

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	13
2.1.2 <i>Employer Branding</i>	14
2.1.3 Reputasi Perusahaan	15
2.1.4 Minat Melamar Pekerjaan	17
2.2 Hubungan Antar Variabel	18
2.2.1 <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan	18
2.2.2 <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan melalui Reputasi Perusahaan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	25
3.1.1 Variabel Penelitian	25
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	27

3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.2.3 Teknik Sampling	33
3.3 Jenis Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis	36
3.5.1 Analisis Data Kuantitatif	36
3.5.2 Analisis Indeks Jawaban	37
3.5.3 Teknik Analisis	38
3.5.4 Uji Instrumen Penelitian (SPSS)	39
3.5.5 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Responden	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lahir	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lulus	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	48
4.2 Analisis Deskriptif Data	49
4.2.1 Analisis Deskriptif <i>Employer Branding</i>	49
4.2.2 Analisis Deskriptif Reputasi Perusahaan	53
4.2.3 Analisis Deskriptif Minat Melamar Pekerjaan	56
4.3 Uji Instrumen Penelitian	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas	61
4.4 Analisis Data	66
4.4.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Tahap Pertama	66
4.4.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Tahap Kedua	78
4.4.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
4.5 Uji Hipotesis	90
4.6 Uji Mediasi	93

4.7 Pembahasan.....	94
4.7.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan	94
4.7.2 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan melalui Reputasi Perusahaan.....	98
BAB V PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Implikasi Manajerial	105
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	107
5.4 Saran Penelitian Mendatang.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113

