



**PENGARUH *INTERNAL COMMUNICATION* TERHADAP
INTERNAL EMPLOYER ATTRACTIVENESS MELALUI
EMPLOYEE-BRAND IDENTIFICATION DAN *EMPLOYER
BRANDING***

**(Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas
Bank Indonesia)**

TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Syarief Ade Saputra

55223110017

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

2025



**PENGARUH *INTERNAL COMMUNICATION* TERHADAP
INTERNAL EMPLOYER ATTRACTIVENESS MELALUI
EMPLOYEE-BRAND IDENTIFICATION DAN *EMPLOYER
BRANDING***

**(Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas
Bank Indonesia)**

UNIVERSITAS

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

Syarief Ade Saputra

55223110017

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Syarief Ade Saputra
NIM : 55223110017
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh *Internal Communication* Terhadap Internal
Employer Attractiveness Melalui *Employee-Brand*
Identification Dan *Employer Branding* (Survey Pada
Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank
Indonesia)

Jakarta, 14 Juni 2025

Dosen Pembimbing

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh *Internal Communication* Terhadap Internal *Employer Attractiveness* Melalui *Employee-Brand Identification* Dan *Employer Branding* (Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia)

Nama : Syarief Ade Saputra

NIM : 55223110017

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran

Tanggal : 14 Juni 2025

Jakarta, 14 Juni 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D
2. Penguji Ahli :
Dr. Heri Budianto, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh *Internal Communication* Terhadap Internal *Employer Attractiveness* Melalui *Employee-Brand Identification* Dan *Employer Branding* (Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia)

Nama : Syarief Ade Saputra

NIM : 55223110017

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran

Tanggal : 14 Juni 2025

Jakarta, 14 Juni 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D
2. Penguji Ahli :
Dr. Heri Budianto, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Syarief Ade Saputra
NIM : 55223110017
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh *Internal Communication* Terhadap *Internal Employer Attractiveness* Melalui *Employee-Brand Identification* Dan *Employer Branding* (Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia)

Jakarta, 14 Juni 2025

Dosen Pembimbing

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Syarief Ade Saputra
NIM : 55223110017
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran

Dengan judul “Pengaruh *Internal Communication* Terhadap *Internal Employer Attractiveness* Melalui *Employee-Brand Identification* Dan *Employer Branding* (Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 21 April 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 26%.

Jakarta, 22 April 2025
Administrator Turnitin



UNIVERSITA
MERCU BUA

Aulia Rahman, S.I.Kom

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Internal Communication* Terhadap Internal *Employer Attractiveness* Melalui *Employee-Brand Identification* Dan *Employer Branding* (Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia)

Nama : Syarief Ade Saputra

N I M : 55223110017

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 14 Juni 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 14 Juni 2025



1000
SERBUK RUPAH
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
0CFE9AMX076444957

Syarief Ade Saputra

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan strategis organisasi besar dalam membangun daya tarik internal sebagai pemberi kerja (*employer attractiveness*), khususnya pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia. Isu utama yang dihadapi adalah meningkatnya beban kerja tanpa diimbangi oleh penambahan sumber daya manusia, yang berdampak pada rendahnya minat karyawan untuk bergabung dengan departemen ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh komunikasi internal terhadap *employer attractiveness*, dengan mempertimbangkan peran mediasi *employee-brand identification* dan *employer branding* sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani hubungan tersebut. Landasan teori yang digunakan adalah *Social Identity Theory* yang menekankan pentingnya proses identifikasi karyawan terhadap organisasi melalui komunikasi internal, serta teori komunikasi organisasi yang memandang komunikasi sebagai fondasi pembentukan budaya, loyalitas, dan persepsi positif di lingkungan kerja. Penelitian ini berpijak pada paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif, yang memungkinkan peneliti menguji hubungan kausal antar variabel secara objektif dan terukur. Metode penelitian yang digunakan adalah survei terhadap karyawan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia dengan teknik pengolahan data menggunakan Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *employee-brand identification* dan *employer branding*, namun tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap *employer attractiveness*. Temuan lebih lanjut membuktikan bahwa kedua variabel mediasi, yakni *employee-brand identification* dan *employer branding*, mampu mentransfer efek positif komunikasi internal sehingga secara tidak langsung meningkatkan daya tarik organisasi sebagai pemberi kerja. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi internal yang terstruktur untuk memperkuat identifikasi karyawan terhadap merek organisasi dan menciptakan *employer branding* yang positif, sehingga mendukung daya tarik internal perusahaan.

