

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 <i>Grand Theory</i> .....	17
2.2 Intensi Melamar Pekerjaan.....	18
2.2.1 Definisi Intensi Melamar Pekerjaan .....	18
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Melamar Pekerjaan ...	19
2.2.3 Dimensi Intensi Melamar Pekerjaan .....	21
2.3 <i>Employer Branding</i> .....	23
2.3.1 Definisi <i>Employer Branding</i> .....	23
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Employer Branding</i> .....	26
2.3.3 Dimensi <i>Employer Branding</i> .....	28
2.4 Penggunaan Media Sosial .....	30
2.4.1 Definisi Media Sosial.....	30

2.4.2	Kategori Media Sosial.....	32
2.4.3	Dimensi Media Sosial .....	33
2.5	Penelitian Terdahulu.....	35
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	39
2.6.1	Hubungan antara <i>Employer Branding</i> dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	39
2.6.2	Hubungan antara <i>Employer Branding</i> dan Penggunaan Media Sosial.....	40
2.6.3	Hubungan antara Penggunaan Media Sosial dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	41
2.6.4	Peran Penggunaan Media Sosial sebagai Mediasi Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar Pekerjaan .....	42
2.7	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	43
2.8	Hipotesis Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	45
3.1.1	Variabel Penelitian .....	45
3.1.2	Definisi Operasional Variabel .....	46
3.2	Populasi dan Sampel .....	49
3.2.1	Populasi.....	49
3.2.2	Sampel.....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	51
3.3.1	Data Primer .....	51
3.3.2	Data Sekunder .....	52
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.4.1	Kuesioner .....	53
3.4.2	Studi Pustaka.....	54
3.5	Metode Analisis Data .....	54
3.5.1	Analisis Data Kuantitatif.....	57
3.5.2	Uji Validitas.....	57
3.5.3	Uji Reliabilitas .....	58
3.5.4	Uji Hipotesis ( <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i> ).....	58

<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>62</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.2 Visi dan Misi FEB Undip.....	63
4.1.3 Nilai-Nilai Utama FEB Undip.....	64
4.2 Gambaran Umum Responden.....	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.3 Analisis Data.....	67
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	68
4.4 Analisis <i>Outer Model</i> .....	70
4.4.1 Uji <i>Loading Factor</i> .....	71
4.4.2 Uji Diskriminan ( <i>Cross Loading</i> ).....	72
4.4.3 Uji Reliabilitas Konstruk.....	73
4.5 Analisis <i>Inner Model</i> .....	73
4.5.1 Uji <i>R-Square</i> .....	74
4.5.2 Uji Hipotesis.....	76
4.5.3 Uji Mediasi.....	78
4.5.4 Perhitungan <i>Variance Accounted For (VAF)</i> .....	79
4.6 Interpretasi Hasil.....	80
4.6.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	80
4.6.2 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Penggunaan Media Sosial.....	81
4.6.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	82
4.6.4 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar Pekerjaan melalui Penggunaan Media Sosial.....	83
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>86</b>
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Keterbatasan.....	88
5.3 Saran.....	89

5.3.1	Implikasi Teoritis.....	89
5.3.2	Implikasi Manajerial .....	90
5.3.3	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>97</b>

