayana dan Universitas Kanjuruhan Malang masing masing memiliki jumlah responden yang sama yaitu 1 responden dan presentase 1% dari total presentase responden, ada juga dari Universitas Islam Malang terdapat 8 responden dengan presentase 5% dari total presentase responden, dan yang terakhir dari Polinema terdapat 12 responden yang masuk dengan total presentase 7% dari total presentase responden.

c. Karakteristik responden berdasarkan tahun kelahiran

Tabel 4. 3 Tahun Kelahiran Responden

Tahun Kelahiran	Jumlah	Presentase
2001	5	3%
2002	37	22%
2003	67	41%
2004	42	25%
2005	14	8%

Data diolah oleh peneliti 2025.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada table diatas terdapat 5 responden dari tahun kelahiran 2001 dengan presentase 3% dari total presentase penuh responden, sedangkan untuk tahun kelahiran 2002 terdapat 37 jumlah responden dengan presentase 22%, untuk kelahiran 2003 menduduki presentase tertinggi dengan jumlah responden 67 dengan presentase 41% dari total presentase penuh responden, untuk tahun 2004 terdapat 42 responden dengan nilai presentase

dari total presentase penuh 25%, dan terakhir tahun kelahiran 2005 terdapat 14 jumlah responden dengan presentase 8% dari total responden penuh.

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memiliki 3 variabel utama, yaitu Ekspetasi Kerja(X), *Intention to apply* (Y), dan Keterampilan 4C (Z), keterampilan 4C sendiri terbagi menjadi beberapa variabel (Z) yaitu *Critical thinking* sebagai variabel (Z1), *Communication* (Z2), *Collaboration* (Z3), dan *Creativity* sebagai (Z4). Sedangkan untuk variabel Ekspetasi Kerja (X) memiliki 7 indikator, yaitu kepuasan terhadap kepemimpinan (X1), kesempatan pengembangan diri (X2), fleksibilitas kerja (X3), kualitas komunikasi (X4), keselarasan nilai (X5), Kesehatan emosional dan dukungan (X6), dan kepuasan umum terhadap pekerjaan (X7).Sedangkan untuk variabel *Intention to apply* (Y) memiliki 4 indikator, yaitu minat terhadap Perusahaan (Y1), persepsi mengenai employer branding (Y2), kesesuaian nilai pribadi (Y3), dan persepsi terhadap kesempatan karir (Y4).

Untuk variabel keterampilan 4C (Z) terbagi menjadi 4 subvariabel, masing masing dengan indicator sebagai berikut: *Critical thinking* (Z1) memiliki 5 indikator, yaitu analisis (Z1.1), evaluasi bukti (Z1.2), inferensi (Z1.3), pemecahan masalah (Z1.4), dan berfikir reflektif (Z1.5). Untuk variabel *Communication* (Z2) memiliki 6 indikator, yaitu proses penyampaian pesan (Z2.1), kemampuan menyampaikan ide (Z2.2), sub-keterampilan Bahasa (Z2.3), interaksi dalam kolaborasi (Z2.4), membangun persepsi yang sama (Z2.5), dan feedback (Z2.6). *Collaboration* (Z3) memiliki 6 indikator, yaitu kerja sama (Z3.1), komunikasi yang

efektif (Z3.2), penghargaan terhadap keragaman (Z3.3), fleksibilitas dan kesiapan membantu (Z3.4), tanggung jawab Bersama (Z3.5), dan negoisasi serta advokasi (Z3.6). Untuk Variabel *Creativity* memiliki 5 indikator, yaitu progress kognitif (Z4.1) divergent thinking (Z4.2), elemen kreativitas (Z4.3), pengalaman dan pembelajaran (Z4.4), dan keterampilan kolaboratif (Z4.5).

1. Ekspektasi Kerja (X)

Ekspetasi Kerja (X) memiliki 7 indikator, yaitu kepuasan terhadap kepemimpinan (X1), kesempatan pengembangan diri (X2), fleksibilitas kerja (X3), kualitas komunikasi (X4), keselarasan nilai (X5), Kesehatan emosional dan dukungan (X6), dan kepuasan umum terhadap pekerjaan (X7).

Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Penelitian Ekspetasi Kerja (X)

NO	ITEM	STS		TS		N		S		SS		RATA RATA
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X.1.1	8	5%	10	6%	16	10%	52	32%	79	48%	4.10
2.	X.2.1	8	5%	10	6%	7	4%	71	43%	69	42%	4.11
3.	X.3.1	8	5%	9	6%	11	7%	52	32%	85	52%	4.17
4.	X.4.1	7	4%	10	6%	7	4%	63	38%	78	47%	4.15
5.	X.5.1	6	4%	8	5%	27	17%	48	30%	76	47%	4.08
6.	X.6.1	8	5%	9	6%	15	9%	42	26%	91	56%	4.19
7.	X.7.1	8	5%	7	4%	12	7%	45	27%	93	56%	4.25

Data diolah oleh peneliti 2025.

Nilai rata rata tertinggi mencapai angka 4.25 pada variabel Ekspetasi Kerja (X), seperti yang terlihat pada table di atas. Hal ini mewakili indicator kepuasan umum terhadap pekerjaan (X7.1). Selain itu nilai tinggi juga terlihat pada indicator kesempatan pengembangan (X2.1) dengan rata rata 4.11. Indicator lainnya seperti kualitas komunikasi (X4.1) dan keselarasan nilai (X5.1) masing masing memperoleh nilai 4.15 dan 4.08.

2. *Intention to apply* (Y)

Variabel *Intention to apply* (Y) memiliki 4 indikator, yaitu minat terhadap Perusahaan (Y1), persepsi mengenai employer branding (Y2), kesesuaian nilai pribadi (Y3), dan persepsi terhadap kesempatan karir (Y4).

Tabel 4. 5 Deskripsi variabel Peneliiian *Intention to apply* (Y)

NO	ITEM	STS		TS		N		S		SS		RATA RATA
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Y.1.1	9	6%	2	1%	8	5%	60	36%	86	52%	4.28
2.	Y.2.1	5	3%	9	6%	3	2%	51	31%	97	59%	4.37
3.	Y.3.1	8	5%	3	2%	8	5%	58	35%	88	53%	4.30
4.	Y.4.1	6	4%	5	3%	5	4%	49	30%	99	60%	4.39

Data diolah oleh Peneliti 2025.

Hasil analisis pada table menunjukkan bahwa nilai tertinggi dari variabel *Intention to apply* yaitu 4.39, hal ini terlihat pada indicator persepsi terhadap karir (Y.4.1). Sedangkan untuk nilai rata rata terendah didapatkan oleh indikatr Y.1.1 yaitu tentang minat terhadap Perusahaan dengan perolehan rata rata 4.28.

3. Keterampilan 4C, *Critical thinking*

Critical thinking (Z1) memiliki 5 indikator, yaitu analisis (Z1.1), evaluasi bukti (Z1.2), inferensi (Z1.3), pemecahan masalah (Z1.4), dan berfikir reflektif (Z1.5).

Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Penelitian keterampilan 4C, *Critical thinking* (Z1)

NO	ITEM	STS		TS		N		S		SS		RATA RATA
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Z1.1.1	2	1%	1	1%	19	12%	71	43%	72	44%	4.27
2.	Z1.2.1	1	1%	6	4%	15	9%	63	38%	80	48%	4.30
3.	Z1.3.1	0	0%	6	4%	22	13%	58	35%	79	48%	4.27
4.	Z1.4.1	0	0%	6	4%	14	8%	66	40%	79	48%	4.32
5.	Z1.5.1	2	1%	2	1%	13	8%	64	39%	84	51%	4.37

Data diolah oleh peneliti 2025.

Hasil analisis pada table diatas menunjukkan bahwa nilai rata rata tertinggi didapatkan oleh indicator Z1.5.1 yaitu dengan nilai rata rata 4.37 yang menjelaskan mengenai berfikir reflektif. Sedangkan untuk nilai rata rata terendah adalah 4.27 dalam variabel ini nilai rata rata itu didapatkan oleh Z1.1.1 dan Z1.3.1 yaitu tentang analisis dan juga inferensi.

4. Keterampilan 4C, *Communication*

Variabel *Communication* (Z2) memiliki 6 indikator, yaitu proses penyampaian pesan (Z2.1), kemampuan menyampaikan ide (Z2.2), sub-keterampilan Bahasa (Z2.3), interaksi dalam kolaborasi (Z2.4), membangun persepsi yang sama (Z2.5), dan feedback (Z2.6).

**Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Penelitian Keterampilan 4C,
Communication (Z2)**

NO	ITEM	STS		TS		N		S		SS		RATA RATA
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Z2.1.1	2	1%	6	4%	14	8%	66	40%	79	48%	4.32
2.	Z2.2.1	3	2%	12	7%	14	8%	52	32%	84	51%	4.22
3.	Z2.3.1	3	2%	8	5%	9	5%	56	34%	89	54%	4.33
4.	Z2.4.1	4	2%	4	2%	15	9%	63	38%	79	48%	4.28
5.	Z2.5.1	3	2%	7	4%	10	6%	64	39%	81	49%	4.28
6.	Z2.6.1	3	2%	8	5%	6	4%	64	39%	84	51%	4.32

Data diolah oleh peneliti 2025.

