

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diulas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Aspek *application value* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *employee retention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa dimensi-dimensi dalam *application value*, seperti kesempatan untuk membagikan pengetahuan dan keterampilan serta penerapan ilmu dan kemampuan dalam pekerjaan, ternyata tidak secara langsung memengaruhi keputusan karyawan untuk tetap bekerja di Hotel Mina Pelasa.
2. Variabel *development value* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap *employee retention* di Hotel Mina Pelasa. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan cenderung akan mempertahankan komitmennya terhadap perusahaan, saat mereka merasa mendapatkan kesempatan untuk berkembang yakni melalui berbagai pelaksanaan kegiatan pelatihan serta kejelasan peningkatan jenjang karier karyawan. Selain itu, karyawan di Hotel Mina Pelasa juga akan bertahan, ketika mereka diberikan kesempatan untuk mengapresiasi dirinya, menumbuhkan rasa percaya diri, peningkatan kompetensinya serta pemberian *reward* yang tepat.
3. *Interest Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *employee retention* di Hotel Mina Pelasa. Hal ini berarti daya tarik pekerjaan seperti produk dan layanan, lingkungan kerja, keunikan praktik kerja, apresiasi nilai diri untuk

keaktivitas, ternyata tidak cukup berperan dalam mendorong karyawan agar berkomitmen bertahan di Hotel Mina Pelasa. Ini membuktikan ada variabel di luar *interest value* yang berpengaruh terhadap karyawan agar bisa bertahan bekerja di Hotel Mina Pelasa.

4. Variabel *Work/life balance* ditemukan tidak ada berpengaruh signifikan terhadap variabel *employee retention* di Hotel Mina Pelasa. Aspek keseimbangan antara kehidupan personal karyawan dan kehidupan kerja tidak cukup mempengaruhi karyawan untuk tetap bertahan bekerja di perusahaan. Selain itu, aspek fleksibilitas dalam hal pengaturan kerja pun tidak cukup berdampak untuk mempengaruhi karyawan agar *employee retention* dapat diwujudkan di Hotel Mina Pelasa.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial terkait *development value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee retention*. Memiliki implikasi penting bagi strategi manajemen sumber daya manusia (SDM) di Hotel Mina Pelasa. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu membuat strategi prioritas seperti pelaksanaan *training*, pemetaan dan pengembangan karier yang jelas, serta pelaksanaan *coaching* secara kontinyu. Selain itu pihak pengelola hotel juga perlu menciptakan budaya kerja yang mendukung penghargaan terhadap pencapaian personal, baik berupa pemberian *reward* finansial maupun non-finansial kepada karyawan yang ada di Hotel Mina Pelasa. Dengan mengintegrasikan strategi ini secara konsisten, terukur dan sistematis, maka Hotel Mina Pelasa akan dapat meningkatkan *employee*

retention sekaligus mendorong pertumbuhan profesional dan produktivitas khususnya dalam memberikan layanan kepada para konsumen (wisatawan).

Sedangkan implikasi manajemen di Hotel Mina Pelasa terhadap hasil *variable application value*, *interest value* dan *work/life balance* yang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *employee retention*, adalah pihak manajemen perlu melakukan evaluasi sistem kerja yang menyeluruh. Ini bertujuan untuk memantau dan memastikan kontribusi aktif karyawan sesuai dengan kompetensinya sehingga ke depannya karyawan di Hotel Mina Pelasa bisa meningkat loyalitasnya terhadap perusahaan.

Selanjutnya, karena umumnya layanan di industri perhotelan, sangat mengutamakan karakteristik kerja yang dinamis dalam rangka untuk memberikan pelayanan prima kepada wisatawan (konsumen). Pihak manajemen perlu memahami preferensi dan kebutuhan karyawan secara spesifik dan personal. Ini bisa dilaksanakan melalui berbagai kegiatan, misalnya survei kepada kepuasan karyawan, mengakomodir forum diskusi, serta melakukan kegiatan-kegiatan *outing* (*outbond*) kepada karyawan, yang bertujuan untuk menumbuhkan semangat kerja, meningkatkan loyalitas karyawan, menginternalisasi nilai-nilai perusahaan kepada karyawan, serta dan meningkatkan kemudahan komunikasi dan rasa kekeluargaan antar karyawan di Hotel Mina Pelasa. Yang harapannya, *employee retention* dapat diwujudkan dengan baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak bisa dilepaskan dari berbagai keterbatasan dan kelemahan proses penelitian, seperti pada aspek teori, konsep serta penerapan metodologi

penelitiannya. Ulasan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk perbaikan-perbaikan pada penelitian di masa mendatang. Adapun keterbatasan tersebut diulas sebagai berikut.