Kata Kunci : *Internal Communication, Internal Employer Attractiveness, Employee-Brand Identification, Employer Branding*

ABSTRACT

This study is motivated by the strategic challenges faced by large organisations in building internal employer attractiveness, particularly within the Logistics and Facilities Management Department of Bank Indonesia. The primary issue identified is the increasing workload that is not matched by additional human resources, resulting in a low interest among employees to transfer to this department. The objective of this research is to analyse and examine the influence of internal communication on employer attractiveness, while considering the mediating roles of employee-brand identification and employer branding as psychological mechanisms that bridge this relationship. The theoretical foundation draws on Social Identity Theory, which emphasises the importance of employee identification with the organisation through internal communication, and organisational communication theory, which highlights communication as the basis for shaping culture, loyalty, and positive perceptions in the workplace. This research adopts a positivist paradigm with a quantitative approach, allowing for objective and measurable examination of causal relationships between variables. The research employed a survey method involving employees from the Logistics and Facilities Management Department of Bank Indonesia, with data processed using Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings demonstrate that internal communication has a significant positive effect on employee-brand identification and employer branding, but does not have a direct significant effect on employer attractiveness. Further results reveal that the mediating variables, namely employee-brand identification and employer branding, successfully transfer the positive effects of internal communication and thereby indirectly enhance the organisation's attractiveness as an employer. This research underscores the importance of structured internal communication strategies to strengthen employee identification with the organisational brand and create a positive employer brand, thus supporting greater internal employer attractiveness.

Keywords : Internal Communication, Internal Employer Attractiveness, Employee-Brand Identification, Employer Branding

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis dengan judul “Pengaruh *Internal Communication* Terhadap *Internal Employer Attractiveness* Melalui *Employee-Brand Identification* Dan *Employer Branding* (Survey Pada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia)” ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program pascasarjana program studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si, selaku dosen pembimbing Tesis yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan, meluangkan waktu, memberikan saran, dan semangat untuk memberikan arahan selama penulisan Tesis ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Heri Budianto, M Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.

5. Keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan kuliah pascasarjana.
6. Kawan kawan MIKOM UMB dan rekan kerja yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini, semoga silaturahmi & kekompakan kita semua tetap terjaga.
7. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan 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, 14 Juni 2025

Syarief Ade Saputra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19

2.2	Landasan Teoritis	49
2.2.1.	Social Identity	49
2.2.2.	Komunikasi Organisasi	51
2.2.3.	Internal Communication.....	58
2.2.4.	Employer Branding	64
2.2.5.	Employee-Brand Identification.....	70
2.2.6.	Employer Attractiveness	74
2.3	Pengembangan Hipotesis	77
2.3.1.	Internal Communication Terhadap Employer Attractiveness.....	77
2.3.2.	Internal Communication Terhadap Employee-Brand Identification 78	
2.3.3.	Internal Communication Terhadap Employer Branding.....	80
2.3.4.	Employee-Brand Identification Terhadap Employer Attractiveness 81	
2.3.5.	Employer Branding Terhadap Employer Attractiveness	82
2.3.6.	Employee-Brand Identification Memediasi Internal Communication Terhadap Employer Attractiveness	84
2.3.7.	Employer Branding Memediasi Internal Communication Terhadap Employer Attractiveness	85
2.4	Kerangka Pemikiran.....	86
BAB III METODE PENELITIAN		89
3.1	Paradigma Penelitian.....	89
3.2	Metode Penelitian.....	89