Pada data diatas nilai rata rata tertinggi didapatkan oleh indicator tentang keterampilan dan juga Bahasa disimbolkan dengan indicator Z2.3.1 dengan nilai 4.33, sedangkan untuk nilai rata rata terendah adalah indicator Z2.2.1 dengan nilai rata rata 4.22 yang menjelaskan tentang kemampuan seseorang dalam menyampaikan ide.

5. Keterampilan 4C, *Collaboration*

Collaboration (Z3) memiliki 6 indikator, yaitu Kerja Sama (Z3.1), komunikasi yang efektif (Z3.2), penghargaan terhadap keragaman (Z3.3), fleksibilitas dan kesiapan membantu (Z3.4), tanggung jawab bersama (Z3.5), dan negoisasi serta advokasi (Z3.6).

Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Penelitian Keterampilan 4C, *Collaboration* (Z3)

NO	ITEM	STS		TS		N		S		SS		RATA RATA
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Z3.1.1	6	4%	5	3%	13	8%	74	45%	67	41%	4.15
2.	Z3.2.1	5	3%	9	5%	8	5%	69	42%	74	45%	4.18
3.	Z3.3.1	5	3%	6	4%	12	7%	47	28%	95	58%	4.13
4.	Z3.4.1	4	2%	9	5%	8	5%	72	44%	72	44%	4.21
5.	Z3.5.1	7	4%	6	4%	9	5%	60	36%	83	50%	4.20
6.	Z3.6.1	4	2%	8	5%	16	10%	45	27%	92	56%	4.29

Data diolah oleh peneliti 2025.

Dari data yang disediakan nilai rata rata tertinggi didapat oleh indicator Z3.6.1 dengan nilai 4.29 indikator ini menjelaskan tentang negosiasi dan advkasi, sedangakn nilai rata rata terendah didapatkan oleh indicator Z3.3.1 dengan nilai rata rata 4.13 indikator ini mewakili pernyataan mengenai penghargaan terhadap keberagaman.

6. Keterampilan 4C, *Creativity*

Variabel *Creativity* memiliki 5 indikator, yaitu progress kognitif (Z4.1) divergent thinking (Z4.2), elemen kreativitas (Z4.3), pengalaman dan pembelajaran (Z4.4), dan keterampilan kolaboratif (Z4.5).

Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Penelitian Keterampilan 4C, *Creativity* (Z4)

NO	ITEM	STS		TS		N		S		SS		RATA RATA
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Z4.1.1	5	3%	9	5%	11	7%	55	33%	85	52%	4.27
2.	Z4.2.1	5	3%	10	6%	14	8%	55	33%	81	49%	4.21
3.	Z4.3.1	5	3%	8	5%	12	7%	69	42%	71	43%	4.19
4.	Z4.4.1	5	3%	12	7%	9	5%	60	36%	79	48%	4.19
5.	Z4.5.1	6	4%	6	4%	13	8%	54	33%	86	52%	4.25

Data diolah oleh peneliti 2025.

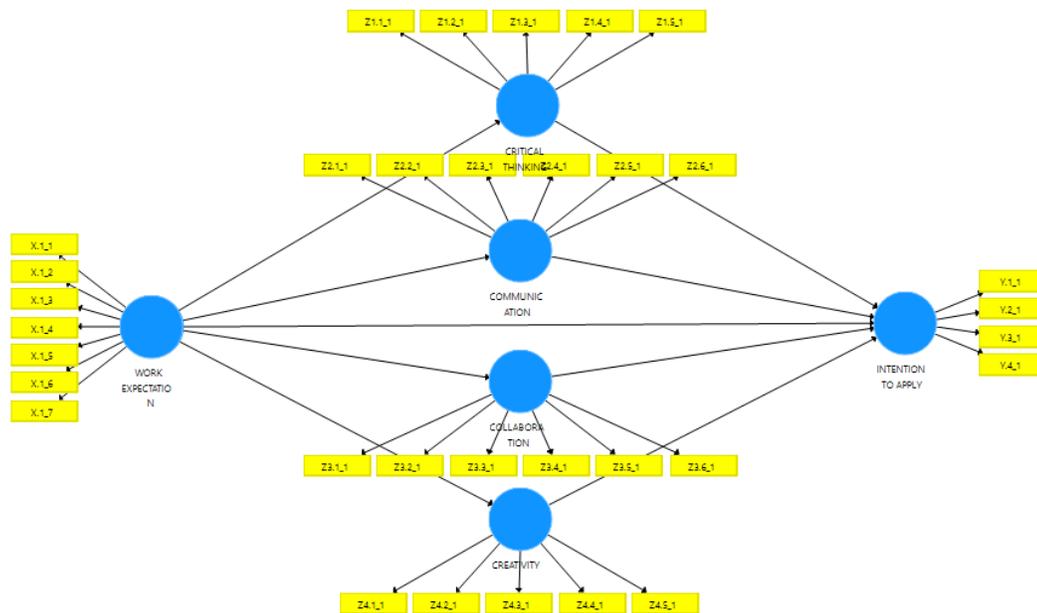
Dari data yang telah disediakan menunjukkan bahwa nilai rata rata tertinggi didapatkan oleh indicator Z4.1.1 dengan nilai interval 4.27, indikator ini mewakili pernyataan mengenai progress kognitif. Sedangkan nilai rata rata terendah didapatkan oleh indicator Z4.3.1 dan Z4.4.1 dengan nilai rata rata 4.19 indikator ini mewakili pernyataan kreativitas dan pengalaman dan pembelajaran.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Model Partial least Square (PLS)

Berikut adalah model Partial Least Square (PLS) yang didapatkan oleh peneliti dengan judul yang diambil oleh peneliti adalah Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* dengan Keterampilan 4C sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Gen Z di Kota Malang.

Gambar 4. 1 Figure Model



Output Smart PLS: Data diolah oleh peneliti 2025

Model akhir dari penelitian inimenunjukkan bahwa variabel ekspetasi kerja (X) memiliki 7 indikator, variabel *intention to apply* (Y) memiliki 4 indikator. Sedangkan untuk variabel Z yaitu keterampilan 4C dibagi menjadi 4 sub-variabel, Z1 variabel *critical thinking* memiliki 5 indicator, untuk variabel Z2 yaitu *communication* memiliki 6 indikator, sedangkan variabel *collaboration* yaitu variabel Z3 memiliki 6 indikator, dan yang terakhir adalah variabel *creativity* (Z4) memiliki 5 indikator.

4.2.2 Model Pengukuran (Outer Model)

1. Uji Convergent Validity

Uji convergent validity dilakukan dengan melihat nilai outer loading dari setiap item pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti. Sebuah pernyataan

dikatakan valid apabila nilai outer loading > 0,7. Berikut nilai outer loading dari masing masing item dari pernyataan dalam penelitian ini:

Tabel 4. 10 Outer loading

	<i>Collaboration</i>	<i>Communication</i>	<i>Creativity</i>	<i>Critical thinking</i>	<i>Intention to Apply</i>	<i>Work Expectation</i>
X.1_1						0.867
X.1_2						0.898
X.1_3						0.878
X.1_4						0.916
X.1_5						0.834
X.1_6						0.896
X.1_7						0.889
Y.1_1					0.899	
Y.2_1					0.880	
Y.3_1					0.899	
Y.4_1					0.914	
Z1.1_1				0.800		
Z1.2_1				0.787		
Z1.3_1				0.781		
Z1.4_1				0.816		
Z1.5_1				0.830		
Z2.1_1		0.827				
Z2.2_1		0.820				
Z2.3_1		0.841				
Z2.4_1		0.852				
Z2.5_1		0.851				
Z2.6_1		0.826				
Z3.1_1	0.891					
Z3.2_1	0.879					
Z3.3_1	0.903					
Z3.4_1	0.869					
Z3.5_1	0.876					
Z3.6_1	0.869					
Z4.1_1			0.913			
Z4.2_1			0.900			
Z4.3_1			0.897			
Z4.4_1			0.911			
Z4.5_1			0.907			

Output Smart PLS, Data diolah oleh peneliti 2025.

