

## ABSTRAK

Keterikatan kerja memberikan dampak yang positif bagi kinerja organisasi. Dibalik hal tersebut, keterikatan kerja dipengaruhi oleh banyak hal. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *employer brand* terhadap keterikatan kerja dengan kepemimpinan memberdayakan sebagai pemoderasi di Kantor Pusat Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) yang ada di Jakarta. Secara lebih spesifik, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah *employer brand* mempengaruhi secara positif terhadap keterikatan kerja dan apakah kepemimpinan memberdayakan memoderasi pengaruh positif dari *employer brand* terhadap keterikatan kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 125 orang dari pegawai BPKP. Analisis terhadap tanggapan responden menggunakan teknik analisis berganda untuk uji t dan uji F dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 27. Penelitian ini menghasilkan bahwa *employer brand* memiliki pengaruh positif terhadap keterikatan kerja, namun kepemimpinan memberdayakan tidak mampu memoderasi pengaruh *employer brand* terhadap keterikatan kerja.

**Kata Kunci:** Keterikatan Kerja, *Employer Brand*, Kepemimpinan Memberdayakan.

## **ABSTRACT**

*Employee engagement has a positive impact on achieving organizational performance. Behind this, employee engagement is influenced by many aspects. This research was conducted to examine the influence of employer brand on employee engagement with empowering leadership as a moderator at the Head Office of the Financial and Development Supervisory Agency (BPKP) in Jakarta. More specifically, this research aims to find out whether the employer brand has a positive influence on work engagement and whether empowering leadership moderates the positive influence of the employer brand on employee engagement. This research used quantitative methods with a total of 125 respondents from BPKP's employee. Analysis of respondents' responses used multiple analysis techniques for the *t* test and *F* test with the help of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program version 27. This research resulted that the employer brand had a positive influence on employee engagement, but empowering leadership was unable to moderate the influence of the employer brand on employee engagement.*

*Keywords: Employee Engagement, Employer Brand, Empowering Leadership.*