

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Motivasi Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Kontribusi Penelitian.....	11
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Daya Tarik Perusahaan dan <i>Employer Branding</i>	13
2.1.2 Reputasi Perusahaan.....	16
2.1.3 Media Sosial.....	18
2.1.4. Minat untuk Melamar Pekerjaan	20
2.2 Hipotesis.....	22
2.2.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Reputasi Perusahaan	22

2.2.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Reputasi Perusahaan	23
2.2.3 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan	24
2.2.4 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	25
2.2.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan ...	26
2.2.6 Penggunaan Media Sosial Memoderasi Hubungan antara Reputasi Perusahaan dan Minat Melamar Pekerjaan	27
2.2.7 Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan antara <i>Employer Branding</i> dan Minat Melamar Pekerjaan.....	28
2.2.8 Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan antara Penggunaan Media Sosial dan Minat Melamar Pekerjaan.....	28
2.3 Kerangka Penelitian	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	31
3.2.1 Variabel Dependen	31
3.2.1.1 Minat untuk Melamar Pekerjaan	32
3.2.2 Variabel Independen	32
3.2.2.1 Employer Branding	33
3.2.2.2 Reputasi Perusahaan	34
3.2.2.3 Media Sosial.....	35
3.2.3 Variabel Moderasi	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Instrumen Penelitian.....	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	38
3.5.1 Data Primer	38
3.5.2 Data Sekunder	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	39

3.6.1.1 Uji Validitas Konvergen	39
3.6.1.2 Uji Validitas Diskriminan	40
3.6.1.3 Uji Reliabilitas	40
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.6.1.3 Uji Reliabilitas	41
3.6.2.2 Predictive Relevance	41
3.6.2.3 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	42
3.6.2.4 Analisis SEM dengan Efek Mediasi	42
BAB IV	44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Pengumpulan Data	44
4.2 Analisis Deskriptif	44
4.2.1 Karakteristik Responden	44
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	47
4.2.2.1 Hasil Analisis Variabel Independen	47
4.2.2.2 Hasil Analisis Variabel Dependen	52
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
4.3.1 Uji Validitas Konvergen	53
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan	61
4.3.3 Uji Reliabilitas	64
4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.4.1 R-Square (R^2)	65
4.4.2 Q^2 Predictive Relevance	66
4.4.3 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	67
4.4 Pembahasan	75
4.4.1 <i>Employer Branding</i> terhadap Reputasi Perusahaan	75
4.4.2 Media Sosial terhadap Reputasi Perusahaan	77
4.4.3 <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan	78
4.4.4 Media Sosial terhadap Minat Melamar Pekerjaan	81
4.4.5 Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan	84

4.4.6 Pengaruh Moderasi Media Sosial pada Hubungan antara Reputasi dan Minat Melamar Pekerjaan	86
4.4.7 Reputasi Perusahaan Memediasi <i>Employer Branding</i> dengan Minat Melamar Pekerjaan.....	87
4.4.8 Reputasi Perusahaan Memediasi Penggunaan Media Sosial dengan Minat Melamar Pekerjaan	88
BAB V.....	90
SIMPULAN	90
5.1 Simpulan	90
5.2 Saran.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian	92
5.4 Implikasi Manajerial.....	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	104