1. Jumlah sampel masih terbatas dan hanya dilakukan pada satu perusahaan saja, yaitu di Hotel Mina Pelasa. Untuk itu, hasil yang diperoleh tidak dapat digeneralisasikan secara luas ke semua bisnis perhotelan, yang biasanya memiliki karakteristik dan kondisi organisasi yang berbeda-beda.
2. Pencarian data secara daring melalui *google form* dan distribusi kuesioner diserahkan kepada manajer operasional Hotel Mina Pelasa. Sehingga kondisi ini tidak bisa dikendalikan secara penuh, pada saat responden mengisi jawaban di kuesioner yang diedarkan. Hal ini bisa mempengaruhi keakuratan data dalam proses penelitian ini.
3. Beberapa deretan pertanyaan dalam kuesioner, tampaknya cukup sulit dipahami oleh responden. Ini dapat mengganggu validitas jawaban, terutama terkait variable Y (*employee retention*), ternyata dalam penelitian ini ditemukan ada 3 indikator yang tidak valid. Dengan hasil ini, diduga sebagai salah satu penyebab terhadap hasil penelitian yang menemukan ada 3 variabel (*application value*, *interest value*, dan *work/life balance*) tidak berpengaruh terhadap *employee retention*.
4. Penelitian ini tidak mencatat secara pasti posisi atau jabatan spesifik masing-masing responden, melainkan hanya berasumsi bahwa responden berasal dari kalangan karyawan operasional. Hal ini membatasi pemahaman tentang

bagaimana pengaruh *employer branding* terhadap retensi karyawan yang memiliki posisi atau jabatan yang berbeda dalam perusahaan.

5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan dilakukan lebih dari satu hotel agar hasil yang diperoleh mampu mewakili kondisi dalam industri perhotelan secara lebih luas. dengan melibatkan jumlah dan lokasi yang lebih banyak, penelitian selanjutnya diharapkan bisa memberikan gambar yang lebih menyeluruh dan akurat tentang faktor-faktor yang memengaruhi *employee retention*
2. Pengumpulan data terutama dalam pengisian kuesioner, diharapkan ada pendampingan secara langsung kepada responden. Sehingga setiap butir pertanyaan dapat dipahami dengan jelas oleh para responden, serta kemungkinan bias data bisa diminimalisasi dalam proses penelitian.
3. Penyusunan kuesioner dalam penelitian, disarankan agar membuat pertanyaan yang lebih sederhana dan jelas sehingga mudah dipahami oleh para responden. Selain itu diharapkan, pertanyaan yang disusun menyesuaikan dengan tingkat pengetahuan, latar Pendidikan para karyawan. Selain itu di dalam pertanyaan diadaptasikan dengan menggunakan istilah-istilah di bidang perhotelan sehingga dapat dimengerti lebih baik oleh para responden.
4. Pencatatan Posisi dan Jabatan Karyawan secara spesifik Dalam penelitian ini, hanya diasumsikan bahwa semua responden berasal dari karyawan operasional. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencatat secara spesifik posisi

atau jabatan masing-masing responden agar dapat lebih jelas melihat pengaruh *employer branding* terhadap *employee retention* pada berbagai posisi di perusahaan. Hal ini akan membantu memperoleh hasil yang lebih mendalam dan relevan bagi pengambilan keputusan perusahaan.