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel, seluruh nilai *outer*

loading untuk setiap item pernyataan yang merepresentasikan indikator berada di atas angka 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam pengukuran variabel memiliki validitas indikator yang baik dan dapat dinyatakan valid dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

2. Uji Diskriminant Validity

Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai *cross loading* dari masing-masing indikator terhadap konstruk yang diukur. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila setiap indikator memiliki nilai *cross loading* yang lebih tinggi terhadap variabel yang diwakilinya dibandingkan dengan variabel lain, dengan ambang batas nilai lebih dari 0,50. Adapun nilai *cross loading* untuk masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 11 Cross Loading

	<i>Collaboration</i>	<i>Communication</i>	<i>Creativity</i>	<i>Critical thinking</i>	<i>Intention to Apply</i>	<i>Work Expectation</i>
X.1 1	0.422	0.349	0.328	0.328	0.525	0.867
X.1 2	0.482	0.418	0.349	0.341	0.544	0.898
X.1 3	0.437	0.401	0.407	0.367	0.522	0.878
X.1 4	0.466	0.383	0.384	0.430	0.556	0.916
X.1 5	0.363	0.400	0.301	0.352	0.499	0.834
X.1 6	0.467	0.379	0.391	0.402	0.545	0.896
X.1 7	0.451	0.418	0.418	0.390	0.543	0.889
Y.1 1	0.496	0.552	0.472	0.524	0.899	0.546
Y.2 1	0.491	0.472	0.488	0.547	0.880	0.543
Y.3 1	0.452	0.580	0.488	0.513	0.899	0.517
Y.4 1	0.568	0.521	0.555	0.538	0.914	0.565
Z1.1 1	0.265	0.297	0.335	0.800	0.424	0.326
Z1.2 1	0.318	0.294	0.350	0.787	0.497	0.355
Z1.3 1	0.286	0.324	0.411	0.781	0.455	0.344
Z1.4 1	0.322	0.246	0.287	0.816	0.465	0.315

Z1.5 1	0.391	0.295	0.303	0.830	0.522	0.357
Z2.1 1	0.398	0.827	0.548	0.302	0.509	0.413
Z2.2 1	0.281	0.820	0.480	0.284	0.451	0.403
Z2.3 1	0.370	0.841	0.460	0.320	0.471	0.342
Z2.4 1	0.388	0.852	0.544	0.330	0.522	0.363
Z2.5 1	0.285	0.851	0.517	0.328	0.506	0.350
Z2.6 1	0.387	0.826	0.453	0.254	0.504	0.355
Z3.1 1	0.891	0.381	0.388	0.366	0.552	0.475
Z3.2 1	0.879	0.347	0.382	0.358	0.482	0.402
Z3.3 1	0.903	0.399	0.379	0.381	0.527	0.490
Z3.4 1	0.869	0.390	0.397	0.291	0.464	0.436
Z3.5 1	0.876	0.341	0.391	0.323	0.453	0.375
Z3.6 1	0.869	0.365	0.413	0.372	0.469	0.457
Z4.1 1	0.385	0.526	0.913	0.361	0.485	0.358
Z4.2 1	0.416	0.558	0.900	0.390	0.527	0.438
Z4.3 1	0.411	0.496	0.897	0.353	0.480	0.340
Z4.4 1	0.398	0.594	0.911	0.437	0.539	0.401
Z4.5 1	0.400	0.532	0.907	0.349	0.489	0.348

Output Smart PLS, Data diolah oleh peneliti 2025.

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa nilai cross loading di setiap indicator suatu variabel memiliki nilai yang lebih tinggi dari dari indicator variabel lain. Dengan hasil tersebut, dapat dikatakan indicator dari setiap variabel dapat dikatakan valid.

3. Uji *Composite Reliability*

Uji *composite reliability* dilakukan dengan membandingkan nilai *composite reliability* dari setiap indikator yang mengukur variabel tersebut. Suatu variabel dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *composite reliability*-nya lebih dari 0,7. Berikut ini adalah nilai *composite reliability* untuk masing-masing variabel.

Tabel 4. 12 *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Collaboration</i>	0.954	Reliabel
<i>Communication</i>	0.933	Reliabel
<i>Creativity</i>	0.958	Reliabel
<i>Critical Thinking</i>	0.901	Reliabel
<i>Intention To Apply</i>	0.943	Reliabel
<i>Work Expectation</i>	0.961	Reliabel

Output Smart PLS, Data diolah oleh peneliti 2025.

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa nilai composite reliability dari setiap variabel di atas 0.7, maka seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

4.2.3 Model Structural (*Inner Model*)

Setelah melakukan pengujian pada model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator, langkah berikutnya adalah menguji model struktural (*inner model*). Model struktural ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau korelasi antar konstruk, nilai signifikansi, serta nilai R-square. Uji kelayakan model dilakukan dengan melihat nilai R-square dari variabel laten terhadap variabel dependen, yang menunjukkan seberapa baik model tersebut mampu menjelaskan varians variabel terikat dalam penelitian.

Tabel 4. 13 R-square

Variabel	R Square
<i>Collaboration</i>	0.251
<i>Communication</i>	0.198
<i>Creativity</i>	0.175
<i>Critical thinking</i>	0.179
<i>Intention to apply</i>	0.618

Output Smart PLS, Data diolah oleh peneliti 2025.

Setelah melakukan uji pada nilai R-square, maka tahap selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah menghitung nilai F-square. Uji ini dilakukan untuk mengukur efek dari variabel laten terhadap peningkatan R-square pada variabel dependen.

Tabel 4. 14 F-Square

Variabel	F Square
<i>Collaboration</i>	0.335
<i>Communication</i>	0.256
<i>Creativity</i>	0.213
<i>Critical thinking</i>	0.219

Output Smart PLS, Data diolah oleh peneliti 2025

4.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam model struktural (inner model) dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dalam penelitian. Dalam pendekatan PLS-SEM, pengujian ini mencakup dua jenis hubungan, yaitu pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan korelasi antar variabel laten berdasarkan nilai *path coefficient*. Penilaian signifikansi dilakukan dengan mengacu pada nilai *t-statistic* dan *p-value*, di mana hipotesis dianggap signifikan apabila *p-value* kurang dari 0,05. Proses ini dilakukan melalui teknik *bootstrapping*, yang menghasilkan distribusi empiris dari estimasi parameter. Hasil pengujian diperoleh dari output jalur (*path coefficient*) dan nilai *indirect effect* yang tersedia dalam hasil analisis.

a. Hubungan Langsung (*Direct Effect*)

Berikut hasil *bootstrapping* yang telah dilakukan:

Tabel 4. 15 Direct Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
WORK EXPECTATION -> INTENTION TO APPLY	0.243	0.262	0.106	2.296	0.011

Output Smart PLS, Data diolah oleh peneliti 2025.

H1 Hubungan Antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply*

Berdasarkan table 4.13, maka dapat dijelaskan bahwa variabel Ekspetasi Kerja berpengaruh secara **positif dan signifikan** terhadap *Intention to apply*. Dengan nilai path coefficient sebesar 0.243 angka tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara ekspetasi kerja dan *intention to apply*. Untuk nilai T-statistik sebesar 2.211 nilai ini > 1.96 nilai ini mengindikasikan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Sedangkan nilai P-value sebesar 0.014 mendukung kesimpulan bahwa hubungan antara ekspetasi kerja dan *intention to apply* ini signifikan. Dengan demikian **H1 Diterima**.

b. Hubungan Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Berikut hasil *bootstrapping* yang telah dilakukan:

Tabel 4. 16 Hasil Uji *Indirect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
WORK EXPECTATION -> COLLABORATION -> INTENTION TO APPLY	0.087	0.079	0.051	1.716	0.043
WORK EXPECTATION -> COMMUNICATION -> INTENTION TO APPLY	0.105	0.098	0.049	2.128	0.017
WORK EXPECTATION -> CREATIVITY -> INTENTION TO APPLY	0.05	0.049	0.039	1.294	0.098
WORK EXPECTATION -> CRITICAL THINKING -> INTENTION TO APPLY	0.12	0.114	0.057	2.1	0.018

H2 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *Critical thinking*

Pada table diatas hubungan antara variabel ekspetasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *critical thinking* mereka memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Pada hubungan ini nilai path coefficient sebesar 0.120 juga menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan. Dengan nilai T-statistik sebesar 2.055 dan P-value sebesar 0.020. Dengan demikian **H2 Diterima.**

H3 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *communication*

Hubungan yang dimiliki oleh variabel ekspektasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *communication* memiliki pengaruh yang **positif dan juga signifikan**. Hal tersebut diperkuat dengan nilai path coefficient sebesar 0.105 nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang positif. Untuk nilai T-statistik nya sendiri memiliki nilai sebesar 2.300 dan P-value sebesar 0.011 nilai tersebut menjelaskan bahwa pengaruh *communication* sebagai Indirect effect signifikan secara statistic. Dengan demikian **H3 Diterima**.

H4 Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *collaboration*

Dalam table tersebut juga dijelaskan hubungan antara variabel ekspektasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *collaboration*, table tersebut menjelaskan bahwa hubungan mereka memiliki pengaruh yang **positif dan signifikan**. Hal ini secara tidak langsung dijelaskan melalui angka yang tertera yaitu nilai path coefficient mereka yang mencapai 0.087 dan nilai T-statistik sebesar 1.307 beserta nilai P-value sebesar 0.038 nilai tersebut menjelaskan bahwa hubungan mereka cukup signifikan meskipun efeknya lebih kecil apabila dibandingkan dengan hubungan lain yang signifikan. Dengan demikian **H4 Diterima**.

H5 Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *creativity*

Untuk hubungan yang terakhir adalah ekspektasi kerja dan *intention to apply* melalui *creativity*, hubungan ini satu satunya yang hasilnya **tidak**

signifikan tetapi masih positif. Nilai path coefficient mereka sebesar 0.050 sedangkan nilai T-statistik mereka sebesar 1.307 dan untuk nilai P-value mereka sebesar 0.096 nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kreatifitas sebagai Indirect effect tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian **H5 Ditolak.**

4.3 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka pada tahap ini adalah bagian dari pembahasan mengenai hubungan antar variabel yang telah peneliti hipotesiskan sebelumnya.