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	90
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	91
3.4.1	Definisi Konsep.....	91
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	93
3.5	Teknik Pengukuran	108
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	109
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	110
3.8	Metode Analisis Data.....	115
3.8.1	Tahapan Analisis PLS-SEM	116
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		127
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	127
4.2	Analisis Deskriptif	128
4.2.1	Deskriptif Responden.....	128
4.2.2	Deskriptif Jawaban Responden	130
4.3	Analisis Data Penelitian.....	175
4.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	175
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran	179
4.3.3	Evaluasi Model Struktural.....	188
4.3.4	Evaluasi Pengujian Hipotesis.....	193
4.4	Pembahasan.....	198
4.4.1	Pengaruh Internal Communication Terhadap Employer Attractiveness	

4.4.2	Pengaruh Internal Communication Terhadap Employee-Brand Identification	200
4.4.3	Pengaruh Internal Communication Terhadap Employer Branding	202
4.4.4	Pengaruh Employee-Brand Identification Terhadap Employer Attractiveness	205
4.4.5	Pengaruh Employer Branding Terhadap Employer Attractiveness	207
4.4.6	Pengaruh Employee-Brand Identification Memediasi Internal Communication Terhadap Employer Attractiveness	209
4.4.7	Pengaruh Employer Branding Memediasi Internal Communication Terhadap Employer Attractiveness	211
4.5	Implikasi Teoritis	213
4.6	Implikasi Praktis	215
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		218
5.1	Kesimpulan	218
5.2	Saran	219
5.2.1	Bagi Perusahaan	219
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	222
DAFTAR PUSTAKA		224
LAMPIRAN		237

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Indikator Kinerja Bank Indonesia Periode 2020-2023	5
Tabel 1.2. Beban Biaya Logistik Periode 2020-2023	6
Tabel 1.3. Jumlah Karyawan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas Bank Indonesia 2020-2023	7
Tabel 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	94
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	94
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	94
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	94
Tabel 4.1. Profil Responden.....	129
Tabel 4.2. X1.1-Saya memahami konsekuensi dari kinerja buruk dalam pekerjaan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	131
Tabel 4.3. X1.2-Saya menyadari kontribusi saya terhadap kesuksesan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	131
Tabel 4.4. X1.3-Saya merasa pekerjaan saya dihargai dalam Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	132
Tabel 4.5. X1.4-Saya menerima umpan balik mengenai kualitas kinerja saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	132
Tabel 4.6. X1.5-Atasan langsung saya selalu tersedia saat saya membutuhkan bantuan di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	133
Tabel 4.7. X1.6-Atasan langsung saya memahami potensi masalah yang saya hadapi di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	134

Tabel 4.8. X1.7-Atasan langsung saya memahami masalah yang terkait dengan pekerjaan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	134
Tabel 4.9. X1.8-Atasan langsung saya mengakui potensi saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	135
Tabel 4.10. X1.9-Rekan kerja saya selalu tersedia saat saya membutuhkan bantuan di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	135
Tabel 4.11. X1.10-Saya merasa komunikasi dengan anggota tim saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas efektif.....	136
Tabel 4.12. X1.11-Saya merasa hasil dari komunikasi dengan rekan kerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas bermanfaat.	136
Tabel 4.13. X1.12-Saya merasa rekan kerja saya terbuka menerima umpan balik yang bersifat kritis di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	137
Tabel 4.14. X1.13-Saya mengetahui keputusan yang diambil berdasarkan komunikasi informal di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	137
Tabel 4.15. X1.14-Saya merasa ada cukup gosip yang beredar di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	138
Tabel 4.16. X1.15-Saya menghabiskan waktu yang cukup banyak untuk berkomunikasi secara informal di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	139
Tabel 4.17. X1.16-Saya merasa informasi yang saya dapatkan melalui saluran informal berguna untuk pekerjaan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	139
Tabel 4.18. X1.17-Saya memahami protokol kerja yang berlaku di Departemen	

Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	140
Tabel 4.19. X1.18-Saya mendapatkan informasi mengenai pendapatan, keuntungan, dan status keuangan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	140
Tabel 4.20. X1.19-Saya memperoleh informasi mengenai perubahan yang terjadi di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	141
Tabel 4.21. X1.20-Saya mengetahui regulasi hukum yang mempengaruhi operasional Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	141
Tabel 4.22. X1.21-Saya merasa komunikasi dalam Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menumbuhkan rasa penting bagi saya di dalam departemen.	142
Tabel 4.23. X1.22-Saya merasa komunikasi membantu saya teridentifikasi dengan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	143
Tabel 4.24. X1.23-Saya merasa komunikasi dalam Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas mempromosikan nilai-nilai departemen dengan baik.....	143
Tabel 4.25. X1.24-Saya merasa komunikasi dalam Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas mendorong pencapaian tujuan departemen.	144
Tabel 4.26. X1.25-Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menggunakan berbagai media komunikasi (misalnya pengumuman tertulis, intranet, komunikasi lisan).	144
Tabel 4.27. X1.26-Saya memiliki kesempatan untuk berkomunikasi melalui media baru di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	145
Tabel 4.28. X1.27-Saya merasa kualitas komunikasi melalui media baru di	

Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas baik.	145
Tabel 4.29. X1.28-Saya mengetahui mode komunikasi yang lebih disukai oleh rekan kerja saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	146
Tabel 4.30. X1.29-Saya menghadiri pertemuan yang relevan dengan peran saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	146
Tabel 4.31. X1.30-Informasi yang saya terima dalam pertemuan di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas berguna untuk pekerjaan saya.	147
Tabel 4.32. X1.31-Informasi yang saya terima dalam pertemuan membantu saya menyelesaikan tugas tepat waktu di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	147
Tabel 4.33. X1.32-Durasi pertemuan yang diadakan di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas sesuai dengan kebutuhan saya.	148
Tabel 4.34. Y1.1- Saya senang telah memilih untuk bekerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas daripada di departemen lain.	149
Tabel 4.35. Y1.2- Saya menghargai menjadi bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	150
Tabel 4.36. Y1.3- Saya merasa bahwa menjadi bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas itu baik.....	150
Tabel 4.37. Y1.4- Saya merasa bahwa menjadi bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas lebih menguntungkan dibandingkan dengan departemen lain.	151
Tabel 4.38. Y1.5- Saya menikmati bekerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	151

Tabel 4.39. Y1.6- Saya bangga menjadi bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas sebagai seorang karyawan.	152
Tabel 4.40. Y1.7- Saya merasa bangga menjadi bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	152
Tabel 4.41. Y1.8- Saya merasa dihormati sebagai bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	153
Tabel 4.42. Y1.9- Saya memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	153
Tabel 4.43. Y1.10- Saya memiliki hubungan yang baik dengan atasan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	154
Tabel 4.44. Y1.11- Rekan kerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas mendukung dan memberikan dorongan positif kepada saya.	155
Tabel 4.45. Y1.12- Saya merasa memiliki banyak kebanggaan menjadi bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	155
Tabel 4.46. Y1.13- Saya merasa dihormati sebagai bagian dari Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	156
Tabel 4.47. Y2.1- Saya memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	157
Tabel 4.48. Y2.2- Saya memiliki hubungan yang baik dengan atasan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	157
Tabel 4.49. Y2.3- Rekan kerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas mendukung dan memberikan dorongan positif kepada saya.	158
Tabel 4.50. Y2.4- Saya merasa lingkungan kerja di Departemen Pengelolaan	

Logistik dan Fasilitas menyenangkan.	158
Tabel 4.51. Y2.5- Saya merasa bahagia bekerja di lingkungan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	159
Tabel 4.52. Y2.6- Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menghasilkan produk dan layanan yang inovatif.	159
Tabel 4.53. Y2.7- Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas mendukung praktik kerja inovatif dan berpikiran maju.	160
Tabel 4.54. Y2.8- Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menghargai dan memanfaatkan kreativitas saya.	160
Tabel 4.55. Y2.9- Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi.	161
Tabel 4.56. Y2.10- Bekerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas sangat menyenangkan dan memotivasi.	161
Tabel 4.57. Y2.11- Saya merasa lebih percaya diri bekerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	162
Tabel 4.58. Y2.12- Saya merasa baik tentang diri saya karena bekerja di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	162
Tabel 4.59. Y2.13- Saya merasa mendapatkan pengalaman yang memperkaya karier saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	163
Tabel 4.60. Y2.14- Saya merasa pekerjaan ini memberikan saya batu loncatan untuk peluang pekerjaan di masa depan.	163
Tabel 4.61. Y2.15- Saya merasa dihargai dan diakui oleh manajemen Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas atas kontribusi saya.	164