Daftar Pustaka

- Ada, N., Korolchuk, M., & Yunyk, I. (2023). The Role of Employer Branding Practices on Management of Employee Attraction and Retention. *Economics.Ecology. Socium*, 7(1), 46–60. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2023.7.1-5>
- Ahmad, N. A., & Daud, S. (2016). Engaging People with Employer Branding. *Procedia Economics and Finance*, 35, 690–698. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00086-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00086-1)
- Al-Asfour Oglala Lakota College Larry Lettau, A. (2014). *Strategies for Leadership Styles for Multi-Generational Workforce*.
- Alifia, Z., Hafiar, H., & Sani, D. A. (2020). *Pelaksanaan Employer Branding PT. Arya Noble* (Vol. 11, Issue 1).
- Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The employer brand. *Journal of Brand Management*, 4(3), 185–206. <https://doi.org/10.1057/bm.1996.42>
- Ariana. (2017). *Upaya minimalisasi turnover karyawan di harper kuta hotel bali*.
- Batary Citta, A., Hasanuddin Makassar, U., Hamid, N., & Mardiana Yusuf, R. (2020). *PENERAPAN EMPLOYER BRANDING DALAM SUATU PERUSAHAAN : STUDI BEBERAPA LITERATURE Nurdin Brasit* (Vol. 5, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>
- Bureau of Labor Statistics. (2022). *Job Openings and Labor Turnover - January 2022*. <https://doi.org/10.0>
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An Interdisciplinary review. In *Journal of Management* (Vol. 31, Issue 6, pp. 874–900). <https://doi.org/10.1177/0149206305279602>
- Dabirian, A., Kietzmann, J., & Diba, H. (2017). A great place to work!?! Understanding crowdsourced employer branding. *Business Horizons*, 60(2), 197–205. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.11.005>
- Dave, P. (2013). *Attracting Talents: A study of Employer Branding*. <https://www.researchgate.net/publication/341358273>

- Emerson, R. M. (1976). *SOCIAL EXCHANGE THEORY*. www.annualreviews.org
- Fajrina, N., Dwi Pramesti, R., Grafika dan Penerbitan, T., Studi Grafis, P., & Negeri Jakarta Jl GA Siwabessy, P. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 2023.
- Figurska -ewa Matuska, I. (2013). *Human Resources Management & Ergonomics EMPLOYER BRANDING AS A HUMAN RESOURCES MANAGEMENT STRATEGY*. <http://www.randstadaward.ca>
- Gilani, H., & Cunningham, L. (2017). Employer branding and its influence on employee retention: A literature review. *The Marketing Review*, 17(2), 239–256. <https://doi.org/10.1362/146934717x14909733966209>
- Guthridge, M., Komm, A. B., Lawson, E., Crosby, B., Handfield-Jones, H., & Axelrod, B. (2008). *Making talent a strategic priority*.
- Haar, J. M., Russo, M., Suue, A., & Ollier-Malaterre, A. (2019). *OUTCOMES OF WORK-LIFE BALANCE ON JOB SATISFACTION, LIFE SATISFACTION AND MENTAL HEALTH: A STUDY ACROSS SEVEN CULTURES*.
- Hadi, N. U., & Ahmed, S. (2018). Role of employer branding dimensions on employee retention: Evidence from educational sector. *Administrative Sciences*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/admsci8030044>
- Haque, S., Eberhart, Z., Bansal, A., & McMillan, C. (2024). Semantic Similarity Metrics for Evaluating Source Code Summarization. *IEEE International Conference on Program Comprehension, 2022-March*, 36–47. <https://doi.org/10.1145/nnnnnnnn.nnnnnnn>
- Joko Haryono, M. R. (2023). <title>. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(2), 212. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i2.1740>
- Ketut Juliantara, I., Hanna Sihombing, I. H., & Luh Ketut Sri Sulistyawati, N. (2020). *The Effect of Employee Engagement on Turnover Intention: The Case of Golden Tulip Jineng Resort Bali Hotel*.
- Kyndt, E., Dochy, F., Michielsens, M., & Moeyaert, B. (2009). Employee Retention: Organisational and personal perspectives. *Vocations and Learning*, 2(3), 195–215. <https://doi.org/10.1007/s12186-009-9024-7>
- Lahkar Das, B., & Baruah, M. (2013). *Employee Retention: A Review of Literature* (Vol. 14, Issue 2). www.iosrjournals.orgwww.iosrjournals.org

