



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
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	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Lingkup Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Merek Perusahaan	12
2.2 Proposisi Nilai Perusahaan	13
2.3 ASA	16
2.4 P-O Fit	19
2.5 P-J Fit	19
2.6 Nilai Daya Tarik Perusahaan	20
2.7 Media Komunikasi Merek Perusahaan	21
2.8 Kerangka Konseptual	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25



3.2	Metode Pemilihan Partisipan	26
3.3	Teknik Pengolahan Data	28
3.4	Teknik Analisis Data	29
3.5	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Analisis Daya Tarik Internal	34
4.1.1	Daya Tarik Saat Melamar	36
4.1.2	Alasan Tetap Bekerja di Perusahaan.....	38
4.1.3	Alasan Memilih Pekerjaan	39
4.2	Analisis Proposisi Nilai Perusahaan.....	42
4.2.1	Nilai Budaya	41
4.2.2	Nilai Pekerjaan	46
4.2.3	Nilai Pemimpin	48
4.2.4	Nilai Reputasi.....	50
4.2.5	Nilai Kesejahteraan	52
4.2.6	Nilai Perkembangan dan Pertumbuhan.....	55
4.2	Analisis Daya Tarik Eksternal.....	59
4.2.1	Nilai Sosial.....	61
4.2.2	Nilai Ekonomi	62
4.2.3	Nilai Perkembangan.....	64
4.2.4	Nilai Peminatan.....	65
4.2.5	Nilai Aplikasi	67
4.3	Media dan Kegiatan Pemasaran Merek Perusahaan	70
4.3.1	Media Pemasaran Merek Perusahaan	72
4.3.2	Kegiatan Pemasaran Merek Perusahaan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Kesimpulan.....	76



5.1.1	Daya Tarik Internal	76
5.1.2	Proposisi Nilai Perusahaan.....	77
5.1.3	Daya Tarik Eksternal	79
5.1.4	Media dan Kegiatan Pemasaran Merek Perusahaan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN.....		92



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategori dan Karakteristik Partisipan.....	31
Tabel 3. 2 Keterangan Partisipan	31
Tabel 3. 3 Daftar Jadwal Wawancara	32
Tabel 4. 1 Daya Tarik Perusahaan Menurut Partisipan Internal	35
Tabel 4. 2 Pendapat Partisipan Internal Terhadap Proposisi Nilai Perusahaan	40
Tabel 4. 3 Nilai Daya Tarik Perusahaan Menurut Karyawan Potensial	60
Tabel 4. 4 Media Komunikasi dan Saran Kegiatan	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Merek Perusahaan	23
Gambar 3. 1 Pengelompokan Partisipan	27
Gambar 3. 2 Alur Pelaksanaan Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Daya Tarik Karyawan Perusahaan	41
Gambar 4. 2 Pendapat Nilai Proposisi Perusahaan	58
Gambar 4. 3 Daya Tarik Karyawan Potensial	69
Gambar 4. 4 Media Pemasaran Merek Perusahaan.....	73
Gambar 4. 5 Kegiatan Pemasaran Merek Perusahaan	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Ringkasan dan Reduksi Data – Daya Tarik Internal	92
Lampiran 2 Ringkasan dan Reduksi Data – Daya Tarik Internal	95
Lampiran 3 Ringkasan dan Reduksi Data – Daya Tarik Internal	98
Lampiran 4 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Budaya.....	101
Lampiran 5 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Budaya.....	105
Lampiran 6 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Budaya.....	108
Lampiran 7 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Pekerjaan	111
Lampiran 8 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Reputasi.....	114
Lampiran 9 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Pemimpin	117
Lampiran 10 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Kesejahteraan	120
Lampiran 11 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Kesejahteraan	122
Lampiran 12 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Perkembangan	125
Lampiran 13 Ringkasan dan Reduksi Data – Proposisi Nilai Perkembangan	127
Lampiran 14 Ringkasan dan Reduksi Data – Nilai Sosial	129
Lampiran 15 Ringkasan dan Reduksi Data – Nilai Ekonomi	132
Lampiran 16 Ringkasan dan Reduksi Data – Nilai Perkembangan	136
Lampiran 17 Ringkasan dan Reduksi Data – Nilai Peminatan	140
Lampiran 18 Ringkasan dan Reduksi Data – Nilai Aplikasi	144
Lampiran 19 Ringkasan dan Reduksi Data – Kegiatan Pemasaran	148
Lampiran 20 Ringkasan dan Reduksi Data – Media Pemasaran	155