

ABSTRAK

Dunia sumber daya manusia saat ini sedang menghadapi perang talenta. Setiap perusahaan harus memiliki strategi yang baik dalam mengelola sumber daya manusia agar tetap mampu bersaing dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Salah satu upaya dan strategi *employer branding* yang telah digunakan banyak perusahaan adalah dengan retensi karyawan. Dengan mengidentifikasi keinginan karyawan untuk bertahan, perusahaan diharapkan dapat memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dimensi *employer branding* yang dianggap paling penting dan diinginkan oleh karyawan PT Aneka Gas Industri Tbk wilayah Jawa Barat, Jakarta, dan Banten (Bartaten) untuk bertahan di perusahaan. Penelitian ini juga menganalisis perbedaan karakteristik karyawan yang dibedakan dalam generasi, baik generasi X maupun generasi Y. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan data dikumpulkan melalui survei daring. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 263 karyawan PT Aneka Gas Industri Tbk wilayah Bartaten. Melalui uji regresi linear berganda dan uji *split sample*, hasil penelitian ini membuktikan bahwa dimensi *development value* dianggap tidak penting. Dalam konteks generasi, terdapat banyak perbedaan karakteristik pada masing-masing dimensi. Hal ini dapat menjadi langkah awal bagi PT Aneka Gas Industri Tbk dalam menyusun dan menentukan strategi *employer branding* dalam upaya mempertahankan karyawan.

Kata kunci: *Employer Branding*, Keinginan untuk Bertahan, Generasi X, Generasi Y

ABSTRACT

The world of human resources is currently facing a talent war. Every company must have a good strategy in managing human resources in order to remain competitive and increase the company's competitive advantage. One of the employer branding efforts and strategies that have been used by many companies is employee retention. By retaining potential employees, the company is expected to win the competition. This study aims to identify the dimensions of employer branding that are considered the most important by employees of PT Aneka Gas Industri Tbk in West Java, Jakarta and Banten (Bartaten) in their desire to stay in the company. This study also analyzes the differences in employee preferences that differ in generations, both generation X and generation Y. This research was conducted using quantitative methods and data was collected through online surveys. The number of respondents in this study were 263 employees of PT Aneka Gas Industri Tbk in the Bartaten area. Through multiple linear regression test and split sample test, the results of this study prove that the dimension of development value is considered unimportant. In the context of generation, there are many differences in the characteristics of generations in each dimension. This can be the first step for PT Aneka Gas Industri Tbk in developing and determining an employer branding strategy to increase employee's intention to stay.

Keywords: Employer Branding, Intention to Stay, Generation X, Generation Y