4.3.1 Hubungan Antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply*

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Variabel Ekspetasi Kerja berpengaruh dan signifikan terhadap *Intention to apply*, dengan nilai path coefficient sebesar 0,243. Nilai tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Tingkat ekspetasi kerja seorang individu terhadap suatu pekerjaan, maka semakin tinggi pula niat untuk melamar pekerjaan tersebut. Dapat diartikan Ketika seseorang merasa bahwa suatu pekerjaan sesuai dengan harapan mereka, seperti gaji yang sesuai, lingkungan kerja yang nyaman, dan jam kerja yang fleksibel maka individu tersebut cenderung lebih terdorong untuk mengajukan lamaran. Ketika seseorang merasa bahwa pekerjaan tersebut memenuhi harapan mereka seperti gaji yang sesuai, lingkungan yang nyaman, jenjang karir yang terarah maka mereka lebih terdorong untuk mengajukan lamaran.

Selain itu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti muncul nilai T-statistic sebesar 2,211 nilai tersebut lebih besar dari nilai yang telah ditetapkan, hal tersebut secara tidak langsung menjelaskan bahwa hubungan antara ekspektasi kerja dan *intention to apply* adalah signifikan secara statistik. Hasil tersebut juga didukung oleh P-value yang bernilai 0,014 nilai dibawah ambang signifikansi. Kedua nilai tersebut mendukung Kesimpulan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh yang nyata terhadap niat seseorang untuk melamar sebuah pekerjaan, hal tersebut terbukti secara statistik.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan salah satu teori yang cukup dikenal yaitu teori harapan yang dikemukakan oleh Vroom pada tahun 1964 teori tersebut menyatakan bahwa seseorang terdorong bertindak jika mereka percaya bahwa usaha mereka akan menghasilkan kinerja yang baik. Dalam hal ini, jika seseorang meyakini bahwa suatu pekerjaan sesuai dengan yang mereka harapkan maka niat untuk melamar pekerjaan tersebut akan semakin kuat. Sama halnya juga dengan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar penelitian yaitu *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 1991, dalam konteks ini faktor yang mewakili adalah sikap terhadap perilaku dari TPB semakin positif sikap seseorang terhadap perilaku tertentu maka semakin besar kemungkinan seseorang tersebut memiliki niat untuk melakukannya. Yang artinya apabila seseorang mengharapkan sebuah pekerjaan yang baik maka niat untuk melamar akan semakin besar.

Selain itu ada beberapa penelitian terdahulu yang mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Salah satu penelitian yang menganalisis data dari 350 mahasiswa Tingkat akhir di Indonesia menggunakan SEM-PLS. hasilnya menunjukkan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention to apply*. beberapa aspek yang menjadi penentu utama adalah jaminan Kesehatan, manajemen yang suportif, dan keamanan kerja (Rani *et al.*, 2022). Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Ngoc *et al.*, 2022 studi yang dilakukan di Vietnam ini menemukan bahwa ekspektasi kerja terhadap atribut simbolik seperti etika, suasana kantor dan juga terhadap simbolik seperti gaji maupun fasilitas secara langsung mempengaruhi niat melamar suatu pekerjaan di kalangan Gen Z. Sama halnya dengan yang penelitian yang dilakukan oleh Khan. 2024 meskipun penelitian tersebut berfokus pada employer branding, penelitian tersebut menyatakan bahwa lingkungan kerja dalam konteks branding sebuah company berperan meningkatkan minat seseorang untuk melamar pekerjaan, terutama di kalangan mahasiswa generasi muda.

Selain didukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to apply*, pandangan tersebut juga sejalan dengan nilai nilai yang terkandung dalam ajaran islam. Hal tersebut terkandung pada QS An-Najm ayat 39-42 dalam tafsir yang diungkapkan oleh Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A. Dalam podcast tersebut, ustadz Firanda membahas bahwa manusia hanya akan mendapatkan hasil dari apa yang telah diusahakannya, dan menekankan pentingnya usaha untuk mencapai

sebuah tujuan hidup. Hal tersebut relevan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh ekspektasi kerja terhadap niat melamar sebuah pekerjaan. Berikut adalah QS An- Najm ayat 39-42.

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ۚ ۃ٣٩ وَأَنْ سَعْيُهُ سَوْفَ يُرَىٰ ۚ ۃ٤٠ ثُمَّ
يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ ۚ ۃ٤١ وَأَنْ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ۚ ۃ٤٢

Artinya: “Bahwa setiap manusia hanya akan mendapatkan apa yang telah ia usahakan, dan usaha itu kelak akan diperlihatkan kepadanya. Kemudian, ia akan menerima balasan yang paling adil dan sempurna, serta pada akhirnya, segala sesuatu akan kembali kepada Tuhanmu.”

4.3.2 Hubungan antara Ekspektasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *Critical thinking*

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa *Critical thinking* yang merupakan bagian dari keterampilan 4C berperan sebagai variabel mediasi yang memiliki tugas memperkuat hubungan antara ekspektasi kerja dan juga *intention to apply*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *critical thinking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap hubungan antara ekspektasi kerja dan juga *intention to apply* didukung dengan nilai path coefficient sebesar 0.120 nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara ekspektasi kerja dan juga *intention to apply* tetap positif meskipun melalui peran mediasi dari *critical thinking*.

Selain itu nilai T-statistik sebesar 2.055 yang lebih besar dari nilai standart 1.96 pada taraf signifikan 5% serta nilai P-value sebesar 0.020 yang berada dibawah batas 0.05, nilai tersebut semakin menguatkan hubungan tersebut secara statistic,

hal tersebut menyatakan hubungan tersebut signifikan secara statistic. Dengan kata lain *critical thinking* bukan hanya sekedar hadir sebagai variabel mediasi, tetapi juga memperkuat hubungan antara ekspetasi kerja terhadap intention to apply.

Temuan ini menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki ekspetasi kerja yang tinggi disertai dengan kemampuan *critical thinking* yang baik, maka cenderung memiliki *intention to apply* yang tinggi. Dari kemampuan berpikir kritis sendiri memungkinkan seseorang untuk menganalisis, mengevaluasi, serta mempertimbangkan informasi berdasarkan objektifnya. Dengan begitu pengambilan keputusan melamar sebuah pekerjaan menjadi lebih terarah. Selain itu secara teoritis hasil ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen 1991, dimana niat seseorang untuk melakukan sesuatu tidak hanya dipengaruhi oleh ekspetasi maupun harapan, tetapi juga oleh pengetahuan kognitif yang dimiliki untuk mengelolah informasi serta mendapatkan Keputusan yang rasional.

Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa ekspetasi kerja yang tinggi akan lebih efektif mendorong niat melamar kerja apabila seseorang tersebut memiliki kemampuan berpikir kritis yang baik. Statetment tersebut didukung beberapa penelitian salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Okatege *et al.*, 2022 penelitian tersebut menemukan bahwa critical psychological states memediasi hubungan antara kecocokan individu pekerjaan dan intensi keluar dari pekerjaan. meskipun focus mereka pada intention to leave, tetapi konsep mediasi oleh factor

psikologi yang didalamnya termasuk berpikir kritis sangat relevan dengan konteks melamar pekerjaan.

Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Ates, Erdal, & Harmanci Seren, 2023, penelitian mereka menunjukkan berpikir kritis memiliki korelasi yang positif dan juga signifikan terhadap performa kerja, dan kemampuan berpikir kritis dapat memprediksi kemampuan berpikir kritis lebih efektif dalam pengambilan sebuah Keputusan terkait karier, termasuk juga dalam merespon tentang ekspektasi kerja seseorang. Selain itu ada juga penelitian lain menyatakan bahwa *critical thinking* berperan sebagai mediator yang signifikan antara kepribadian individu dan performa kerja. Hal ini mendukung bahwa berpikir kritis bukan hanya berdampak langsung, tetapi juga menjembatani faktor faktor kepribadian atau ekspektasi terhadap hasil dari perilaku seperti *intention to apply* (Supramaniam *et al.*, 2024).

Selain beberapa hasil dari penelitian terdahulu ada ayat al quran yang mendukung hubungan antara ekspektasi kerja dan *intention to apply* dengan *critical thinking* sebagai mediator. Hal tersebut dijelaskan pada QS Ali Imran ayat 190-191, ayat tersebut menjelaskan pentingnya menggunakan akal untuk merenungi ciptaan Allah, yang merupakan dasar dari berpikir kritis. Dalam konteks penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kemampuan berpikir kritis dapat membantu individu mengevaluasi ekspektasi kerja secara mendalam sebelum memutuskan untuk melamar sebuah pekerjaan.

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولَى الْأَلْبَابِ
 ۱۹۰ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ
 السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطِيلاً سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ
 ۱۹۱

Artinya: “Sesungguhnya penciptaan langit dan bumi serta pergantian malam dan siang merupakan tanda-tanda bagi orang-orang yang memiliki akal. Mereka adalah orang-orang yang selalu mengingat Allah, baik saat berdiri, duduk, maupun berbaring, dan mereka merenungkan penciptaan langit dan bumi sambil berdoa, “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini dengan sia-sia. Maha Suci Engkau, maka lindungilah kami dari siksa neraka.”.

