

TESIS

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP
KEINGINAN UNTUK TINGGAL DENGAN KEPUASAN
KERJA SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI
DI PT PURINUSA EKAPERSADA SEMARANG**



Alfonsus Raditya Primadi Nurcahyo

165002617

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019

TESIS

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP
KEINGINAN UNTUK TINGGAL DENGAN KEPUASAN
KERJA SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI
DI PT PURINUSA EKAPERSADA SEMARANG**



Disusun oleh :

Alfonsus Raditya Primadi Nurcahyo

No. Mhs : 165002617/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Alfonsus Raditya Primadi Nurcahyo
Nomor Mahasiswa : 165002617/PS/MM
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia
Judul Tesis : Pengaruh *Employer Branding* Terhadap
Keinginan untuk Tinggal dengan Kepuasan
Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Di PT
Purinusa Ekapersada Semarang

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. M. Parnawa Putranta, M.B.A, Ph.D.

15/11/2018



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Alfonsus Raditya Primadi Nurcahyo
Nomor Mahasiswa : 165002617/PS/MM
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia
Judul Tesis : Pengaruh *Employer Branding* terhadap Keinginan untuk
Tinggal dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel
Pemediasi Di PT Purinusa Ekapersada Semarang

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. M. Parnawa Putranta, M.B.A, Ph.D

15/1/18

Prof. Dr. J. Sukmawati Sukamulja, MM

16 Januari 2019

Dr. C. Handoyo Wibisono, MM

16/1-2019



Ketua Program Studi

Dr. Dra. Jeanne Ellyawati, MM

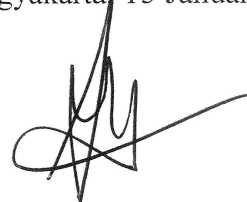
HALAMAN PERNYATAAN

Saya, Alfonsus Raditya Primadi Nurcahyo, yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul “PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP KEINGINAN UNTUK TINGGAL DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI DI PT PURINUSA EKAPERSADA SEMARANG”, adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen ini ataupun pada program lainnya.

Saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi lain yang berlaku sesuai peraturan, bila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil duplikasi atau plagiasi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Januari 2019



Alfonsus Raditya

INTISARI

Penelitian ini menganalisis pengaruh *employer branding* terhadap keinginan untuk tinggal dengan kepuasan kerja sebagai variabel pemediasi. *Employer branding* dapat diukur dari 4 dimensi yakni nilai ekonomi, nilai sosial, nilai pengembangan dan nilai reputasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Responden dari penelitian ini berjumlah 108 responden, dimana responden adalah karyawan tetap PT Purinusa Ekapersada dalam masa kerja lebih dari 1 tahun. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis path.

Pada hasil pertama penelitian ini diketahui bahwa *employer branding* berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk tinggal. Pada hasil kedua penelitian ini diketahui bahwa *employer branding* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Pada hasil ketiga penelitian ini diketahui bahwa kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk tinggal. Pada hasil keempat penelitian ini diketahui bahwa kepuasan kerja yang memediasi pengaruh *employer branding* terhadap keinginan untuk tinggal menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan dan juga diketahui bahwa kepuasan kerja merupakan variabel mediasi.

Kata Kunci: *Employer Branding*, Kepuasan Kerja, Keinginan untuk Tinggal.

ABSTRACT

This research analyzes the effect of employer branding on intention to stay with job satisfaction as a mediation variable. Employer branding can be measured from four dimensions, that is economic value, social value, development value and reputation value.

The sampling technique used purposive sampling method. Respondents from this study amounted to 108 respondents, which respondents were permanent employees of PT Purinusa Ekapersada in a work period of more than 1 year. The data analysis tool used is path analysis.

In the first results of this study presents that employer branding affect intention to stay significantly. In the second results of this study presents that employer branding affect job satisfaction significantly. In the third results of this study presents that job satisfaction affect intention to stay significantly. In the fourth results of this study presents job satisfaction not significantly mediation the effect of employer branding on intention to stay.

