

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI EMPLOYER BRANDING PADA RETENSI KARYAWAN MILLENIALS STUDI PADA PT Bank XYZ

Ildha Mawarni Nurhamuddin
17/422810/PEK/23656

Karyawan adalah kerangka kerja utama yang membangun kesuksesan dari suatu perusahaan. Perusahaan dengan *turnover* rendah jauh lebih mungkin untuk berhasil daripada yang dengan *turnover* tinggi. Menurut PayScale 2015 Compensation Best Practices Report, 63 persen pengusaha menganggap retensi sebagai prioritas utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dimensi employer *branding* yang terdiri dari nilai minat, nilai ekonomi, nilai pengembangan, nilai penerapan dan nilai sosial terhadap retensi karyawan, dalam hal ini retensi karyawan adalah keinginan untuk bertahan bersama organisasi. Terdapat lima hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif melalui penyebaran kuisioner *online dan offline* kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai *millennials* PT Bank XYZ berstatus tetap. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 72 pegawai. Analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai minat, ekonomi, pengembangan dan penerapan yang berpengaruh signifikan terhadap retensi karyawan. Sedangkan nilai sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap retensi karyawan.

Kata Kunci: *retensi karyawan, employer branding, turnover*

ABSTRACT

THE EFFECT OF EMPLOYER BRANDING DIMENSIONS ON MILLENNIALS EMPLOYEE RETENTION STUDY AT PT Bank XYZ

Ildha Mawarni Nurhamuddin

17/422810 / PEK / 23656

Employees are the main framework that builds the success of a company. Companies with low turnover are far more likely to succeed than those with high turnover. According to the PayScale 2015 Compensation Best Practices Report, 63 percent of employers consider retention a top priority. This study aims to analyze the influence of employer branding dimensions consisting of interest value, economic value, development value, application value and social value on employee retention, in this case employee retention is the desire to stay with the organization. There are five hypotheses that were built in this study. The method used is a quantitative method through the distribution of online and offline questionnaires to respondents. The population in this study is PT Bank XYZ millennials permanent status employees. The number of respondents involved in this study was 72 employees. Data analysis uses Structural Equation Model (SEM) analysis. The results showed that interest, economy, development and application value had a significant effect on employee retention. While social values showed no significant effect on employee retention.

Keywords: employee retention, employer branding, turnover