4.3.3 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *communication*

Untuk hubungan yang ekspetasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *communication* memiliki hasil yang positif dan signifikan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil path coefficient sebesar 0.105, nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang positif antara ekspetasi kerja terhadap *intention to apply* yang dimediasi oleh *communication*. Selain itu nilai T-statistik sebesar 2.300 dan juga nilai P-value sebesar 0.011, menandakan bahwa pengaruh tidak langsung atau indirect effect melalui *communication* tersebut signifikan secara statistic. Yang artinya Ketika seorang individu memiliki ekspetasi yang tinggi dan juga didukung dengan komunikasi yang baik dan juga efektif, maka niat seseorang tersebut untuk melamar suatu pekerjaan akan semakin kuat.

Komunikasi sendiri dalam hal ini dapat dimaknai sebagai proses penyampaian suatu informasi secara jelas, terbuka dan juga transparan. Ketika ekspetasi seorang individu terhadap suatu pekerjaan selaras dengan informasi yang

mereka dapatkan melalui komunikasi yang baik antara Perusahaan dan juga pelamar maka akan meningkatkan niat melamar dari seseorang tersebut. Selain itu temuan ini sejalan dengan salah satu teori yaitu teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh ... pada tahun ... menyatakan bahwa persepsi seorang individu terhadap nilai suatu Pekerjaan dipengaruhi oleh kualitas informasi yang mereka terima. Kualitas komunikasi yang baik dapat membantu manajemen mengatasi kesenjangan antara ekspektasi kerja terhadap realitas pekerjaan yang telah ditawarkan sehingga dapat memperkuat niat seorang individu untuk melamar pekerjaan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sejalan dengan temuan tersebut, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Rani *et al.*, 2022 penelitian tersebut menunjukkan bahwa ekspektasi kerja dari generasi Z memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. komunikasi yang disampaikan melalui social media menjadi saluran utama untuk membangun branding dari Perusahaan tersebut yang dimana pada akhirnya memediasi pengaruh ekspektasi terhadap *intention to apply*. ada juga penelitian yang dilakukan oleh Bharadwaj, 2023 dalam studinya menemukan bahwa komunikasi berbasis media social dan ulasan daring mampu memperkuat employer branding dan berdampak langsung terhadap niat melamar seseorang.

Selain itu ada ayat alquran yang mendukung temuan yang dilakukan oleh peneliti hal tersebut dijelaskan dalam QS. Al Baqarah ayat 263 dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa pentingnya komunikasi yang baik dalam interaksi social,

termasuk dalam konteks profesional. Komunikasi yang baik dan penuh perhatian dapat membantu image yang positif terhadap suatu pekerjaan maupun sebuah organisasi, sehingga mempengaruhi niat untuk melamar sebuah pekerjaan.

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَدَىٰ ۖ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ ﴿٢٦٣﴾

Artinya: “Ucapan yang baik dan sikap memaafkan lebih mulia dibandingkan sedekah yang disertai dengan perbuatan menyakiti. Allah Maha Kaya dan Maha Pengasih.”

4.3.4 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *collaboration*

Dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa variabel *collaboration* memediasi hubungan antara ekspetasi kerja dan *intention to apply* secara positif dan signifikan, meskipun dengan kekuatan pengaruh yang relative rendah dibandingkan mediator lainnya. Hal tersebut diperkuat dengan nilai path coefficient sebesar 0.087, hal tersebut menjelaskan adanya hubungan yang positif antara ekspetasi kerja dan niat melamar pekerjaan yang dimediasi oleh kolaborasi. Selanjutnya nilai dari T-statistik sebesar 1.307 menunjukkan bahwa meskipun berada sedikit di bawah nilai kritis 1.96, sedangkan untuk nilai P-value sebesar 0.038, yang berada di bawah batas signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa untuk menyatakan bahwa hubungan ini signifikan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kolaborasi sebagai mediator bersifat cukup signifikan terhadap statistik, meskipun efeknya cukup lemah apabila dibandingkan dengan variabel mediasi lain seperti *critical thinking* dan *communication*.

Selain itu secara teoritis, kolaborasi dalam dunia kerja ,encerminkan

kemampuan individu untuk kerja sama dalam tim, menyelesaikan tugas Bersama dengan baik, dan menciptakan sinergi yang positif dalam sebuah tim. Ekspetasi kerja terhadap budaya kerja yang kolaboratif dapat memperkuat niat seseorang untuk melamar pekerjaan dalam organisasi tersebut. Temuan tersebut juga sejalan dengan teori emotional intelligent yang dikemukakan oleh Daniel Goleman tahun 1995 dimana nilai nilai interpersonal seperti kolaborasi dapat menjadi penarik tersendiri bagi pencari kerja, terutama generasimuda yang cenderung menaruh nilai tinggi pada kerja sama tim, fleksibilitas, dan hubungan social dalam pekerjaan.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kolaborasi memiliki peran yang signifikan dalam menjembatani seseorang yang memiliki ekspetasi terhadap pekerjaan dengan niatnya untuk melamar sebuah pekerjaan. ada beberapa jurnal terdahulu yang mendukung temuan ini. Fernandes *et al.*, 2022 menemukan bahwa kolaborasi professional memiliki pengaruh signifikan sebagai mediator, khususnya antara kepemimpinan transformasional dan juga kepuasan kerja. Meskipun focus utama mereka bukan pada ekspetasi kerja, hasilnya menunjukkan mendukung peran kolaborasi sebagai jembatan antara pandangan seorang individu terhadap lingkungan kerja asat sikap atau niat mereka.

Selain itu ada studi dari Ara *et al.*, 2024 dimana dalam studinya mereka menyoroti pentingnya kolaborasi social dalam proses pencarian kerja. Hasilnya menunjukkan bahwa seseorang yang melibatkan dukungan kolaboratif dari lingkungan social lebih sukses dalam membentuk Keputusan karier, termasuk niat melamar. Studi ini menguatkan bahwa kolaborasi memiliki peran mediasi antara

harapan kerja dan Tindakan nyata. Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan Illorenta- Alonso & Topa, 2019 juga membuktikan bahwa job crafting kolaborasi secara tidak langsung mempengaruhi kepuasan kerja melalui keterlibatan kerja.

Tak menghilangkan nilai keislamannya hubungan ini juga didukung oleh ayat alquran, dijelaskan pada surat At taubah ayat 105, dimana ayat tersebut mendukung temuan bahwa kolaborasi memediasi hubungan antara ekspetasi kerja dan niat seseorang melamar pekerjaan.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ١٠٥

Artinya: Dan Katakanlah: “Lakukanlah pekerjaanmu dengan sungguh-sungguh, karena Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang beriman akan menyaksikan apa yang kamu lakukan. Kemudian, kamu akan kembali kepada Allah yang Maha Mengetahui segala sesuatu yang tersembunyi maupun yang nampak, dan Dia akan memberitahukan kepadamu apa yang telah kamu kerjakan.”

4.3.5 Hubungan antara Ekspetasi Kerja dan *Intention to apply* yang Dimediasi dengan *creativity*

Untuk hubungan terakhir dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada hubungan ekspetasi kerja dan *intention to apply* yang dimediasi oleh *creativity* menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistic. Meskipun arah pengaruhnya tetap positif. Nilai path coefficient nya sebesar 0.050 mengindikasikan bahwa terdapat kecenderungan pengaruh ekspetasi kerja terhadap niat melamar melalui kreativitas, namun pengaruh ini sangat lemah. Hal ini diperkuat dengan nilai T-statistik sebesar 1.307 yang berada di bawah batas minimum untuk taraf signifikansi, dan nilai P-value sebesar 0.096 yang lebih tinggi dari ambang batas

0.05. maka secara statistic kreatifitas tidak berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara ekspetasi kerja dan niat melamar kerja.

Temuan yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kreatifitas merupakan salah satu kualitas penting dalam dunia kerja modern, ia belum tentu menjadi factor penentu utama dalam mempengaruhi niat seseorang untuk melamar pekerjaan. bisa jadi dalam tahap awal individu lebih mendahulukan aspek nyata seperti fleksibilitas pekerjaan, gaji, lingkungan kerja, komunikasi, kolaborasi. Kreativitas sendiri lebih banyak berperan dalam tahap peningkatan performa dalam dunia kerja. Dengan demikian, meskipun kreatifitas merupakan elemen penting dalam pengembangan karier jangka Panjang, tetapi tidak cukup kuat untuk memediasi hubungan antara ekspetasi kerja dan *intention to apply* secara signifikan.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Tongchapasit & Ariyabuddhiphongs, 2016 menunjukkan bahwa penelitian yang mereka lakukan kreatifitas tidak secara langsung memediasi niat untuk bertahan atau keluar dari pekerjaan. mereka juga menunjukkan bahwa kreatifitas bukan satu satunya factor penentu Keputusan karier seseorang. Selain itu penelitian dari Lim & Yang, 2023 menemukan bahwa kreatifitas berperan sebagai mediator antara gairah kerja dan niat berwirausaha, bukan niat untuk melamar sebuah pekerjaan. studi ini menunjukkan bahwa peran kreatifitas lebih menonjol dalam konteks inovatif atau mandiri, bukannya dalam tahap awal seperti melamar pekerjaan.

