

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.5.2 Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Minat Melamar Pekerjaan.....	10
2.1.1.1 Indikator Minat Melamar Pekerjaan.....	11
2.1.2 <i>Employer Branding</i>	12
2.1.2.1 Indikator <i>Employer Branding</i>	15
2.1.3 Reputasi Perusahaan	17
2.1.3.1 Indikator Reputasi Perusahaan	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	30

3.1	Objek Penelitian	30
3.2	Metode Penelitian.....	30
3.2.1	Operasional Variabel.....	30
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.3	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.3	Model Penelitian	35
3.4	Teknik Analisis Data	36
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	36
3.4.2	Pengembangan Path Diagram	38
3.4.3	Konversi Path Dalam Diagram	39
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	40
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	40
3.4.6	Evaluasi Asumsi SEM.....	41
3.4.7	Evaluasi Kinerja Goodnes-of-fit	42
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas	44
3.4.9	Evaluasi Atas Regretion Weight Sebagai Pengujian Hipotesis	45
3.4.10	Hipotesis Statistika.....	46
3.4.11	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	46
3.4.12	Penguji Mediasi	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Analisis Karakteristik Responden.....	48
4.1.1.1	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	50
4.1.1.3	Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan.....	51
4.1.2	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	52
4.1.2.1	Uji <i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i>	52
4.1.2.2	Evaluasi Asumsi SEM.....	55
4.1.2.2.1	Uji Normalitas	56
4.1.2.2.2	Evaluasi Outlier.....	56
4.1.2.2.3	Evaluasi multicollinearity dan Singularity	57
4.1.2.2.4	Menilai Identifikasi Struktural	58
4.1.2.2.5	Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i>	59
4.1.2.2.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	60
4.1.2.2.7	Pengujian Hipotesis.....	61
4.1.2.2.8	Interpretasi Model dan Modifikasi	63
4.2	Pembahasan.....	64
4.2.1	Employer Branding Berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan	64

4.2.2 Reputasi Perusahaan Berpengaruh Terhadap Minat Melamar Pekerjaan	66
4.2.3 Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	81
BIODATA PENULIS.....	98