Tabel 4.62. Y2.16- Saya merasa memiliki kesempatan untuk mengajarkan orang lain apa yang telah saya pelajari di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	165
Tabel 4.63. Y2.17- Saya merasa dapat menerapkan apa yang saya pelajari di institusi pendidikan tinggi dalam pekerjaan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	165
Tabel 4.64. Y2.18- Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas berorientasi pada pelanggan.....	166
Tabel 4.65. Y2.19- Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas peduli dan memberi kembali kepada masyarakat.	166
Tabel 4.66. Y2.20- Saya merasa diterima dan memiliki rasa belonging di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	167
Tabel 4.67. Y2.21- Paket kompensasi yang ditawarkan oleh Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menarik secara keseluruhan.	167
Tabel 4.68. Y2.22- Gaji pokok saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas lebih tinggi dibandingkan dengan posisi serupa di tempat lain.	168
Tabel 4.69. Y2.23- Saya merasa aman dalam pekerjaan saya di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.....	168
Tabel 4.70. Y2.24- Saya merasa terdapat peluang promosi yang baik di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	169
Tabel 4.71. Y2.25- Saya merasa mendapatkan pengalaman langsung yang melibatkan berbagai departemen di Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas.	169

Tabel 4.72. Y3.1- Saya merasa Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menyediakan kondisi kerja yang baik.	170
Tabel 4.73. Y3.2- Saya merasa Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas membantu saya dalam pengembangan karier.	171
Tabel 4.74. Y3.3- Saya merasa prinsip panduan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas memadai dan memuaskan saya.	172
Tabel 4.75. Y3.4- Saya merasa Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menawarkan penghargaan dan peluang yang baik untuk berkembang.	172
Tabel 4.76. Y3.5- Saya merasa perlakuan Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas terhadap karyawannya bersifat etis.	173
Tabel 4.77. Y3.6- Saya merasa Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas menyediakan layanan berkualitas kepada kliennya.	173
Tabel 4.78. Y3.7- Saya merasa informasi yang saya berikan kepada Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas dijaga kerahasiaannya.	174
Tabel 4.79. Y3.8- Saya merasa Departemen Pengelolaan Logistik dan Fasilitas juga melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat luas.	174
Tabel 4.80. Normalitas Data	176
Tabel 4.81. Hasil <i>Outer Loading</i>	179
Tabel 4.82. Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	183
Tabel 4.83. Hasil Nilai HTMT _{Inference} Antar Konstruk	184
Tabel 4.84. Hasil Nilai HTMT _{Inference} Antar Indikator	185
Tabel 4.85. Hasil Nilai Reliabilitas	187
Tabel 4.86. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R-Square)	189

Tabel 4.87. Hasil Nilai Q-Square	190
Tabel 4.88. Hasil Nilai PLS Predict	191
Tabel 4.89. Hasil Nilai Model Fit	193
Tabel 4.90. Hasil Uji Hipotesis	195



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	87
Gambar 3.1. Hasil PLS Algorithm Pre Test 30 Responden.....	110
Gambar 3.2. Tahapan Analisis SEM-PLS	113
Gambar 3.3. Tahapan Evaluasi Mediasi	125
Gambar 4.1. Hasil PLS Algorithm.....	183
Gambar 4.2. Hasil Bootstrapping.....	194



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	237
Lampiran 2. Tabulasi Variabel X1	244
Lampiran 3. Tabulasi Variabel Y1	245
Lampiran 4. Tabulasi Variabel Y2.....	248
Lampiran 5. Tabulasi Variabel Y3.....	250
Lampiran 6. Surat Izin Permohonan Penelitian	253
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	254

