

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Motivasi Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
1.7 Kontribusi Penelitian.....	16
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	17
1.9 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Employer Branding (EB).....	20
2.1.2 Intensi Melamar Pekerjaan (IMP).....	23
2.1.3 Pengetahuan Subjektif (PS).....	24
2.1.4 Teori Sinyal (Signaling Theory).....	26
2.1.5 Teori Identitas Sosial (Social Identity Theory).....	28
2.2 Perumusan Hipotesis.....	29
2.2.1 Pengaruh Nilai Minat dalam EB terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	29
2.2.2 Pengaruh Nilai Sosial dalam EB terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	29
2.2.3 Pengaruh Nilai Ekonomi dalam EB terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	30
2.2.4 Pengaruh Nilai Pengembangan dalam EB terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	31

2.2.5 Pengaruh Nilai Aplikasi dalam EB terhadap Intensi Melamar Pekerjaan.....	31
2.2.6 Pengetahuan Subjektif Memoderasi Hubungan antara Nilai Minat dalam EB dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	32
2.2.7 Pengetahuan Subjektif Memoderasi Hubungan antara Nilai Sosial dalam EB dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	33
2.2.8 Pengetahuan Subjektif Memoderasi Hubungan antara Nilai Ekonomi dalam EB dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	34
2.2.9 Pengetahuan Subjektif Memoderasi Hubungan antara Nilai Pengembangan dalam EB dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	34
2.2.10 Pengetahuan Subjektif Memoderasi Hubungan antara Nilai Aplikasi dalam EB dan Intensi Melamar Pekerjaan.....	35
2.3 Model Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Definisi dan Operasional Variabel.....	38
3.2.1 Variabel Independen.....	38
3.2.2 Variabel Dependen.....	38
3.2.3 Variabel Moderasi.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Instrumen Penelitian.....	41
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.5.1 Data Primer.....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	43
3.6.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	43
3.6.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	43
3.6.1.3 Uji Reliabilitas.....	44
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	44
3.6.2.1 Analisis Multikolinearitas.....	44
3.6.2.2 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR).....	45
3.6.2.3 R-Square (R^2).....	45
3.6.2.4 Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	45
3.6.2.5 Analisis SEM dengan Efek Moderasi.....	46

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	47
4.2 Analisis Deskriptif.....	47
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	50
4.3.1 Uji Validitas Konvergen.....	51
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan.....	52
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	54
4.4 Statistik Deskriptif.....	55
4.5 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	57
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	58
4.5.2 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR).....	58
4.5.3 Uji Coefficient of Determination atau R-Square (R^2).....	59
4.5.4 Pengujian Hipotesis (Bootstrapping).....	59
4.6 Pembahasan.....	65
4.6.1 H1a: Nilai minat dalam employer branding berpengaruh positif terhadap intensi melamar pekerjaan.....	65
4.6.2 H1b: Nilai sosial dalam employer branding berpengaruh positif terhadap intensi melamar pekerjaan.....	67
4.6.3 H1c: Nilai ekonomi dalam employer branding berpengaruh positif terhadap intensi melamar pekerjaan.....	68
4.6.4 H1d: Nilai pengembangan dalam employer branding berpengaruh positif terhadap intensi melamar pekerjaan.....	69
4.6.5 H1e: Nilai aplikasi dalam employer branding berpengaruh positif terhadap intensi melamar pekerjaan.....	71
4.6.6 H2a: Pengetahuan subjektif memperlemah hubungan antara nilai minat dalam EB terhadap intensi melamar pekerjaan.....	73
4.6.7 H2b: Pengetahuan subjektif memperlemah hubungan antara nilai sosial dalam EB terhadap intensi melamar pekerjaan.....	74
4.6.8 H2c: Pengetahuan subjektif memperlemah hubungan antara nilai ekonomi dalam EB terhadap intensi melamar pekerjaan.....	75
4.6.9 H2d: Pengetahuan subjektif memperlemah hubungan antara nilai pengembangan dalam EB terhadap intensi melamar pekerjaan.....	77
4.6.10 H2e: Pengetahuan subjektif memperlemah hubungan antara nilai aplikasi dalam EB terhadap intensi melamar pekerjaan.....	78
BAB V SIMPULAN.....	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Implikasi.....	82
5.2.1 Implikasi Praktis.....	82
5.2.2 Implikasi Akademis.....	84

5.3 Saran.....	85
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	86
Daftar Pustaka.....	87
LAMPIRAN.....	99