



**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN BUDAYA  
ORGANISASI TERHADAP *EMPLOYEE  
ENGAGEMENT* DAN MOTIVASI SEBAGAI  
MEDIATOR PADA GENERASI *MILENIAL*  
DI KAP TANUBRATA, SUTANTO, FAHMI,  
BAMBANG DAN REKAN (TSFBR)**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**TESIS**

**BENARI SARAS WARDINI  
NIM: 55119110139**

**PROGRAM MAGISTER MANAGEMENT  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
TAHUN 2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul : Pengaruh *Employer Branding* Dan Budaya Organisasi Terhadap  
*Employee Engagement* Dan Motivasi Sebagai Mediator Pada  
Generasi *Milenial* Di KAP Tanubrata Sutanto Fahmi Bambang  
Dan Rekan (TSFBR)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Benari Saras Wardini

NIM : 55119110139

Program : Magister Manajemen Tanggal :

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M)

Dekan Fakultas  
Ekonomi & Bisnis



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



(Dr. Indra Siswanti, SE, M.M)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang betanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh *Employer Branding* Dan Budaya Organisasi Terhadap *Employee Engagement* Dan Motivasi Sebagai Mediator Pada Generasi Milenial Di KAP Tanubrata Sutanto Fahmi Bambang Dan Rekan (TSFBR)

Mediator : Studi Kasus pada KAP TSFBR

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Benari Saras Wardini

NIM : 55119110139

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan telah dinyatakan dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 21 Juni 2021



(Benari Saras Wardini)

## **PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK***

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

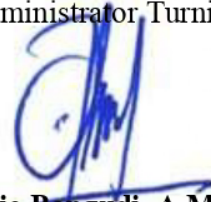
Nama : Benari Saras Wardini  
NIM : 55119110139  
Program Studi : Magister Management

dengan judul

*“Pengaruh Employer Branding Dan Budaya Organisasi Terhadap Employee Engagement Dan Motivasi Sebagai Mediator Pada Generasi Milenial Di KAP TSFBR”*,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal tgl/bln/thn, didapatkan nilai persentase sebesar 27 %.

Jakarta, 29 Juli 2021  
Administrator Turnitin



**Arie Pangudi, A.Md**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Employer Branding* dan Budaya Organisasi terhadap *Employee Engagement* dengan Motivasi sebagai Mediator pada karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP Tanubrata Sutanto Fahmi Bambang Dan Rekan (TSFBR). Responden dalam penelitian ini berjumlah 138 karyawan yang lahir antara tahun 1980 – 1995. Analisis data menggunakan Statistik Deskriptif dengan metode analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan teknik statistika multivarian berbasis varian dengan menggunakan PLS.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa : 1) *Employer branding* berpengaruh positif dan terhadap *employee engagement* karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR, 2) *Employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR, 3) Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee engagement* karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR, 4) Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR, 5) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR, 6) *Employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee engagement* melalui motivasi sebagai mediator pada karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR, dan 7) Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee engagement* melalui motivasi sebagai mediator pada karyawan generasi milenial yang bekerja di KAP TSFBR.

Kata Kunci : *Employer branding*, budaya organisasi, motivasi, *employee engagement*

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of Employer Branding and Organizational Culture on Employee Engagement with Motivation as a Mediator for milenial generation working at KAP Tanubrata Sutanto Fahmi Bambang Dan Rekan (TSFBR). Respondents in this study are 138 employees who were born between 1980 – 1995. This research used Descriptive Statistics with Structural Equation Modeling (SEM) analysis methods with variance-based multivariate statistical techniques using PLS.*

*The results of the study conclude that: 1) Employer branding has a positive and significant effect on employee engagement of milenial generation working at KAP TSFBR, 2) Employer branding has a positive and significant impact on the motivation of milenial working at KAP TSFBR, 3) Organizational culture has a positive and significant impact on employees' engagement of milenial working at KAP TSFBR, 4) Organizational culture has a positive and significant effect on the motivation of milenial working at KAP TSFBR, 5) Motivation has a positive and significant effect on milenial working at KAP TSFBR, 6) Employer branding has a positive and significant effect on employee engagement through motivation as a mediator for milenial working at TSFBR KAP, and 7) Organizational culture has a positive and significant effect on employee engagement through motivation as a mediator for milenial working at KAP TSFBR.*

*Keyword : Employer branding, organizational culture, motivation, employee engagement*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : **Pengaruh Employer Branding dan Budaya Organisasi terhadap Employee Engagement dan Motivasi sebagai Mediator pada Generasi Millennial di KAP Tanubrata Sutanto Fahmi Bambang Dan Rekan (TSFBR)**. Penulis mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada dosen pembimbing terkasih Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M, yang penuh dengan kesabaran telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini.

Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis terutama kepada:

1. Prof , Dr, Ir. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dr. Indra Siswanti, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Setyo Riyanto, S.E, M.M, selaku Ketua Sidang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti agar Tesis ini menjadi lebih baik.
5. Dr. Chaerudin, M.M, selaku Dosen Penguji pada Sidang Tesis, Dosen Penelaah pada Seminar Proposal, dan Seminar Hasil, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti pada Tesis.
6. Seluruh Dosen pengajar Program Studi S2 Manajemen khususnya konsentrasi SDM yang telah berjasa memberikan ilmunya selama ini.
7. Seluruh staf TU dan keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi



S2 Manajemen.

8. Bapak Athanasius Tanubrata, CEO BDO di Indonesia yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di KAP TSFBR.
9. Manajemen dan Partner KAP TSFBR, yang telah mengizinkan dan memberikan dukungan penulis untuk melakukan penelitian ini.
10. Karyawan KAP TSFBR, yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
11. Yang sangat teristimewa, Bapak Palgunadi (Alm) dan Ibu Rupmiyati (Almh) kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi penyemangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
12. Luthfiona, Nadia, Bondan anak-anak tercinta dan cucu-cucu tercinta Aqilla, Malik, dan Iyas, serta keluargaku yang selalu menjadi sumber kebahagiaan dan penyemangat bagi penulis untuk menyelesaikan Tesis ini.
13. Sahabat ku Tini Yulati yang selalu memberikan dorongan dan tempat berbagi curahan hati dikala sedih dan bahagia.
14. Seluruh teman seperjuangan kelas Manajemen SDM maupun di UMB, yang telah membantu ide, saran, pendapat serta dukungan semangat yang berguna untuk menyelesaikan Tesis ini.
15. Seluruh rekan kerja di Tim Branding BDO dan BIDI yang telah memberikan supportnya selama ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini belumlah sempurna karena masih banyak kekurangan ataupun kesalahan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 16 Agustus 2021

Benari Saras Wardini



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4. Kontribusi Penelitian.....</b>	<b>11</b>
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
<b>2.1. Kajian Teori.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>36</b>
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN.....	42
<b>3.1. Desain Penelitian.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2. Definisi dan Operasionalsasi Variabel.....</b>	<b>42</b>
<b>3.3. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>48</b>
<b>3.5 Metode Analisis Data.....</b>	<b>51</b>
BAB IV.....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
<b>4.1. Deskripsi Perusahaan.....</b>	<b>55</b>

<b>4.2. Hasil Penelitian.....</b>	<b>59</b>
<b>4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>81</b>
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
<b>5.1. Kesimpulan.....</b>	<b>90</b>
<b>5.2. Saran.....</b>	<b>93</b>
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	105



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pekerja Tetap Menurut Sektor Pekerjaan.....	3
Tabel 1.2. Karyawan KAP TSFBR Berdasarkan Generasi.....	4
Tabel 1.3. World Ranking Survey – Top 10 Accounting Firm.....	6
Tabel 1.4. Data Pra Survei <i>Employee Engagement</i> .....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1. Definisi Operasionalisasi.....	42
Tabel 3.2. Pengukuran Skala Likert ( <i>Likert Scale</i> ).....	51
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	60
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
Tabel 4.3. Hasil Pengujian Validitas <i>Outer Loading</i> .....	67
Tabel 4.4. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	69
Tabel 4.5. <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i> .....	69
Tabel 4.6. Nilai <i>Cross Loading</i> dan Konstruksi.....	70
Tabel 4.7. Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	73
Tabel 4.8. Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) <i>Inner Model</i> .....	74
Table 4.9. Nilai <i>Effect Size – F-Square (F<sup>2</sup>)</i> .....	75
Tabel 4.10. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	78
Tabel 4.11. Perhitungan Mediasi.....	80

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Pra-Survei.....	9
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1. Hasil Pengukuran <i>Outer Model</i> .....	66
Gambar 4.2. Hasil Pengukuran <i>Inner Model (Boothstrapping)</i> .....	77



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA