

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* TERHADAP *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* CALON KARYAWAN DI PT. SAHABAT JEPANG INDONESIA

SKRIPSI



Disusun oleh:

DJANIKA RESKI UTOMO

NPM: 17012010047

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

SKRIPSI

**ATTRACTIVENESS PT. SAHABAT JEPANG INDONESIA : ANALISIS
EMPLOYER BRANDING DAN EMPLOYEE VALUE PROPOSITION
PADA CALON KARYAWAN**

Disusun Oleh :

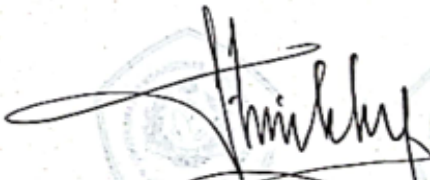
DJANIKA RESKI UTOMO
17012010047 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 28 Februari 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur




Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Djanika Reski Utomo

N P M : 17012010047

N I K : 3526013012980008

Tempat / Tgl Lahir : Parepare / 30 Desember 1998

Alamat Rumah : JL. Letnan Singosastro gang 2 no.43 RT 05/RW 07, Kelurahan
Kraton , Kecamatan Bangkalan , Kabupaten Bangkalan , Jawa Timur,
69111

Judul Artikel : Pengaruh *Employer Branding* dan *Employee Value Proposition*
Terhadap *Employer Attractiveness* Calon Karyawan di PT. Sahabat
Jepang Indonesia

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari
saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari
pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia
apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya,

Yang menyatakan,

Materai 10.000



Djanika Reski Utomo
17012010047

Perkembangan dunia bisnis di era saat ini terbilang tumbuh dengan sangat cepat. Mulai banyak kalangan yang membangun sebuah usaha dari berbagai bidang. Banyak aspek yang menjadi kebutuhan penting bagi sebuah perusahaan untuk mampu berkembang menjadi usaha yang besar, salah satu aspeknya ialah Sumber Daya Manusia (SDM). Tujuan dari studi ini ialah melaksanakan riset dengan membahas dampak *Employer Branding* dan *Employee Value Proposition* terhadap *Employer Attractiveness* di PT. Sahabat Jepang Indonesia.

Penelitian ini memiliki pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data utama yang dilakukan melalui distribusi kuesioner, serta data tambahan yang diperoleh dari perusahaan. Teknik *Sistematis Random Sampling* digunakan untuk memilih sampel penelitian, yang terdiri dari 94 responden calon karyawan di PT. Sahabat Jepang Indonesia. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh dari *Employer Branding* terhadap *Employer Attractiveness*, sementara *Employee Value Proposition* memiliki pengaruh terhadap *Employer Attractiveness*.

Kata Kunci: *Merek Perusahaan, Proposisi Nilai Karyawan, Daya Tarik Perusahaan*

ABSTRACT

The development of the business world in the current era is said to be overgrowing. Many people are starting to build businesses in various fields. Many aspects are essential requirements for a company to develop into a large business, one of which is Human Resources (HR). This study aims to carry out research by discussing the impact of Employer Branding and Employee Value Proposition on Employer Attractiveness at PT. Sahabat Jepang Indonesia.

This research has a quantitative approach, with primary data collected through questionnaire distribution and additional data obtained from companies. The systematic Random Sampling Technique was used to select the research sample, which consisted of 94 prospective employee respondents at PT. Sahabat Jepang Indonesia. Data analysis in this research was carried out using SmartPLS 3.0.

The results of this research show that Employer Branding has no influence on Employer Attractiveness, while the Employee Value Proposition impacts Employer Attractiveness.

Keywords: Employer Branding, Employee Value Proposition, Employer Attractiveness

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT, yang mana dengan rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* TERHADAP *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* CALON KARYAWAN DI PT. SAHABAT JEPANG INDONESIA”**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program pendidikan Strata Satu (S-1) pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis dapat menyadari bahwa di dalam proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Surabaya, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	13
2.2.2 <i>Employer Branding</i>	17
2.2.2.1 Pengertian <i>Employer Branding</i>	17
2.2.2.2 Indikator <i>Employer Branding</i>	17
2.2.3 <i>Employee Value Proposition</i>	19
2.2.3.1 Pengertian <i>Employee Value Proposition</i>	19
2.2.3.2 Indikator <i>Employee Value Proposition</i>	19
2.2.4 <i>Employer Attractiveness</i>	20
2.2.4.1 Pengertian <i>Employer Attractiveness</i>	20
2.2.4.2 Indikator <i>Employee Attractiveness</i>	21
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1 Hubungan Antara <i>Employer Branding</i> dengan <i>Employer Attractiveness</i>	22
2.3.2 Hubungan Antara <i>Employee Value Proposition</i> dengan <i>Employer Attractiveness</i>	23
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis	24
BAB III Metode Penelitian	25
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25

3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Teknik Analisa Data.....	31
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis.....	51
BAB V Kesimpulan Dan Saran	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bidang Pelatihan yang tersedia di PT. Sahabat Jepang Indonesia 3	
Tabel 1.2 Data Penilaian Prestasi Calon Karyawan.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
Tabel 4.4 Jawaban Responden Butir Pernyataan <i>Employer Branding</i> (X1). 44	
Tabel 4.5 Jawaban Responden Butir Pernyataan <i>Employee Value Proposition</i> (X2).....	47
Tabel 4.6 Jawaban Responden Butir Pernyataan <i>Employer Actractiveness</i> (Y).....	49
Tabel 4.7 Uji Validitas Berdasarkan <i>Loading Factor</i>	52
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	53
Tabel 4.9 Nilai Validitas berdasarkan nilai <i>AVE</i>	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.11 Model Structural (inner model) proses bootstraping R Square.....	59
Tabel 4.12 Model Structural (inner model) proses bootstraping Q Square. 59	
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient (direct effect)</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Parsial.....	22
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	39
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4.3 Pola Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	56
Gambar 4.4 Outer Model PLS.....	58
Gambar 4.5 Model Analisis Regresi Berganda.....	61