

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
A. Manfaat Akademis .....	8
B. Manfaat Praktis .....	9
1.6 Lingkup Penelitian .....	9
1.7 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>12</b>
2.1 Karakteristik Media Sosial .....	12
2.2 <i>Employer Attractiveness</i> .....	13
2.3 Intensi Melamar .....	14
2.4 <i>Signalling Theory</i> .....	15
2.5 Hipotesis.....	16
2.5.1 Pengaruh Karakteristik Media Sosial terhadap Intensi Melamar .....	16
2.5.2 <i>Employer Attractiveness</i> sebagai Mediator antara Karakteristik Media Sosial dan Intensi Melamar .....	18
2.6 Model Penelitian .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	22
3.2.1 Populasi Penelitian .....	22
3.2.2 Sampel Penelitian.....	22

3.3 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Instrumen Pengukuran .....	25
3.4.1 Karakteristik Media Sosial sebagai Variabel Independen (X) .....	26
3.4.2 <i>Employer Attractiveness</i> sebagai Variabel Moderasi (Z) .....	27
3.4.3 Intensi Melamar sebagai Variabel Dependen (Y) .....	28
3.5 Metode Analisis Data .....	29
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian .....	30
3.6.1 Uji Validitas .....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	35
3.7 Pengujian Model Struktural (Uji <i>Inner Model</i> ) .....	38
3.7.1 Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness Fit Test</i> ) .....	38
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ) .....	39
3.8 Pengujian Hipotesis .....	39
3.8.1 Nilai Koefisien Jalur ( $\beta$ ) .....	40
3.8.2 Nilai <i>t-statistic</i> .....	41
3.8.3 Nilai P ( <i>p-value</i> ) .....	41
3.8.4 Uji Mediasi .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	44
4.2 Profil Responden .....	45
4.3 Statistik Deskriptif .....	47
4.3.1 Analisis Jawaban Responden Terhadap Karakteristik Media Sosial ...	49
4.3.2 Analisis Jawaban Responden Terhadap <i>Employer Attractiveness</i> .....	51
4.3.3 Analisis Jawaban Responden Terhadap Intensi Melamar .....	53
4.4 Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	55
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	55
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	66
4.5 Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	68
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ) .....	70
4.5.2 Hasil Uji Ketepatan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	72
4.5.3 Hasil Uji Hipotesis .....	75
4.6 Pembahasan .....	82
4.6.1 Pengaruh Langsung Karakteristik Media Sosial terhadap Intensi Melamar .....	83

4.6.2 Mediasi <i>Employer Attractiveness</i> atas Pengaruh Karakteristik Media sosial terhadap Intensi Melamar .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Implikasi Penelitian.....	89
5.2.1 Implikasi Praktis.....	89
5.2.2 Implikasi Akademis .....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	92
5.4 Saran.....	94
5.4.1 Saran Bagi Perusahaan .....	94
5.4.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	97
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>