Keywords: Employer Branding, Job Satisfaction, Intention to Stay.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat, hikmat dan karuniaNya yang berlimpah, sehingga tesis yang berjudul: **“Pengaruh *Employer Branding* Terhadap Keinginan untuk Tinggal Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Di PT Purinusa Ekapersada Semarang”** dapat penulis selesaikan dengan baik. Penulisan tesis ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan dan dukungan dari banyak pihak yang telah membantu proses penyelesaian tesis ini, yaitu:

1. Bapak Dr. M. Parnawa Putranta, M.B.A, Ph.D selaku pembimbing tesis, yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga penulisan tesis ini bisa berjalan dengan baik dan lancar.
2. Papa, Mama, dan saudara-saudari terkasih yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril.
3. Vina Christina Natalia yang selalu memotivasi, memberikan bantuan dan pendapat untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Dudung Kusnadi selaku HRD PT Purinusa Ekapersada Semarang yang membantu proses kelancaran jalannya penelitian.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 15 Januari 2018



Alfonsus Raditya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
INTISARI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penyajian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Tinjauan Pustaka	10

1. <i>Employer Branding</i>	10
a. Pengertian <i>Employer Branding</i>	10
b. Aspek Kunci Membangun <i>Employer Branding</i>	12
c. Manfaat <i>Employer Branding</i>	13
d. Tujuan <i>Employer Branding</i>	14
e. Dimensi <i>Employer Branding</i>	15
f. Faktor-Faktor <i>Employer Branding</i>	16
2. Kepuasan Kerja.....	18
a. Aspek Kepuasan Kerja	19
b. Dampak Kepuasan Kerja dan Ketidakpuasan Kerja.....	20
c. Faktor-Faktor Kepuasan Kerja	21
3. Keinginan untuk Tinggal	23
a. Konteks Keinginan untuk Tinggal	24
b. Faktor-Faktor Keinginan untuk Tinggal	25
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Hipotesis Penelitian	28
D. Kerangka Penelitian.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Disain Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data.....	34
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Instrumen Penelitian	36
E. Metode Pengukuran Data.....	39

F. Definisi Operasional.....	41
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
H. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Analisis Profil Responden	45
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	48
1. Hasil Uji Validitas <i>Employer Branding</i>	48
2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Kerja.....	49
3. Hasil Uji Validitas Keinginan untuk Tinggal	49
4. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
C. Deskripsi Respon Variabel	51
1. Deskripsi Respon Pada Variabel <i>Employer Branding</i>	52
2. Deskripsi Respon Pada Variabel Kepuasan Kerja.....	56
3. Deskripsi Respon Pada Variabel Keinginan untuk Tinggal	57
D. Analisis <i>Path</i>	58
1. Analisis Regresi <i>Employer Branding</i> (X) terhadap Keinginan untuk Tinggal (Y)	59
2. Analisis Regresi <i>Employer Branding</i> (X) terhadap Kepuasan Kerja (M)	59
3. Analisis Regresi <i>Employer Branding</i> (X) dan Kepuasan Kerja (M) terhadap Keinginan untuk Tinggal (Y)	60
E. Pengujian Hipotesis	62
F. Pembahasan.....	64

1. Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Keinginan untuk Tinggal	69
2. Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap kepuasan kerja.....	69
3. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Keinginan untuk Tinggal	70
4. Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Keinginan untuk Tinggal dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi.....	71
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Implikasi Manajerial.....	74
C. Keterbatasan Penelitian	77
D. Penelitian Selanjutnya	78
Daftar Pustaka	79
Lampiran	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Keterangan dan <i>Rating Skala Likert</i>	40
Tabel 3.2 Interval dan Kategori Variabel.....	40
Tabel 3.3 Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Status Karyawan,Masa Kerja, dan Usia	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas <i>Employer Branding</i>	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Kerja	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keinginan untuk Tinggal	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Employer Branding</i> , Kepuasan Kerja dan Keinginan untuk Tinggal	50
Tabel 4.6 <i>Intercorrelations</i>	51
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Employer Branding</i>	52
Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Variabel Kepuasan Kerja	56
Tabel 4.9 Nilai Rata-Rata Variabel Keinginan untuk Tinggal.....	57
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi <i>employer Branding</i> terhadap Keinginan untuk Tinggal	59
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi <i>employer Branding</i> terhadap Kepuasan Kerja.....	60
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi <i>employer Branding</i> dan kepuasan kerja terhadap Keinginan untuk Tinggal	60
Tabel 4.13 <i>Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	32
Gambar 4.1 Diagram Analisis Path.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Deskriptif Statistik.....	91
Lampiran 3 Korelasi.....	94
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	96
Lampiran 5 Uji Analisis <i>Path</i>	103

