

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* TERHADAP *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* PADA *STARTUP CAMPUSPEDIA INDONESIA*

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

RIZQI ARIYANTO

17012010204/FE/EM

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2021**

SKRIPSI

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN EMPLOYEE VALUE PROPOSITION TERHADAP EMPLOYER ATTRACTIVENESS PADA STARTUP CAMPUSPEDIA INDONESIA

Disusun Oleh :


RIZOI ARIYANTO
17012010204/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 : 10 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


Sulastri Irbayanti, SE, M.M
NIP. 196206161989032001


Dra. Ec. Kustini, M.Si. CHRA
NIP. 196304291991032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

22 SEP 2021


Prof. Dr. Svamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmad dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* TERHADAP *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* PADA *STARTUP* CAMPUSPEDIA INDONESIA”

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis dibantu oleh beberapa pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, doa, saran, dorongan serta masukan. Tidak lupa pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Ec. Sulastri Irbayuni, M.M, selaku Kepala Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec Kustini, M.Si, CHRA selaku dosen pembimbing yang selalu ada dan selalu memberikan arahan dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini.

5. Orang Tua serta keluarga yang telah banyak membantu memberikan dukunga dan memberikan semangat baik secara moral maupun secara material.
6. Teman- teman dan rekan kerja Campuspedia Team, L71, Bapack2 Kompleks, Sahabat-Sahabati Bela Negara, Bapak-ibu UMKM Surabaya serta rekan-rekan belajar Ariantos semua yang selalu memberikan semangat dan support kepada penulis.
7. Mentor sekaligus motivator Roudlotul B., SE. MM., Dr. Dra. Erna Sulistyowati, M. Ak., Dr. Teoh Kok Ban., Prof. Yuliansyah, Ph.D. Akt., CA., Prof. Jose Luiz Esteves, Ph.D. Ecomm, dan Prof. Mulugeta Chane Weba, M.M.A.S. yang telah memberikan masukan dan *insight* yang sangat luar biasa dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis semoga penelitian ini nantinya dapat dilaksanakan dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 9 April 2021

Penulis

Abstrak

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* TERHADAP *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* PADA *STARTUP CAMPUSPEDIA INDONESIA*

Oleh :

RIZQI ARIYANTO

17012010204/FE/EM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Employer Branding* dan *Employee Value Proposition* Terhadap *Employer Attractiveness* Pada *Startup* Campuspedia Indonesia. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan 51 sampel dengan teknik pengambilan *Proportional random sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah SMART PLS(*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Employer Branding* dan *Employee Value Proposition* Berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap *Employer Attractiveness* pada *Startup* Campuspedia Indonesia.

Kata Kunci : *Employer Branding, Employee Value Proposition, Employer Attractiveness, Startup*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Employer Branding.....	12
2.2.2 <i>Employee Value Proposition</i>	16
2.2.3 <i>Employer Attractiveness</i>	19
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>	22
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.1.1 Definisi Operasional.....	25
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	28
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	32

3.3.3 Uji Validitas dan Realibilitas.....	33
3.3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Profil Perusahaan.....	48
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	49
4.1.3 Struktur Organisasi.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
4.3 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	64
4.3.1 Analisis Model PLS.....	64
4.3.2 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	65
4.3.3 Uji Reabilitas.....	69
4.3.4 Pengujian Korelasi.....	70
4.3.5 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
<i>a. Employer Branding Berpengaruh Positif terhadap Employer Attractiveness..</i>	<i>74</i>
<i>b. Employee Value Proposition Berpengaruh Positif terhadap Employer</i>	
<i>Attractiveness.....</i>	<i>75</i>
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Jumlah Peserta Internship 2020 yang Melanjutkan Bekerja di Startup Campuspedia Indonesia	5
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Periode <i>Internship</i>	54
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	55
Tabel 4. 4	Frekuensi Hasil Jawaban Responden <i>Employer Branding</i>	59
Tabel 4. 5	Frekuensi hasil jawaban responden <i>Employee Value Proposition</i>	61
Tabel 4. 6	Frekuensi hasil jawaban responden <i>Employer Attractiveness</i>	62
Tabel 4. 7	Outer Loadings (Mean, STEDV, T-Values)	65
Tabel 4. 8	<i>Cross Loading</i>	67
Tabel 4. 9	<i>Average Variance Extracted</i>	68
Tabel 4. 10	<i>Reliabilitas Data</i>	70
Tabel 4. 11	Uji Korelasi	70
Tabel 4. 12	<i>R-Square</i>	72
Tabel 4. 13	<i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 2. 2 Rumus Slovin	30
Gambar 2. 3 Rumus proportional random sampling	31
Gambar 3. 1 Langkah-langkah PLS	37
Gambar 3. 2 Diagram Alur.....	39
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	50
Gambar 4. 2 Model Konseptual dengan <i>Factor Loading</i> ,	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisoner Penelitian	83
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	86
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	89
Lampiran 4 Hasil Uji Frekuensi.....	91
Lampiran 5 Outer Loadings (Mean, STEDV, T-Values).....	94
Lampiran 6 Cross Loading.....	95
Lampiran 7 <i>Average Variance Extracted</i>	96
Lampiran 8 Reliabilitas Data	96
Lampiran 9 Uji Korelasi.....	97
Lampiran 10 R-Square	97
Lampiran 11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	98