- Lee, C.-C., Huang, S.-H., & Zhao, C.-Y. (2012). *Asian Economic and Financial Review* 2(7):866-875 *A STUDY ON FACTORS AFFECTING TURNOVER INTENTION OF HOTEL EMPLOYEES*. <http://aessweb.com/journal-detail.php?id=5002>
- Mampuru, M. P., Mokoena, B. A., Isabirye, A. K., & Mampuru, M. (2024). *SA Journal of Human Resource Management Affiliation*. <https://doi.org/10.4102/sajhrm>
- Maxwell, R., & Knox, S. (2009). Motivating employees to “live the brand”: a comparative case study of employer brand attractiveness within the firm A. In *JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT* (Vol. 25, Issue 9).
- Mazlan et al. (2023). Challenges of Talent Retention: A Review of Literature. *Journal of Business and Management Review*, 4(2), 078–091. <https://doi.org/10.47153/jbmr42.6302023>
- Mehta, M., Kurbetti, A., & Dhankhar, R. (2014). International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 2(2). www.ijarcsms.com
- Newman, A., Thanacoody, R., & Hui, W. (2011). The impact of employee perceptions of training on organizational commitment and turnover intentions: A study of multinationals in the Chinese service sector. *International Journal of Human Resource Management*, 22(8), 1765–1787. <https://doi.org/10.1080/09585192.2011.565667>
- Novry, P., Rehatta, R., Sijabat, A., Tutupoho, S., Muskita, F. I., Waly, N., Pattimura, U., & Id, R. C. (2022). The Effect of Employer Branding On Turnover Intention Mediated By Employee Engagement At PT. Ambon Federal International Finance Pengaruh Employer Branding Terhadap Turnover Intention Di Mediasi Oleh Employee Engagement Pada PT. Federal International Finance Ambon. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Okolocha. (2020). Influence of Employee-Focused Corporate Social Responsibility and Employer Brand on Turnover Intention. *European Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.7176/ejbm/12-9-07>
- Radhinda, P. A. (2020). Penerapan Proses Employer Branding pada Perusahaan E-commerce (Studi Kasus pada Shopee Indonesia). In *Journal of Southeast Asian Communication* (Vol. 1).

- Rosilawati, Y., Ilmu, J., Fisip, K., Muhammadiyah, U., Ring, Y. J., & Yogyakarta, R. S. (2014). EMPLOYEE BRANDING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI UNTUK MENGKOMUNIKASIKAN CITRA MEREK (BRAND-IMAGE). In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 6, Issue 3).
- Sekaran & Bougie. (2013). *An Easy Way To Help St Udent S Learn, Collaborat e, and Grow*. www.wileypluslearningspace.com
- Silaban, H., & Margaretha, M. (2021). The Impact Work-Life Balance Toward Job Satisfaction and Employee Retention: Study of Millennial Employees in Bandung City, Indonesia. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 7(3), 18–26. <https://doi.org/10.18775/ijied.1849-7551-7020.2015.73.2002>
- Singh, D. (2019). A Literature Review on Employee Retention with Focus on Recent Trends. *International Journal of Scientific Research in Science, Engineering and Technology*, 425–431. <https://doi.org/10.32628/ijrst195463>
- Singh, D., & Amandeep. (2017). IMPACT OF EMPLOYEE TURNOVER ON HOTEL INDUSTRY- A STUDY OF SELECTED HOTELS OF NEW DELHI. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 5(4), 153–158. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v5.i4.2017.1807>
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: Employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product and Brand Management*, 22(7), 473–483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Dan R&D Penerbit Altabi'ia Bandung*.
- Sukwika, T. (n.d.). *Menentukan Populasi dan Sampling*. <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Sumartik, O., Ambarwati, R., Febriani, R., & Prasetyo, W. E. (2023). *BUKU AJAR Manajemen Talenta dan Implementasinya di Industri Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.
- Susilo, J., & Satria, I. G. B. H. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Yang Dimediasi Oleh Komitmen Organisasional

Karyawan Kontrak. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3700. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p15>