Selain itu ayat alquran yang sesuai dengan temuan tersebut iwakili melalui QS Al Baqarah 269, dalam Tafsir Misbah yang ditulis oleh Quraish Shihab menjelaskan bahwa hikmah mencakup kreatifitas dalam berpikir dan bertindak, namun tidak langsung berdampak pada Tindakan pragmatis seperti niat melamar.

يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ ۚ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا ۗ وَمَا يَذَّكَّرُ
إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ ۚ ٢٦٩

Artinya: "Allah memberikan hikmah, yaitu pemahaman mendalam tentang Al-Qur'an dan As-Sunnah, kepada siapa saja yang Dia kehendaki. Barang siapa yang diberi hikmah, maka sesungguhnya dia telah menerima karunia yang besar. Hanya orang-orang yang berakal yang mampu mengambil pelajaran dari firman Allah."

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Ekspetasi kerja membantu meningkatkan niat seseorang melamar pekerjaan. sesuai dengan hasil dari penelitian ini semakin tinggi harapan seseorang seperti harapan terhadap gaji, lingkungan kerja, dan kesempatan kerja maka semakin besar pula keinginann mereka untuk melamar sebuah pekerjaan.
2. Kemampuan *critical thinking* membuat pengaruh ekspetasi kerja terhadap *intention to apply* menjadi lebih kuat. Seseorang yang mampu menganalisis informasi sebuah pekerjaan dengan baik dan rasional akan lebih yakin dalam mengambli Keputusan untuk melamar sebuah pekerjaan.
3. *Communication* menjadi salah satu aspek dari keterampilan 4C, berdasarkan hasil penelitian diatas komunikasi yang jelas dan efektif dari organisasi atau lingkungan sekitar membantu niat melamar menjadi lebih kuat dikarenakan ekspetasi kerja. Informasi yang mudah dipahami membuat calon pelamar lebih percaya dan tertarik untuk melamar di Perusahaan tersebut.
4. Kerjasama tim yang baik di dalam lingkungan kerja juga mendukung niat melamar. Bagi Sebagian orang, yang utamanya Gen Z suasana kerja yang ramah dan kolaboratif menjadi alasan tambahan untuk ingin bergabung dalam Perusahaan tersebut.

5. Kreatifitas mungkin memiliki peran dalam proses melamar sebuah pekerjaan, tapi dalam penelitian ini pengaruh dari kreativitas tidak cukup untuk memperkuat hubungan antara ekspektasi kerja dan niat melamar. Kreativitas lebih memiliki peran dalam pengembangan karier dan inovasi di masa depan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh ekspektasi kerja terhadap niat melamar pekerjaan (*intention to apply*) dengan mediasi *critical thinking*, *communication*, *collaboration*, dan *creativity* pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang, maka saran-saran berikut dapat diberikan:

1. Untuk Mahasiswa Gen Z sebagai Calon Pencari Kerja

Mahasiswa Gen Z diharapkan lebih aktif dalam mengembangkan ekspektasi kerja yang realistis, sesuai dengan kondisi pasar kerja saat ini. Harapan terhadap gaji, lingkungan kerja, dan peluang karier perlu diimbangi dengan kesiapan diri, seperti kemampuan berpikir kritis dan komunikasi yang baik, agar lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja.

2. Untuk Lembaga Pendidikan Tinggi

Untuk Lembaga Pendidikan tinggi, khususnya yang berada di kota Malang, disarankan untuk secara aktif memperkuat pengembangan soft skill mahasiswa melalui kurikulum maupun kegiatan pendukung lain. Focus yang diutamakan sebaiknya adalah kemampuan kolaborasi, karena aspek ini terbukti memberikan kontribusi terbesar dalam membentuk kesiapan kerja mahasiswa.

Selain itu, kemampuan komunikasi, berpikir kritis, dan kreativitas juga senantiasa perlu di kembangkan mungkin melalui pelatihan, proyek kolaboratif, maupun kegiatan magang.

3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti motivasi kerja, digital literacy, atau employer branding sebagai mediator atau moderator. Selain itu, memperluas populasi responden di luar Kota Malang atau membandingkan antar wilayah juga akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang preferensi kerja Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Putri, H., & Syarif, R. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Pusat Perum Bulog. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 147–152. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3343>
- Andika Bryan. (2024, September 30). Gen Z di Tempat Kerja: antara Stigma dan Realita. *Kumparan.Com*.
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1/2), 139–157. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Brata, D. P. N., Utomo, E. S., & Farhan, A. (2023). Developing Students' 4C Skills (*Communication, Collaboration, Creativity, Critical thinking*): Psychomotor Assessment Techniques in Visionary Schools. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 15(2), 1127–1138. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v15i2.3900>
- Carraher-Wolverton, C. (2022). The co-evolution of remote work and expectations in a COVID-19 world utilizing an expectation disconfirmation theory lens. *Journal of Systems and Information Technology*, 24(1), 55–69. <https://doi.org/10.1108/JSIT-05-2021-0085>
- Chareewan, S., Grünhagen, M., Pološki Vokić, N., & Dlačić, J. (2020). *Chareewan, Grünhagen, Vokić, and Dlačić Differences in Work Expectations of Generation Y and Generation Z: An Empirical Investigation in Croatia*.
- Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277–1296. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2020-0058>
- Choi, J., Park, Y., & Sohn, Y. W. (2020). Corporate social responsibility and job seekers' application intention: a mediated moderation model of calling and value congruence. *Career Development International*, 26(1), 65–82. <https://doi.org/10.1108/CDI-02-2020-0030>
- Cuesta Pastor, M., Sánchez Ruiz, D., & Moreno Perez, A. (2022). Expectations of patients assessed in clinical psychology in a mental health center. *Journal of Psychology & Clinical Psychiatry*, 13(3), 60–66. <https://doi.org/10.15406/jpcpy.2022.13.00715>

- Danylenko, O. (2020). Needs In Generation Z'S Professionals Development In The Digital Era. *Economic Scope*. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/164-13>
- E. V. Laar, A. V. Deursen, J. V. Dijk, & J. Haan. (2019). The sequential and conditional nature of 21st-century digital skills. *International Journal of Communication*, *13*, 3462–3487.
- Fikyansyah Achmas. (2024, April 3). Kampus di Malang Berlomba-Lomba Tambah Kuota Mahasiswa Baru. *Times Indonesia*.
- Frida Nurmarliana, & Mirna Nur Alia Abdullah. (2024). Keterampilan 4C Sebagai Startegi Pemngembangan Kompetensi *Critical thinking* GEN Z Di Era Revolusi Industri 4.0 DAN Society 5.0. *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara*, *3*(1), 66–71. <https://doi.org/10.55123/sabana.v3i1.3299>
- Gazzaroli, D., Gozzoli, C., & Sánchez-Gardey, G. (2019). The Living and Working Together Perspective on *Creativity* in Organizations. *Frontiers in Psychology*, *10*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02733>
- Gupta, S., & Saini, G. K. (2020). Information Source Credibility and Job Seekers' *Intention to apply*: The Mediating Role of Brands. *Global Business Review*, *21*(3), 743–762. <https://doi.org/10.1177/0972150918778910>
- Huțanu, A., Berteau, P.-E., & Iftode, D. (2021a). *Generation Z Is Going to Work. What are its Expectations?* <https://www.thebalancecareers.com/common-characteristics-of-generation->
- Huțanu, A., Berteau, P.-E., & Iftode, D. (2021b). *Generation Z Is Going to Work. What are its Expectations?* <https://www.thebalancecareers.com/common-characteristics-of-generation->
- Indrašienė, V., Jėgelevičienė, V., Merfeldaitė, O., Penkauskienė, D., Pivorienė, J., Railienė, A., Sadauskas, J., & Valavičienė, N. (2020). The critically thinking employee: employers' point of view. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, *7*(4), 2590–2603. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(2\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(2))
- Irawanto, D. W., & Novianti, K. R. (2021). Entrepreneurship Education In Higher Education: Optimizing Innovative Behaviour Of Z Generation. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.1.11>
- Jie Ru, Y., Mohd Rasdi, H. F., Harun, D., & Md Rasid, S. (2023). Understanding Work-Related Intentions Using the Theory of Planned Behaviour: A Systematic Review. *Jurnal Sains Kesihatan Malaysia*, *21*(2), 167–176. <https://doi.org/10.17576/JSKM-2023-2102-13>

- Joseph F. Hair, Black William C, Barry J. Babin, & Anderson Rolph E. (2009). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)-Prentice Hall (2009)*.
- Karam, S., Nagahi, M., Dayarathna (Nick), V. L., Ma, J., Jaradat, R., & Hamilton, M. (2020). Integrating systems thinking skills with multi-criteria decision-making technology to recruit employee candidates. *Expert Systems with Applications*, *160*, 113585. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.113585>
- Karapetian, A. (2020). Peculiarities of teaching students belonging to generation z in higher school. *Academic Notes Series Pedagogical Science*, *1*(186), 115–120. <https://doi.org/10.36550/2415-7988-2020-1-186-115-120>
- Karmiyati, D., Corsha, C. N., & Mashuri, M. F. (2021). Group cohesiveness and polyculturalism: The study of student nomads in Malang. *AMCA Journal of Community Development*, *1*(2), 39–43. <https://doi.org/10.51773/ajcd.v1i2.69>
- Khan, R. B. F. (2024). Exploring the Impact of Employer Branding on Intention towards Job Application: The Mediating Role of Social Media. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, *24*(3), 172–180. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i31250>
- L. Anthonysamy. (2022). Continuance intention of IT professionals to telecommute post pandemic: A modified expectation confirmation model perspective. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 536–558. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2022.14.027>
- LaMorte Wayne W, M. P. M. (2022, November 3). The Theory of Planned Behavior. *Boston University School of Public Health*.
- Lassleben, H., & Hofmann, L. (2023). Attracting Gen Z talents: do expectations towards employers vary by gender? *Gender in Management: An International Journal*, *38*(4), 545–560. <https://doi.org/10.1108/GM-08-2021-0247>
- Mavrin, A. S. (2022). Features of the Development of Soft and Hard Skills in People of Generation Z. *SMALTA*, *3*, 5–16. <https://doi.org/10.15293/2312-1580.2203.01>
- Nguyen Ngoc, T., Viet Dung, M., Rowley, C., & Pejić Bach, M. (2022). Generation Z job seekers' expectations and their job pursuit intention: Evidence from transition and emerging economy. *International Journal of Engineering Business Management*, *14*. <https://doi.org/10.1177/18479790221112548>
- Nur Hikmatul Auliya, Ms., Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Ms., Jumari Ustiawaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H. (2020).

Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Abadi Husnu, Ed.; pertama). CV.PUSTAKA ILMU GROUP YOGYAKARTA.

- Oktifa Nita. (2022). *4C, Skill yang Harus Dikembangkan untuk Siswa di Abad 21*.
- Opoku, M. P., Cuskelly, M., Pedersen, S. J., & Rayner, C. S. (2021). Applying the theory of planned behaviour in assessments of teachers' intentions towards practicing inclusive education: a scoping review. *European Journal of Special Needs Education*, 36(4), 577–592. <https://doi.org/10.1080/08856257.2020.1779979>
- Panitz, C., Endres, D., Buchholz, M., Khosrowtaj, Z., Sperl, M. F. J., Mueller, E. M., Schubö, A., Schütz, A. C., Teige-Mocigemba, S., & Piquart, M. (2021). A Revised Framework for the Investigation of Expectation Update Versus Maintenance in the Context of Expectation Violations: The ViolEx 2.0 Model. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.726432>
- Qothrunnada Kholida. (2024, July 13). Gen Z Itu Tahun Berapa? Ini Rentang Tahun Kelahiran dan Karakteristiknya Baca artikel detikedu, “Gen Z Itu Tahun Berapa? Ini Rentang Tahun Kelahiran dan Karakteristiknya” selengkapnya <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7436833/gen-z-itu-tahun-berapa-ini-rentang-tahun-kelahiran-dan-karakteristiknya>. . *DetikEdu*.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model(PLS-SEM) 2023* (Wijonarko, Ed.; 1st ed.). CV. LENTERE ILMU MADANI.
- Rani, I. H., Jara Hardiyanti Jalih, & Lestari Adhi Widayowati. (2022). Indonesian Generation Z Work Expectation and *Intention to apply* for Job: Role of Social Media. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(2), 193–206. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems831>
- Reiter, V., & Tzafrir, S. S. (2021). *Collaborations: A Combination of Outlook, Vision, and Social Responsibility Among Different Parties—The Key to Success*. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(4), 856–868. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00236-3>
- Rudianto, R., Diani, R., Subandi, S., & Widiawati, N. (2022). Development of assessment instruments 4C skills (*critical thinking, collaboration, communication, and creativity*) on parabolic motion materials. *Journal of Advanced Sciences and Mathematics Education*, 2(2), 65–79. <https://doi.org/10.58524/jasme.v2i2.115>
- Rully Desthian Pahlephi. (2022, August 29). *Hadits Innamal A'malu Binniyat: Arti dan*

Tulisan Arab . Detik.Com.

- Situmorang, R., Antariksa, S., & Wicaksono, A. D. (2020). *The Perception Of Stakeholders On Studentification In Malang City, Indonesia.*
- Sofya, R., & Ritonga, M. (2021). *Analysis and Development of Learning Plans Using Project Based Learning Model in Fostering 4 Cs Skills of Economics Education Students.*
- Stamp, J., & Clemons, D. (2021). *Application of The Theory of Planned Behavior to Generation Z and Higher Education.* www.JSR.org
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (4th ed.). ALFABETA,cv.
- Sulistyaningrum, H., Winata, A., & Cacik, S. (2019). Analisis Kemampuan Awal 21st Century Skills Mahasiswa Calon Guru SD. *JURNAL PENDIDIKAN DASAR NUSANTARA*, 5(1), 142. <https://doi.org/10.29407/jpdn.v5i1.13068>
- Sulistiyorini, N., Puspitasari, D., Khasanah, A., & Surya Perdhana, M. (2024). *Expectations of Generation Z in the World of Work Towards a Golden Indonesia 2045.* 04(04), 275–280.
- Sunarti. (2022). Mandarin Language Material using Artificial Intelligence for Z-Generation student. *Journal of Development Research*, 6(1), Process. <https://doi.org/10.28926/jdr.v6i1.195>
- Thornhill-Miller, B., Camarda, A., Mercier, M., Burkhardt, J. M., Morisseau, T., Bourgeois-Bougrine, S., Vinchon, F., El Hayek, S., Augereau-Landais, M., Mourey, F., Feybesse, C., Sundquist, D., & Lubart, T. (2023). *Creativity, Critical thinking, Communication, and Collaboration: Assessment, Certification, and Promotion of 21st Century Skills for the Future of Work and Education.* In *Journal of Intelligence* (Vol. 11, Issue 3). MDPI. <https://doi.org/10.3390/jintelligence11030054>
- Trisnawati, W. W., & Sari, A. K. (2019). Integrasi Keterampilan Abad 21 Dalam Modul Sociolinguistics: Keterampilan 4C. *Jurnal Muara Pendidikan*, 4(2), 455–466. <https://doi.org/10.52060/mp.v4i2.179>
- Ye, P., & Xu, X. (2023). A case study of interdisciplinary thematic learning curriculum to cultivate “4C skills.” *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1080811>
- Yeşilkaya, M., & Yıldız, T. (2023). What do expectations change? Optimistic

expectations, job crafting, job satisfaction and a new theoretical model. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(6), 2793–2810. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2022-3111>

Yulianto, D. (2023). The Influence Of Project-Based Lesson Study In The Form Of Infographic And 4C Skills On Learning Outcomes Research Methodology With Student Motivation Covariabel. *Symmetry: Pasundan Journal of Research in Mathematics Learning and Education*, 8(2), 288–302. <https://doi.org/10.23969/symmetry.v8i2.8603>

Zikri, F., Zikri Soleha, F., & Satrya, A. (2024). The Impact: Employer Brand, Corporate Social Responsibility, and Organizational Reputation in Job Application Intentions. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 4(9), 7682–7701. <http://eduvest.greenvest.co.id>

Zulfikarijah Fien, & Khawarizmi Muhammad Raja. (2021). What is Attractive to Intention Job Seeker. *Journal of Career and Entrepreneurs*, 2.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian Skripsi

Kuisisioner Penelitian Skripsi

Oleh : Farida Qoirun Ningsih Roziqin

Hubungan Ekspektasi Kerja terhadap Intention to Apply dengan Keterampilan 4C sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang

Terima kasih telah meluangkan waktumu untuk mengisi kuisisioner ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara ekspektasi kerja terhadap niat melamar pekerjaan (intention to apply) dengan keterampilan 4C—Critical Thinking, Communication, Creativity, dan Collaboration—sebagai variabel mediasi pada mahasiswa di Kota Malang. Jawaban yang kamu berikan sangat penting untuk penelitian ini, dan datamu akan dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk keperluan akademis. Sebagai apresiasi, kami akan memberikan hadiah saldo e-wallet kepada beberapa responden yang beruntung! Jadi, pastikan kamu mengisi kuisisioner ini sampai selesai ya. Pengisian kuisisioner hanya membutuhkan waktu sekitar 5-10 menit. Yuk, isi sekarang dan jadilah salah satu yang beruntung!

A. Identitas Responden

- a. Mahasiswa perguruan tinggi kota Malang
- b. Asal universitas
- c. Tahun kelahiran

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Setiap pertanyaan memiliki beberapa opsi jawaban yang disusun menggunakan Skala Likert, di mana Anda diminta untuk memilih satu opsi yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Berikut adalah skala yang digunakan:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

Ekspetasi Kerja (X)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memiliki ekspektasi bahwa pemimpin saya akan mendukung pengembangan karier saya.					
2.	Saya berharap pemimpin saya mampu memberikan arahan yang jelas dan inspiratif.					
3.	Saya memiliki ekspektasi untuk mendapatkan peluang mengikuti pelatihan dan pengembangan keterampilan di tempat kerja.					
4.	Saya berharap perusahaan menyediakan peluang promosi yang adil dan transparan.					
5.	Saya memiliki ekspektasi bahwa jadwal kerja akan fleksibel dan sesuai kebutuhan pribadi saya.					
6.	Saya berharap memiliki kebebasan dalam menentukan cara terbaik untuk menyelesaikan tugas saya.					
7.	Saya memiliki ekspektasi bahwa lingkungan kerja akan mendukung komunikasi yang terbuka dan transparan.					
8.	Saya berharap terdapat saluran komunikasi yang jelas untuk menyampaikan ide atau keluhan.					
9.	Saya memiliki ekspektasi bahwa nilai perusahaan akan selaras dengan nilai pribadi saya.					

