

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING, COMPANY REPUTATION* DAN KOMPENSASI TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN DI TOKOPEDIA

SKRIPSI



Nama : Madu Azzahra Al Islamy

NIM : 43119010085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING, COMPANY REPUTATION* DAN KOMPENSASI TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN DI TOKOPEDIA

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Madu Azzahra Al Islamy

NIM : 43119010085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Madu Azzahra Al Islamy

Nim : 43119010085

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Mei 2023



Madu Azzahra Al Islamy
NIM: 43119010085

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Madu Azzahra Al Islamy
NIM : 43119010085
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Employer Branding, Company Reputation* dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Tokopedia
Tanggal Sidang : 10 Mei 2023

Disahkan oleh :
Pembimbing



Eko Tama Putra Saratian, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 05232411



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *employer branding*, *company reputation* dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan di Tokopedia. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *employer branding*, *company reputation* dan kompensasi. Kemudian variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat melamar pekerjaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu didapatkan dari kuesioner dan data sekunder yaitu didapatkan dari buku-buku. Sampel pada penelitian ini adalah 190 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. *Company reputation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Sedangkan kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Kata Kunci: *Employer Branding*, *Company Reputation*, Kompensasi, Minat Melamar Pekerjaan



ABSTRACT

This study aims to determine how much influence employer branding, company reputation and compensation have on interest in applying for jobs at Tokopedia. The independent variables used in this study are employer branding, company reputation and compensation. Then the dependent variable used in this study is the interest in applying for a job. The data used in this research is primary data that is obtained from questionnaires and secondary data that is obtained from books. The sample in this study were 190 respondents. The sampling method used in this research is using purposive sampling method. The results of this study indicate that employer branding has a positive and significant effect on interest in applying for jobs. Company reputation has a positive and significant effect on interest in applying for jobs. Meanwhile, compensation has a positive and significant effect on interest in applying for jobs.

Keywords: Employer Branding, Company Reputation, Compensation, Interest in Applying for Jobs



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Employer Branding, Company Reputation* dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan di Tokopedia”**.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan maupun kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini pun tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Bapak Eko Tama Putra Saratian, SE., MM, selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, serta pengetahuan yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan syukur Alhamdulillah atas karunia Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya, serta ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki oleh penulis, Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Mei 2023

Madu Azzahra Al Islamy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Sumber Daya Manusia	14
a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia.....	14
b. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	15
c. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	18
2. Minat Melamar Pekerjaan	21
a. Definisi Minat Melamar Pekerjaan.....	21
b. Dimensi dan Indikator Minat Melamar Pekerjaan.....	21
c. Faktor-Faktor Minat Melamar Pekerjaan	23
3. <i>Employer Branding</i>	23
a. Definisi <i>Employer Branding</i>	23
b. Dimensi dan Indikator <i>Employer Branding</i>	24
c. Faktor-Faktor <i>Employer Branding</i>	24
4. <i>Company Reputation</i>	25
a. Definisi <i>Company Reputation</i>	25
b. Dimensi dan Indikator <i>Company Reputation</i>	25
c. Faktor-Faktor <i>Company Reputation</i>	26
5. Kompensasi	26
a. Definisi Kompensasi.....	27
b. Dimensi dan Indikator Kompensasi.....	27
c. Faktor-Faktor Kompensasi	28
6. Penelitian Terdahulu.....	29

B. Pengembangan Hipotesis.....	37
1. Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	37
2. Pengaruh <i>Company Reputation</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	38
3. Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	42
1. Definisi Variabel	42
a. Variabel Laten.....	42
b. Variabel Teramati	43
2. Operasionalisasi Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran Variabel.....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi	48
2. Sampel	48
F. Metode Pengumpulan Data.....	50
G. Metode Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif.....	51
a. Analisis Deskriptif Responden	51
b. Analisis Deskriptif Variabel	51
2. Uji Instrumen.....	52
a. Uji Validitas.....	52
b. Uji Reliabilitas	52
3. Analisis Partial Least Square.....	53
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	53
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	61
1. Profil Tokopedia.....	61
2. Visi dan Misi Tokopedia	62
a. Visi.....	62
b. Misi.....	62
B. Analisis Data.....	64
1. Analisis Deskriptif Responden	64
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
b. Karakteristik Berdasarkan Usia	64
c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	65

d.	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran.....	66
2.	Deskriptif Jawaban Responden	66
a.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Minat Melamar Pekerjaan	66
b.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Employer Branding</i> ...	68
c.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Company Reputation</i> .	69
d.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kompensasi	70
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	71
a.	Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
b.	Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	78
C.	Pembahasan	82
1.	Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	82
2.	Pengaruh <i>Company Reputation</i> terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	83
3.	Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan.....	84
BAB V	PENUTUP	86
A.	Simpulan	86
B.	Saran	87
1.	Praktis	87
2.	Teoritis.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil <i>Pra-survey</i>	8
Tabel 1.2	<i>Research Gap</i>	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasional Variabel Minat Melamar Pekerjaan.....	44
Tabel 3.2	Operasional Variabel <i>Employer Branding</i>	45
Tabel 3.3	Operasional Variabel <i>Company Reputation</i>	45
Tabel 3.4	Operasional Variabel Kompensasi	46
Tabel 3.5	Skala Likert	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	66
Tabel 4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Melamar Pekerjaan.....	67
Tabel 4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Employer Branding</i>	68
Tabel 4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Company Reputation</i>	69
Tabel 4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kompensasi	70
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	74
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	75
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	77
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	78
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>R-Square</i>	79
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Q-Square</i>	80
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis	80

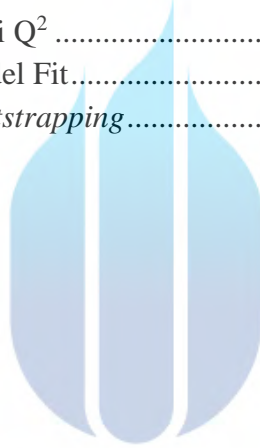
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Pengguna Internet Pada Tahun 2022	1
Gambar 1.2	Persaingan Toko Online di Indonesia	3
Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1	Tahapan Evaluasi PLS-SEM.....	55
Gambar 4.1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	73
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	101
Lampiran 3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	120
Lampiran 4	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	123
Lampiran 5	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 1)	125
Lampiran 6	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 2)	126
Lampiran 7	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	127
Lampiran 8	Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	127
Lampiran 9	Hasil Uji <i>R-Square</i>	128
Lampiran 10	Hasil Uji Nilai Q^2	128
Lampiran 11	Hasil Uji Model Fit.....	128
Lampiran 12	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	129



UNIVERSITAS
MERCU BUANA