

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.1 Manfaat Praktis	12
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	16
LANDASAN TEORITIS	16

2.1 Perkembangan Media Sosial	16
2.1.1 Media Sosial dan Praktik Akuisisi Talenta.....	17
2.4 Intensi Melamar.....	26
2.5 Teori Sinyal.....	28
2.6 Perumusan Hipotesis	29
2.6.1 Pengaruh Karakteristik Media Sosial terhadap Intensi Melamar	29
2.6.2 Peran Mediasi <i>Person-Organization Fit</i> pada Pengaruh Karakteristik Media Sosial terhadap Intensi Melamar	31
2.7 Model Penelitian.....	34
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.4.1 Karakteristik Media Sosial	39
3.4.2 Person-Organization Fit.....	40
3.4.3 <i>Employer Brand Attractiveness</i>	42
3.4.4 Intensi Melamar.....	42
3.5 Metode Analisis Data	43

3.5.1 Uji Validitas	43
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.5.3 Statistik Deskriptif.....	45
3.5.4 Uji Hipotesis.....	45
3.6 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Profil Responden	49
4.2 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50
4.2.1 Hasil Uji Validitas Indikator (<i>outer loading</i>).....	50
4.2.2 Hasil Uji Validitas Konvergen	52
4.2.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan	53
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	56
4.4 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.5 Hasil Uji Hipotesis	60
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis Hubungan Langsung	61
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis Hubungan Mediasi	62
4.6 Pembahasan	65

BAB V.....	72
SIMPULAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Implikasi	73
5.2.1 Implikasi Praktis	74
5.2.2 Implikasi Akademis	75
5.3 Keterbatasan	76
5.4 Saran.....	77
5.4.1 Saran untuk PT HM Sampoerna	77
5.4.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN I	91
KUESIONER PENELITIAN.....	91
LAMPIRAN II	0
TABULASI DATA RESPONDEN.....	0
LAMPIRAN 3.....	13
HASIL ANALISIS SEM-PLS.....	13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Alat Rekrutment PT HM Sampoerna Tbk.....	3
Gambar 1.2 Recruitment Funnel Management Trainee Sampoerna	5
Gambar 2. 1 Model Penelitian	35

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Kuesioner	49
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Indikator (outer loading).....	51
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Diskriminan	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif	57
Tabel 4. 7 Hasil Penilaian Kolinearitas	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis Hubungan Langsung.....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis Hubungan Mediasi.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	91
LAMPIRAN II	96
LAMPIRAN III.....	109