10.	Saya berharap kesesuaian nilai perusahaan mendukung keputusan saya untuk melamar pekerjaan.					
11.	Saya memiliki ekspektasi bahwa lingkungan kerja akan mendukung kesehatan mental karyawan.					
12.	Saya berharap mendapatkan dukungan emosional yang memadai dari rekan kerja dan atasan.					
13.	Saya memiliki ekspektasi bahwa kontribusi saya dalam pekerjaan akan dihargai dengan baik.					
14.	Saya berharap lingkungan kerja yang menyenangkan dapat mendukung produktivitas saya.					

Intention to Apply (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena perusahaan tersebut merupakan salah satu pilihan utama saya.					
2.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena saya tertarik untuk menjadi bagian darinya.					
3.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena perusahaan ini memiliki citra positif sebagai pemberi kerja.					
4.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena reputasinya mencerminkan budaya kerja yang profesional.					
5.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena nilai-nilai perusahaan ini selaras dengan nilai-nilai pribadi saya.					
6.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena saya yakin					

	lingkungan kerjanya akan membuat saya nyaman.					
7.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena perusahaan ini menawarkan peluang karier yang menjanjikan.					
8.	Saya berminat bekerja di sebuah perusahaan karena kesempatan untuk berkembang di perusahaan ini sangat menarik bagi saya.					

Critical Thinking (Z1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mampu mengidentifikasi informasi yang relevan untuk memahami sebuah masalah di tempat kerja. .					
2.	Saya dapat memahami hubungan antara berbagai faktor dalam suatu situasi kerja yang kompleks.					
3.	Saya mengevaluasi bukti dan argumen secara kritis sebelum menerima atau menilainya.					
4.	Saya membandingkan beberapa sumber informasi sebelum membuat keputusan atau kesimpulan.					
5.	Saya dapat menarik kesimpulan logis berdasarkan data atau bukti yang tersedia.					
6.	Saya mampu menggunakan informasi yang saya miliki untuk memprediksi kemungkinan hasil di masa depan.					
7.	Saya mampu memecahkan masalah dengan menggunakan pendekatan logis dan terstruktur.					
8.	Saya merasa percaya diri dalam menemukan solusi inovatif untuk masalah baru yang saya hadapi.					

9.	Saya mengambil waktu untuk memikirkan kembali hasil kerja saya dan mencari cara untuk meningkatkannya.					
10.	Saya terbuka terhadap kritik yang membantu saya memahami kekurangan dalam proses berpikir saya.					

Communication (Z2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan terstruktur.					
2.	Saya dapat menyesuaikan cara berkomunikasi saya sesuai dengan audiens					
3.	Saya merasa percaya diri saat menyampaikan ide atau pendapat saya kepada orang lain.					
4.	Saya dapat menjelaskan ide saya dengan cara yang mudah dipahami oleh orang lain.					
5.	Saya memiliki kemampuan mendengarkan yang baik untuk memahami pandangan orang lain.					
6.	Saya menggunakan bahasa yang tepat untuk menciptakan komunikasi yang efektif.					
7.	Saya mampu berkomunikasi dengan baik saat bekerja dalam tim.					
8.	Saya terbuka terhadap ide baru yang disampaikan oleh anggota tim lain.					
9.	Saya berusaha memastikan bahwa semua anggota tim memahami tujuan bersama.					
10.	Saya membantu tim mencapai kesepakatan melalui komunikasi yang efektif.					

11.	Saya terbuka terhadap umpan balik yang diberikan kepada saya.					
12.	Saya memastikan bahwa umpan balik yang saya berikan membantu orang lain memahami area perbaikan.					

Collaboration (Z3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya secara aktif berkontribusi untuk mencapai tujuan kelompok.					
2.	Saya memastikan semua anggota tim terlibat dalam diskusi.					
3.	Saya menyampaikan ide saya dengan jelas kepada anggota tim.					
4.	Saya mendengarkan dan memahami masukan dari anggota tim.					
5.	Saya menghargai perbedaan pendapat yang muncul dalam tim.					
6.	Saya merasa nyaman bekerja dengan orang dari latar belakang budaya yang berbeda.					
7.	Saya bersedia membantu anggota tim yang kesulitan dalam menyelesaikan tugas mereka.					
8.	Saya mampu menyesuaikan cara kerja saya dengan kebutuhan tim yang berubah.					
9.	Saya merasa bertanggung jawab atas keberhasilan tim secara keseluruhan.					
10.	Saya berusaha menyelesaikan tugas tim sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan.					
11.	Saya dapat menemukan solusi terbaik ketika terdapat perbedaan pendapat dalam tim.					

12.	Saya mampu memperjuangkan ide saya tetapi tetap menghormati pandangan anggota yang lain.					
-----	--	--	--	--	--	--

Creativity (Z4)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mampu mempelajari konsep baru dengan cepat untuk menyelesaikan masalah.					
2.	Saya sering mencari cara untuk memperdalam pemahaman saya terhadap suatu topik.					
3.	Saya dapat menghasilkan banyak ide berbeda untuk menyelesaikan satu masalah.					
4.	Saya mampu melihat masalah dari berbagai sudut pandang untuk menemukan solusi inovatif.					
5.	Saya sering menemukan cara baru untuk menyelesaikan tugas sehari-hari.					
6.	Saya merasa percaya diri dalam menciptakan sesuatu yang baru dari sumber daya yang tersedia.					
7.	Saya menggunakan pengalaman saya untuk mengembangkan solusi kreatif terhadap tantangan baru.					
8.	Saya mempelajari hal baru dari setiap pengalaman yang saya alami.					
9.	Saya merasa nyaman berbagi ide kreatif dengan anggota tim untuk mendapatkan masukan.					
10.	Saya sering menggabungkan ide dari berbagai anggota tim untuk menciptakan solusi yang lebih baik.					

Lampiran 2. Jurnal Bimbingan Skripsi

6/11/25, 8:00



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
FAKULTAS**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341)

JURNAL BIMBINGAN

IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 210501110250
 Nama : Farida Qoirun Ningsih Roziqin
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Manajemen
 Dosen Pembimbing : Ryan Basith Fasih Khan, M.M
 Judul Skripsi : Hubungan Ekspetasi Kerja terhadap Intention to Apply dengan Keterampilan 4C sebagai Mediasi Pada Mahasiswa di Kota Malang

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	25 Oktober 2024	Pembahasan variabel dari outline yang telah diajukan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	30 Oktober 2024	1. Konsultasi Bab 1 2. Pembahasan mengenai Definisi Operational Variabel	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	6 November 2024	1. Revisi Bab 1 Menambahkan kata di kalimat awal Mengubah judul pada tabel Menambahkan factor-factor dari intention to apply	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	14 November 2024	1. Bimbingan bab 2 Menambahkan kata penghubung di setiap awalan kata di penelitian terdahulu Memperbaiki tata tulis dari penelitian terdahulu menambah hipotesis menghapus kata pengertian	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

		dari sub bab kajian teori		
5	25 November 2024	<p>Bab 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam sebuah paragraf pastikan paling sedikit 5 kalimat. 2. Meninjau ulang ayat mengenai ekspektasi kerja. <p>3. Menambahkan penelitian yang mendukung pada hipotesis</p> <p>Bab 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada lokasi penelitian tambahkan alasan mengapa mengambil lokasi itu 2. Uji hipotesis pada inner model disendirikan antaradirect effect dan indirect effect 	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	29 November 2024	Pembahasan revisi bimbingan terakhir bab 2 dan bab 3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	22 April 2025	Mengkonsultasikan hasil bab 4 dan bab 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	4 Mei 2025	Mengkonsultasikan hasil revisi bab 4 dan 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 4 Mei 2025
Dosen Pembimbing



Ryan Basith Fasih Khan, M.M

Lampiran 3. Lembar Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
 NIP : 198710022015032004
 Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Farida Qoirun Ningsih Roziqin
 NIM : 210501110250
 Konsentrasi : Manajemen SDM
 Judul Skripsi : **Hubungan Ekspetasi Kerja terhadap Intention to Apply dengan Keterampilan 4C sebagai Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
18%	16%	9%	7%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juni 2025

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 4. Biodata Peneliti



Nama : Farida Qoirun Ningsih Roziqin

Tempat Tanggal Lahir : Batu, 21 Juli 2003

Alamat : Karangploso Kabupaten Malang

Email : faridaqoirun@gmail.com

Pendidikan Formal :

- 1. SDN Tawangargo 03**
- 2. MTsN Kota Batu**
- 3. MAN Kota Batu**

Pengalaman dan Kegiatan

- 1. Volunteer Panitia online sebagai sie acara dalam program Camaba Ambis.**
- 2. Volunteer panitia sebagai sie kesekret pada kegiatan orientasi dan pengenalan kampus jurusan.**
- 3. Sebagai sie humas dalam kegiatan KKN yang dilakukan oleh UIN Malang.**