Usman, M., Karsim, Mufrihah, M., Shalahuddin, A., & Hasanudin. (2024). The Influence of Employer Branding and Employee Value Proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup. *Ilomata International Journal of Management*, 6(2), 519–538. <https://doi.org/10.61194/ijjm.v6i2.1505>



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KOESIONER

PENGARUH DIMENSI *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP *EMPLOYEE RETENTION* DI HOTEL MINA PLASA LEGIAN BALI

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/ Responden,

Perkenalkan, saya Wayan Rama Bharga Wicaksana, mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2021 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang menjalankan penelitian sebagai bagian dari penyusunan skripsi yang berjudul "**PENGARUH DIMENSI *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP *EMPLOYEE RETENTION* DI HOTEL MINA PELASA LEGIAN BALI**"

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu berkenan mengisi kuesioner yang diajukan. Kuesioner ini disusun untuk kepentingan akademik. Seluruh informasi serta jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Apabila terdapat pertanyaan atau klarifikasi lebih lanjut, saya dapat dihubungi melalui email ramabharganey@gmail.com atau melalui WhatsApp di nomor 081238307011

Atas perhatian dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Berikut skala penilaian yang digunakan dalam pengisian kuesioner:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Data Responden

1. Nama Responden :

2. Jenis kelamin

☐ laki - laki

☐ perempuan

3. Usia

☐ 18 - 23 tahun

☐ 24 - 29 tahun

☐ 30 - 35 tahun

☐ 36 - 41 tahun

☐ > 41

4. Masa kerja

☐ 6 bulan- 1 tahun

☐ 1 - 2 tahun

☐ 3 - 4 tahun

☐ 5 - 6 tahun

☐ > 6 tahun

5. Status pernikahan

- ☐ Belum Menikah
- ☐ Menikah

No	Pernyataan	Penilaian				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
<i>Application Value</i>						
1.	Saya diberikan kesempatan untuk membagikan pengetahuan yang saya miliki kepada rekan kerja.					
2.	Saya memiliki kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah saya pelajari.					
3.	Perusahaan ini mendorong saya untuk menggunakan ilmu dan ketrampilan dalam pekerjaan sehari-hari.					
<i>Development Value</i>						
1.	Perusahaan ini memberikan pondasi yang kuat dalam pengembangan karir di masa depan.					
2.	Saya merasa lebih menghargai diri sendiri setelah bekerja di perusahaan ini.					
3.	Pengalaman bekerja di perusahaan ini meningkatkan rasa percaya diri saya.					
4.	Perusahaan ini menyediakan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kompetensi saya.					
5.	Pihak manajemen dari perusahaan ini memberikan penghargaan kepada karyawannya.					
<i>Interest Value</i>						
1.	Perusahaan ini menghasilkan produk dan layanan yang otentik.					

2.	Perusahaan ini menerapkan praktik kerja yang unik dan berbeda dari perusahaan lain.					
3.	Lingkungan kerja di perusahaan saya membuat saya senang dan bersemangat.					
4.	Perusahaan saya menghargai nilai-nilai serta mendorong saya untuk berpikir kreatif.					
5.	Produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan saya memiliki kualitas yang baik.					
Work/Life Balance						
1.	Perusahaan ini menyediakan pengaturan kerja yang fleksibel bagi saya.					
2.	Perusahaan ini peduli terhadap keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi saya.					
3.	Fleksibilitas kerja di perusahaan ini membantu saya sukses dalam pekerjaan dan kehidupan pribadi saya.					
Employee Retention						
1.	Saya memiliki rencana dalam tiga tahun kedepan untuk pindah ke perusahaan lain.					
2.	Saya merasa puas dengan pekerjaan saya di perusahaan ini.					
3.	Jika saya ingin mencoba pekerjaan atau posisi baru, saya akan mencarinya terlebih dahulu pada perusahaan ini.					
4.	Saya melihat masa depan karir saya dapat berkembang di perusahaan ini.					
5.	Bagi saya, yang terpenting adalah memiliki suatu pekerjaan, di mana pun tempatnya baik di perusahaan in maupun tempat lain.					

