

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Intensi Melamar	16
2.2 <i>Employer Branding</i>	18
2.3 Reputasi Perusahaan.....	21
2.4 Perumusan Hipotesis.....	23
2.4.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> dan Intensi Melamar.....	23
2.4.2 Peranan <i>Employer Branding</i> dan Intensi Melamar dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Pemeditasi	24
2.5 Model Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Pengumpulan Data	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Intensi Melamar sebagai Variabel Dependen	30
3.6 <i>Employer Branding</i> sebagai Variabel Independen.....	30
3.7 Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Pemediasi	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9 Pengujian Instrumen.....	31
3.9.1 Uji Validitas	31
3.9.2 Uji Reliabilitas	32
3.10 Analisis Deskriptif	32
3.11 Analisis Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Pengumpulan Data	36
4.2 Profil Responden.....	37
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	39
4.4 Validitas Instrumen	39
4.5 Reliabilitas Instrumen	40
4.6 Analisis Deskriptif	41
4.7 Uji Kolinearitas	54
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	55
4.9 Pembahasan.....	58
4.9.1 Pembahasan Hipotesis 1	58

4.9.2	Pembahasan Hipotesis 2	62
BAB V	PENUTUP	65
5.1	Simpulan	65
5.2	Implikasi Penelitian.....	65
5.2.1	Implikasi Akademik.....	66
5.2.2	Implikasi Praktis	66
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77