

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1. Manfaat Akademis.....	10
1.5.2. Manfaat Praktis	11
1.6. Lingkup Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Intensi Melamar.....	14
2.2. <i>Employer Branding</i>	17
2.3. Reputasi Perusahaan.....	20
2.4. Penurunan Hipotesis.....	22
2.4.1. Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar.....	22
2.4.2. Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Pemediasi	23
2.5. Rerangka Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel	25
3.3. Metode Pengumpulan Data	26
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.4.1. <i>Employer Branding</i> sebagai Variabel Independen	27
3.4.2. Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Pemediasi.....	28
3.4.3. Intensi Melamar sebagai Variabel Dependen	28
3.5. Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1. Identifikasi <i>Outliers</i> dan <i>Missing Value</i>	30
3.5.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	31
3.5.3. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	33

3.6. Pengujian Hipotesis	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Hasil Pengumpulan Data	37
4.2. Profil Responden	38
4.3. Analisis <i>Outliers</i> dan <i>Missing Value</i>	39
4.4. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
4.4.1. Analisis Uji Validitas Konstruk	40
4.4.2. Analisis Uji Reliabilitas Konstruk	45
4.5. Statistik Deskriptif	45
4.6. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
4.6.1. Pengujian Kesesuaian Model	54
4.6.2. Koefisien Determinasi (<i>R-squared</i>)	56
4.7. Uji Hipotesis	57
4.7.1. Hasil Uji Pengaruh Langsung	57
4.7.2. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	58
4.8. Pembahasan	61
4.8.1. <i>Employer Branding</i> berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Intensi Melamar	61
4.8.2. Reputasi Perusahaan memediasi Positif Pengaruh Positif dan Signifikan <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar	64
BAB V KESIMPULAN	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Implikasi Penelitian	68
5.2.1. Implikasi Akademis	68
5.2.2. Implikasi Praktis	68
5.3. Keterbatasan Penelitian	70
5.4. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	37
Tabel 4. 2 Profil Responden.....	38
Tabel 4. 3 <i>Combined Loading</i> dan <i>Cross Loading First Order</i>	41
Tabel 4. 4 <i>Combined Loading</i> dan <i>Cross Loading Second Order</i>	42
Tabel 4. 5 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	43
Tabel 4. 6 Nilai Akar Kuadrat <i>AVE First Order</i>	44
Tabel 4. 7 Nilai Akar Kuadrat <i>AVE Second Order</i>	44
Tabel 4. 8 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 4. 9 Uji Statistik Deskriptif	46
Tabel 4. 10 Kelas Interval	46
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Employer Branding</i>	48
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Reputasi Perusahaan	50
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Intensi Melamar	51
Tabel 4. 14 Hasil Statistik Deskriptif Karakteristik Demografis Responden	52
Tabel 4. 15 Nilai Kesesuaian Model (Fit)	54
Tabel 4. 16 Nilai <i>R-squared</i>	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Pengaruh Langsung	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	59
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Mediasi dengan Metode VAF.....	61
Tabel 4. 20 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Tingkat Pengangguran Global dan Klasifikasi Negara (%)....	2
Gambar 1. 2 Grafik Tingkat Pengangguran Asia Tenggara dan Indonesia (%)	3
Gambar 2. 1 Rerangka Penelitian.....	24
Gambar 4. 1 Model Penuh	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Nilai <i>Combines Loadings</i> dan <i>Cross Loadings First Order</i>	81
Lampiran 3 Nilai <i>Combined Loadings</i> dan <i>Crosss Loading Second Order</i>	82
Lampiran 4 Nilai <i>R-squared</i> , <i>Cronbach's Alpha</i> , dan <i>AVE First Order</i>	82
Lampiran 5 Nilai <i>R-squared</i> , <i>Cronbach's Alpha</i> , dan <i>AVE Second Order</i>	82
Lampiran 6 Nilai Akar Kuadrat <i>AVE First Order</i>	83
Lampiran 7 Nilai Akar Kuadrat <i>AVE Second Order</i>	83
Lampiran 8 Kesesuaian Model.....	83
Lampiran 9 Nilai Efek.....	83
Lampiran 10 Nilai Koefisien Jalur dan <i>P Value</i>	84
Lampiran 11 Nilai <i>T Statistic</i>	84
Lampiran 12 Model Penuh.....	84