6.	Jika keputusan sepenuhnya ada pada saya, saya ingin tetap bekerja dengan perusahaan ini selama lima tahun kedepan.					
7.	Jika saya dapat memulai dari awal, saya mungkin akan memilih perusahaan lain untuk bekerja.					
8.	Saya bersedia menerima tawaran pekerjaan yang menarik di perusahaan lain.					
9.	Saya menganggap pekerjaan saya saat ini sangat penting.					
10.	Saya menikmati bekerja di perusahaan ini.					
11.	Saya pernah mencari informasi lowongan pekerjaan di perusahaan lain.					

LAMPIRAN 2 JAWABAN KUESIONER

a. Jawaban X1

4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	4	11
3	4	4	11
3	4	4	11
5	4	5	14
4	3	3	10
3	3	3	9
5	4	5	14
3	3	3	9
3	4	4	11
4	3	5	12
3	4	4	11
3	3	3	9
3	4	4	11
3	4	4	11
4	3	3	10
4	4	4	12
3	3	3	9
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	3	13
4	3	4	11
1	1	2	4
3	4	4	11
5	5	4	14
5	3	5	13
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
5	4	5	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	4	10
5	5	5	15
4	4	4	12

b. Jawaban X2

4	4	4	5	5	22
3	3	3	4	3	16
3	3	4	3	4	17
4	3	3	3	3	16
3	4	4	4	5	20
4	5	5	4	3	21
2	3	3	3	3	14
2	2	2	2	2	10
5	3	4	5	5	22
3	4	4	3	5	19
3	3	2	4	2	14
5	4	4	5	4	22
4	3	4	4	4	19
2	3	3	2	2	12
3	3	3	4	3	16
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	4	4	5	4	20
4	3	4	4	3	18
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	5	21
3	3	4	3	5	18
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16
3	3	1	3	2	12
3	4	4	4	3	18
5	4	5	5	5	24
3	4	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
3	3	3	4	4	17
4	3	4	4	5	20
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
2	4	2	3	2	13
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

c. Jawaban X3

4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	17
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18
5	5	4	4	3	21
3	2	3	3	3	14
2	4	2	3	2	13
4	3	3	4	5	19
4	2	3	2	3	14
3	2	2	2	2	11
4	4	5	4	4	21
3	3	4	4	4	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	4	18
3	3	2	3	3	14
4	2	4	4	4	18
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	4	22
4	4	5	4	4	21
3	3	4	3	3	16
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	4	16
2	3	1	2	1	9
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	5	22
3	3	5	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
5	4	4	4	4	21
4	4	3	3	4	18
3	3	4	4	4	18
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
2	2	3	3	2	12
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19

d. Jawaban X4

2	2	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	4	4	11
3	3	3	9
1	3	2	3
4	3	4	11
3	3	3	9
2	1	2	5
5	4	3	12
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	2	8
4	4	3	11
2	2	3	7
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	4	14
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	4	14
3	3	3	9
4	4	4	12
3	4	3	10
4	4	4	12
5	5	5	15
3	3	2	8
5	5	5	15
4	4	4	12

e. Jawaban Y1

4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	2	3	3	3	4	3	3	24
4	3	3	3	2	4	3	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	3	3	2	3	3	2	23
4	4	3	3	3	5	3	2	27
2	3	3	3	3	3	3	3	23
2	2	2	1	1	2	1	3	14
5	3	4	4	3	4	4	5	32
4	2	3	3	4	3	3	4	26
3	3	3	3	3	4	2	1	22
4	1	3	3	3	4	4	1	23
4	3	3	3	3	4	4	3	27
3	3	1	1	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	3	3	4	4	3	28
3	3	1	1	1	5	3	1	18
3	3	4	3	3	4	4	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	3	5	4	4	29
3	3	3	2	3	3	3	3	23
4	3	4	3	3	4	5	2	28
4	3	3	5	3	4	4	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	2	3	4	4	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	2	3	3	4	2	23
4	3	3	3	3	3	3	4	26
4	4	4	3	4	4	5	3	31
3	3	3	1	5	4	5	5	29
4	4	4	4	2	4	4	3	29
3	2	3	1	5	3	1	5	23
4	3	4	3	3	5	5	5	32
3	3	3	3	3	4	3	2	24
3	3	4	3	3	4	4	2	26
3	3	3	3	4	3	4	2	25
4	4	4	5	4	5	5	4	35
5	5	5	5	1	5	5	1	32
2	3	2	3	3	3	3	4	23
5	5	5	5	3	5	5	5	38
1	5	4	3	2	4	4	3	26

LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS

1. Variabel *Application Value*

Correlations					
		Application Value1	Application Value2	Application Value3	X1
Application Value1	Pearson Correlation	1	.704**	.702**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	41	41	41	41
Application Value2	Pearson Correlation	.704**	1	.682**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	41	41	41	41
Application Value3	Pearson Correlation	.702**	.682**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	41	41	41	41
X1	Pearson Correlation	.907**	.892**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					



2. Variabel *Developmnet Value*

Correlations							
		Development Value1	Development Value2	Development Value3	Development Value4	Development Value5	X2
Development Value1	Pearson Correlation	1	.523**	.701**	.745**	.621**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Development Value2	Pearson Correlation	.523**	1	.704**	.622**	.523**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Development Value3	Pearson Correlation	.701**	.704**	1	.660**	.765**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Development Value4	Pearson Correlation	.745**	.622**	.660**	1	.633**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Development Value5	Pearson Correlation	.621**	.523**	.765**	.633**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	41	41	41	41	41	41
X2	Pearson Correlation	.847**	.774**	.907**	.857**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41	41	41
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

3. Variabel *Interest Value*

Correlations							
		Interest Value1	Interest Value2	Interest Value3	Interest Value4	Interest Value5	X3
Interest Value1	Pearson Correlation	1	.670**	.614**	.622**	.733**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Interest Value2	Pearson Correlation	.670**	1	.567**	.631**	.521**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Interest Value3	Pearson Correlation	.614**	.567**	1	.803**	.729**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Interest Value4	Pearson Correlation	.622**	.631**	.803**	1	.806**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	41	41	41	41	41	41
Interest Value5	Pearson Correlation	.733**	.521**	.729**	.806**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	41	41	41	41	41	41
X3	Pearson Correlation	.846**	.789**	.872**	.898**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41	41	41

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Variabel *Work/life Balance*

Correlations					
		Work/Life Balance1	Work/Life Balance2	Work/Life Balance3	X4
Work/Life Balance1	Pearson Correlation	1	.884**	.776**	.954**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	41	40	41	41
Work/Life Balance2	Pearson Correlation	.884**	1	.811**	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
Work/Life Balance3	Pearson Correlation	.776**	.811**	1	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	41	40	41	41
X4	Pearson Correlation	.954**	.961**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	41	40	41	41
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

ATMA JAYA

[illegible]

Employee Retention6	Pearson Correlation	-.015	.521**	.502**	.697**	-.524**	100%	-.059	-.418**	.430**	.504**	.044	.586**
	Sig. (2-tailed)	.926	.000	.001	.000	.000		.715	.007	.005	.001	.786	.000
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
Employee Retention7	Pearson Correlation	.268	.085	-.217	.115	.037	-.059	100%	-.068	-.086	.137	.499**	.411**
	Sig. (2-tailed)	.091	.598	.173	.474	.817	.715		.675	.593	.392	.001	.008
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
Employee Retention8	Pearson Correlation	.229	-.292	-.389*	-.511**	.206	-.418**	-.068	100%	-.231	-.449**	-.076	-.213
	Sig. (2-tailed)	.149	.064	.012	.001	.196	.007	.675		.146	.003	.636	.180
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
Employee Retention9	Pearson Correlation	-.407**	.551**	.430**	.444**	-.238	.430**	-.086	-.231	100%	.621**	-.029	.511**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.005	.004	.134	.005	.593	.146		.000	.857	.001
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
Employee Retention10	Pearson Correlation	-.168	.505**	.473**	.622**	-.337*	.504**	.137	-.449**	.621**	100%	.092	.651**
	Sig. (2-tailed)	.293	.001	.002	.000	.031	.001	.392	.003	.000		.569	.000
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
Employee Retention11	Pearson Correlation	.328*	.160	.028	.163	.156	.044	.499**	-.076	-.029	.092	100%	.587**
	Sig. (2-tailed)	.036	.316	.861	.308	.329	.786	.001	.636	.857	.569		.000
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
Y	Pearson Correlation	.260	.587**	.419**	.664**	-.067	.586**	.411**	-.213	.511**	.651**	.587**	100%
	Sig. (2-tailed)	.101	.000	.006	.000	.677	.000	.008	.180	.001	.000	.000	
	N	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%	4100%
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).													
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).													

LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS

1. *Application Value*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

2. *Development Value*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5

3. *Interest Value*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.908	5

4. *Work/Life Balance*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	3

5. *Employee Retention*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.908	5

LAMPIRAN 5 STATISTIK DESKRIPTIF

1. *Application Vaue*

Statistics				
		Application Value1	Application Value2	Application Value3
N	Valid	41	41	41
	Missing	0	0	0
Mean		3.90	3.93	4.07
Median		4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.970	.905	.818
Sum		160	161	167

2. *Developmnet Value*

Statistics						
		Development Value1	Development Value2	Development Value3	Development Value4	Development Value5
N	Valid	41	41	41	41	41
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.61	3.61	3.73	3.85	3.76
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.891	.737	.949	.853	1.044
Sum		148	148	153	158	154

3. *Interest Value*

Statistics						
		Interest Value1	Interest Value2	Interest Value3	Interest Value4	Interest Value5
N	Valid	41	41	41	41	41
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.63	3.51	3.66	3.61	3.61
Median		4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.859	.898	.990	.802	.919
Sum		149	144	150	148	148

4. Work/ Life Balance

Statistics				
		Work/Life Balance1	Work/Life Balance2	Work/Life Balance3
N	Valid	41	40	41
	Missing	0	1	0
Mean		3.49	3.48	3.32
Median		3.00	3.00	3.00
Std. Deviation		.925	.877	.789
Sum		143	139	136

5. Employee Retention

Statistics									
		Employee Retention2	Employee Retention3	Employee Retention4	Employee Retention6	Employee Retention7	Employee Retention9	Employee Retention10	Employee Retention11
N	Valid	41	41	41	41	41	41	41	41
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.41	3.15	3.22	2.95	2.98	3.76	3.56	3.00
Median		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00
Std. Deviation		.836	.792	.822	1.024	.851	.767	.976	1.118
Sum		140	129	132	121	122	154	146	123

LAMPIRAN 6 REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.558	2.961
a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	477.415	4	119.354	13.616	.000 ^b
	Residual	315.561	36	8.766		
	Total	792.976	40			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.043	2.485		3.639	.001
	X1	.072	.351	.039	.205	.838
	X2	.880	.282	.753	3.124	.004
	X3	-.068	.309	-.059	-.221	.826
	X4	.100	.288	.058	.348	.730
a. Dependent Variable: Y						

SKRIPSI_RAMA_210326416(FINAL).pdf

ORIGINALITY REPORT

10%	10%	8%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	2%
2	www.scribd.com Internet Source	1%
3	repositori.uma.ac.id Internet Source	1%
4	etd.uum.edu.my Internet Source	1%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.utar.edu.my Internet Source	<1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
9	Yuliani Karlina, Asep Kurniawan, Indah Umiyati. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MELAKUKAN PENGGELAPAN PAJAK", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021 Publication	<1%
10	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%
11	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	<1%
12	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
13	core.ac.uk Internet Source	<1%
14	Submitted to Universiti Teknologi MARA	

	Student Paper	<1 %
15	adoc.pub Internet Source	<1 %
16	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
17	library.fisip-unmul.ac.id Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
19	Noor UI Hadi, Shahjehan Ahmed. "Role of Employer Branding Dimensions on Employee Retention: Evidence from Educational Sector", Administrative Sciences, 2018 Publication	<1 %
20	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
21	intropublica.org Internet Source	<1 %
22	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
23	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
24	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 25 words

Exclude bibliography

On