

## DAFTAR ISI

Cover .....	i
Sertifikasi .....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>13</b>
2.1 Teori Besar ( <i>Grand Theory</i> ).....	13
2.1.1 Teori Kesesuaian Orang-Organisasi ( <i>Person Organization Fit Theory</i> ) .....	13
2.2 Karyawan ( <i>Employee Performance</i> ).....	14
2.2.1 Pengertian <i>Employee Performance</i> .....	14
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Employee Performance</i> .....	15
2.2.3 Indikator <i>Employee Performance</i> .....	16

2.2.4 Tujuan Penilaian Kinerja .....	18
2.3 Pencitraan Merek Organisasi ( <i>Employer Branding</i> ) .....	19
2.3.1 Pengertian <i>Employer Branding</i> .....	19
2.3.2 Indikator <i>Employer Branding</i> .....	21
2.3.3 Manfaat <i>Employer Branding</i> .....	23
2.3.4 Tujuan Aktifitas <i>Employer Branding</i> .....	24
2.4 Komitmen Organisasi ( <i>Organizational Organization</i> ) .....	25
2.4.1 Pengertian <i>Organization Commitment</i> .....	25
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Organizational Commitmen</i> .....	26
2.4.3 Indikator <i>Organizational Commitment</i> .....	27
2.5 Budaya Organisasi ( <i>Organizational Culture</i> ) .....	29
2.5.1 Pengertian Budaya Organisasi ( <i>Organizational Culture</i> ) .....	29
2.5.2 Indikator <i>Organization Culture</i> .....	30
2.5.3 Fungsi <i>Organization Culture</i> .....	32
2.6 Penelitian Terdahulu .....	33
2.7 Hubungan Antar Variabel .....	38
2.7.1 Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap <i>Employee performance</i> .....	38
2.7.2 Pengaruh <i>Employer branding</i> terhadap <i>Organizational</i> <i>commitment</i> .....	38
2.7.3 Pengaruh <i>Organizational commitment</i> terhadap <i>Employee</i> <i>performance</i> .....	40
2.7.4 Efek Mediasi <i>Organizational commitmen</i> pada hubungan <i>Employer branding</i> terhadap <i>Employee performance</i> .....	41
2.7.5 Efek Moderasi <i>Organizational culture</i> pada hubungan <i>Organizational commitment</i> terhadap <i>Employee performance</i> ...	42

2.8 Kerangka Teoritis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain Penelitian .....	45
3.2 Sumber Data .....	45
3.2.1 Data Primer .....	45
3.2.2 Data Sekunder.....	46
3.3 Populasi dan Sampling.....	46
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	48
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1 Statistik Deskriptif .....	52
3.6.2 <i>Analisi Partial Least Square (PLS)-</i> <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	59
4.2 Gambaran Umum Responden.....	59
4.3 Proses dan Hasil Analisis .....	61
4.3.1 Tahap 1 Uji Dimensi Variabel ( <i>First Order</i> ).....	61
4.3.2 Tahap 2 Uji Variabel Penelitian ( <i>Second Order</i> ).....	73
4.4 Pengujian Hipotesis.....	84
4.5 Pembahasan .....	86

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Implikasi Teori.....	103
5.3 Implikasi Manajerial .....	105
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	106
5.5 Penelitian Mendatang.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>