

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Halaman Persembahan	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Intisari	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Batasan Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 <i>Employer Branding</i>	10
2.1.2 Intensi Bergabung.....	12
2.1.3 <i>Perceived Person-Organization Fit</i>	12
2.2 Perumusan Hipotesis Penelitian.....	13
2.2.1 Pengaruh Positif <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Bergabung	13
2.2.2 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Bergabung dengan <i>Perceived Person-Organisation Fit</i> sebagai Variabel Pemediasi..	14
2.3 Model Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Strategi Penelitian.....	17

3.2	Definisi Operasional Variabel	17
3.2.1	<i>Employer Branding</i> (Variabel Independen)	18
3.2.2	Intensi Bergabung (Variabel Dependen)	20
3.2.3	<i>Perceived Person-organization Fit</i> (Variabel Pemediasi)	21
3.3	Populasi dan Sampel	21
3.4	Objek Penelitian	22
3.5	Metode Pengumpulan Data	23
3.6	Instrumen Penelitian	23
3.7	Metode Pengujian Instrumen	24
3.7.1	Uji Validitas	24
3.7.2	Uji Reliabilitas	25
3.7.3	Statistik Deskriptif	25
3.8	Metode Analisis Data	26
3.8.1	Uji Asumsi Klasik	26
3.8.2	Uji Hipotesis	27
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
4.1	Hasil Pengumpulan Data	28
4.2	Profil Responden	28
4.2.1	Domisili	28
4.2.2	Jenis Kelamin	29
4.2.3	Jenis Perguruan Tinggi Berdasarkan Pengelolaannya	29
4.2.4	Asal Perguruan Tinggi	30
4.2.5	Akun <i>Employer Branding</i> yang Diikuti	32
4.2.6	Akun <i>Employer Branding</i> yang Paling Sering Dikunjungi	33
4.2.7	Frekuensi Kunjungan ke Akun <i>Employer Branding</i> dalam 3 Bulan Terakhir	33
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	34
4.3.1	Hasil Uji Validitas	34
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	35
4.3.3	Statistik Deskriptif	35
4.4	Hasil Uji Analisis Data	39
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	39

4.4.2 Pengujian Hipotesis.....	40
4.5 Pembahasan.....	49
4.5.1 <i>Employer Branding</i> Berpengaruh Positif terhadap Intensi Bergabung	49
4.5.2 <i>Perceived Person-organization Fit</i> Memediasi Pengaruh Positif <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Bergabung.....	51
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Simpulan.....	54
5.2 Implikasi	55
5.2.1 Implikasi Praktis	55
5.2.2 Implikasi Teoretis	56
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.4 Saran.....	57
Daftar Pustaka	59
Lampiran	64