

ABSTRAK

Aset utama dalam organisasi untuk mencapai tujuan suatu organisasi ialah sumber daya manusia yang dimiliki. Kemajuan dunia dan percepatan globalisasi mengharuskan perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar tetap bertahan. Maka dari itu, suatu perusahaan membutuhkan calon karyawan terbaik yang dapat membantu perusahaan tumbuh dan tetap bersaing. *Employer branding* dan reputasi organisasi merupakan strategi efektif untuk menarik para pencari kerja terbaik dan mempromosikan perusahaan sebagai lingkungan kerja yang baik. Dengan demikian, hal tersebut akan mendorong *intention to apply* atau niat untuk melamar pekerjaan para pencari kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer branding* dan reputasi organisasi terhadap *intention to apply* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom. Untuk meninjau hasil penelitian, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dari hasil tanggapan responden melalui penyebaran kuesioner. Terdapat responden pada penelitian ini sebanyak 273 orang Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur dengan bantuan IBM SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *employer branding* dan reputasi organisasi berpengaruh secara signifikan positif terhadap *intention to apply* dengan nilai koefisien determinasi sebesar (R^2) sebesar 0,607 atau senilai dengan 60,7%, artinya variabel *employer branding* dan reputasi organisasi dapat menjelaskan variabel *intention to apply* senilai 60,7%.

Kata kunci: Manajemen Sumber Daya Manusia, *Employer branding*, *Reputasi Organisasi*, *Intention to apply*