



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN *USE OF SOCIAL MEDIA* TERHADAP *CORPORATE REPUTATION*
PERUSAHAAN STARTUP SERTA IMPLIKASINYA DENGAN
INTENTION TO APPLY : TELAAH PADA MAHASISWA TINGKAT
AKHIR DI JABODETABEK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

LEONARDUS ALBERT ROSTANDY

13130110007

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2017

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN *USE OF SOCIAL MEDIA* TERHADAP *CORPORATE REPUTATION* PERUSAHAAN *STARTUP* SERTA IMPLIKASINYA DENGAN *INTENTION TO APPLY : TELAAH PADA MAHASISWA TINGKAT*

AKHIR DI JABODETABEK

Oleh:

Nama : Leonardus Albert Rostandy

NIM : 13130110007

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 3 Agustus 2017

Ketua Sidang

Pengaji

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

Anthony Halim B.Sc., M.B.A.

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya :

Nama : Leonardus Albert Rostandy

NIM : 13130110007

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH
*EMPLOYER ATTRACTIVENESS DAN USE OF SOCIAL MEDIA TERHADAP
CORPORATE REPUTATION PERUSAHAAN STARTUP SERTA
IMPLIKASINYA DENGAN INTENTION TO APPLY* : TELAAH PADA
MAHASISWA TINGKAT AKHIR DI JABODETABEK” merupakan hasil dari
karya saya sendiri dan bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain dan lembaga lain.
Segala informasi yang ada pada skripsi ini dicantumkan dalam daftar pustaka.
Selain itu saya juga menyatakan bahwa data penelitian yang saya gunakan dalam
penelitian ini adalah data asli dari responden dan tidak dimanipulasi.

Tangerang, 3 Agustus 2017

Peneliti,

Leonardus Albert Rostandy

INSPIRING QUOTES



UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa memberikan berkat, rahmat, karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “ANALISIS PENGARUH EMPLOYER ATTRACTIVENESS DAN USE OF SOCIAL MEDIA TERHADAP CORPORATE REPUTATION PERUSAHAAN STARTUP SERTA IMPLIKASINYA DENGAN INTENTION TO APPLY : TELAAH PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR DI JABODETABEK”. Skripsi ini dibuat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi yang dibuat oleh penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak baik berupa bimbingan dan juga dukungan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, khususnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan berkat, rahmat, karunia dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai di waktu yang tepat dengan memberikan kesehatan dan kelancaran kepada penulis.
2. Keluarga tercinta Papa, Mama, Ce Christie dan Ce Cindy yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
3. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M. selaku pembimbing dan ketua prodi Manajemen yang senantiasa memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Nosika Rizkalla S.E., M.Sc. selaku ketua sidang skripsi yang telah memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini lebih baik.
5. Bapak Anthony Halim B. Sc., M.B.A. selaku penguji ahli dalam sidang skripsi yang telah memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini lebih baik.
6. Kepada sahabat penulis 7CM, Wisata Kuliner dan Kons Darwin yang memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis.

7. Kepada Dicky Sukardi, Hendrix, Kelvin Yohanes, Kevin Golfik dan Kevin Krissuseno yang bersedia meluangkan waktunya untuk melaksanakan *focus group discussion* sehingga penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
8. Kepada Abraham Ronalski, Clara Vanessa, Dewa Komang, Jovan Raysano, Lindayani, Nowel Constantine, Ria Otaviani, Sonni Sitanala, Stephen Hany dan Windi Chrisdiningrum yang bersedia meluangkan waktunya untuk melaksanakan *in depth interview* sehingga penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
9. Responden yang sudah menyediakan waktunya untuk mengisi kuesioner yang sudah disebarluaskan secara *online*.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam meyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulis dapat membuat karya yang lebih baik lagi.

Tangerang, 3 Agustus 2017

Leonardus Albert Rostandy
(13130110007)

ABSTRAK

Indonesia diprediksi akan mendapatkan bonus demografi pada tahun 2020-2030 dengan jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) mencapai 70 %. Maka dari itu Indonesia menjadi negara di kawasan ASEAN yang memiliki jumlah penduduk dengan usia produktif terbanyak dengan persentase 23% generasi millenials dari 625 juta. Gen Y merupakan generasi pertama yang menghabiskan waktu mereka dalam lingkungan *digital*, teknologi informasi mempengaruhi bagaimana mereka hidup dan bekerja. Hasil survei dari LinkedIn menemukan bahwa tren perekrutan di Indonesia dengan melibatkan 77 profesional dimana sebesar 57% dari mereka sering mengunjungi situs pencari kerja dan sebesar 56% mencari pekerjaan melalui media sosial. Adapun perusahaan *startup* pada bidang *e-commerce* menjadi tren pekerjaan yang paling dicari oleh pencari kerja dalam setahun terakhir. Maka dari itu pentingnya perusahaan untuk menarik perhatian calon pekerja yang potensial akan menjadi *competitive advantage* bagi mereka. Maka dari itu penelitian ini akan membahas mengenai 5 dimensi dari *employer attractiveness* dan *use of social media* yang berpengaruh kepada *corporate reputation* terhadap *intention to apply for a job*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode *nonprobability sampling*. Dengan menggunakan teknik *judmental sampling*. Data yang diperoleh dengan menyebar kuesioner *online* sebanyak 180 responden dimana responden tersebut merupakan mahasiswa aktif dan memasuki semester akhir, memiliki IPK di atas 3.00 serta berdomisili di JABODETABEK. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi AMOS versi 22.0.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kelima dimensi *employer attractiveness* terhadap *corporate reputation*, terdapat hubungan yang positif antara *use of social media* terhadap *corporate reputation* dan terdapat hubungan yang positif antara *corporate reputaion* terhadap *intention to apply for a job*. Adapun RMSEA dari penelitian ini adalah 0,078 dan nilai X²/DF senilai 2,095.

Kata Kunci : *Employer Branding, Employer Attractiveness, Use of Social Media, Corporate Reputation, Intention to Apply for a Job*



ABSTRACT

Indonesia is predicted to gain a bonus demographics in 2020-2030 with the amount of population of productive age reach 70%. Therefore, Indonesia become the country that has the most population of productive age with 23% of millenials age from 625 millions. Gen Y is the first generation that spent their time in digital environment, information technology affect them how they live and work. Survey result that held by LinkedIn found that recruitment trend in Indonesia that involve 771 professionals where 57% said that they are often visit job search site and 56% said that they search the job by social media. As for startup company in e-commerce sector become the most wanted job by job seeker in the last year. Therefore, the importance for employer to attract potential employees will become their competitive advantage. Therefore this research will discuss about 5 dimensions of employer attractiveness and use of social media that affect corporate reputation to intention to apply for a job.

This research is using descriptive method by nonprobability method by using judgemental sampling technique. The data that obtained by spreading the online questionnaires to 180 respondents where the criterias are an active student in their university, has GPA above or equal 3.00 and domicile in JABODETABEK. The data that obtained is processed with Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 22.0 application.

The result from this research found that there is a positive relationship between employer attractiveness and corporate reputation, there is a positive relationship between use of social media and corporate reputation and there is a positive relationship between corporate reputation and intention to apply for a job. As for the RMSEA result is 0,078 and X²/DF result is 2,095 but CFI result is 0,861.

Keywords : Employer Branding, Employer Attractiveness, Use of Social Media, Corporate Reputation, Intention to Apply for a Job



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Batasan Masalah.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Akademis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II.....	16

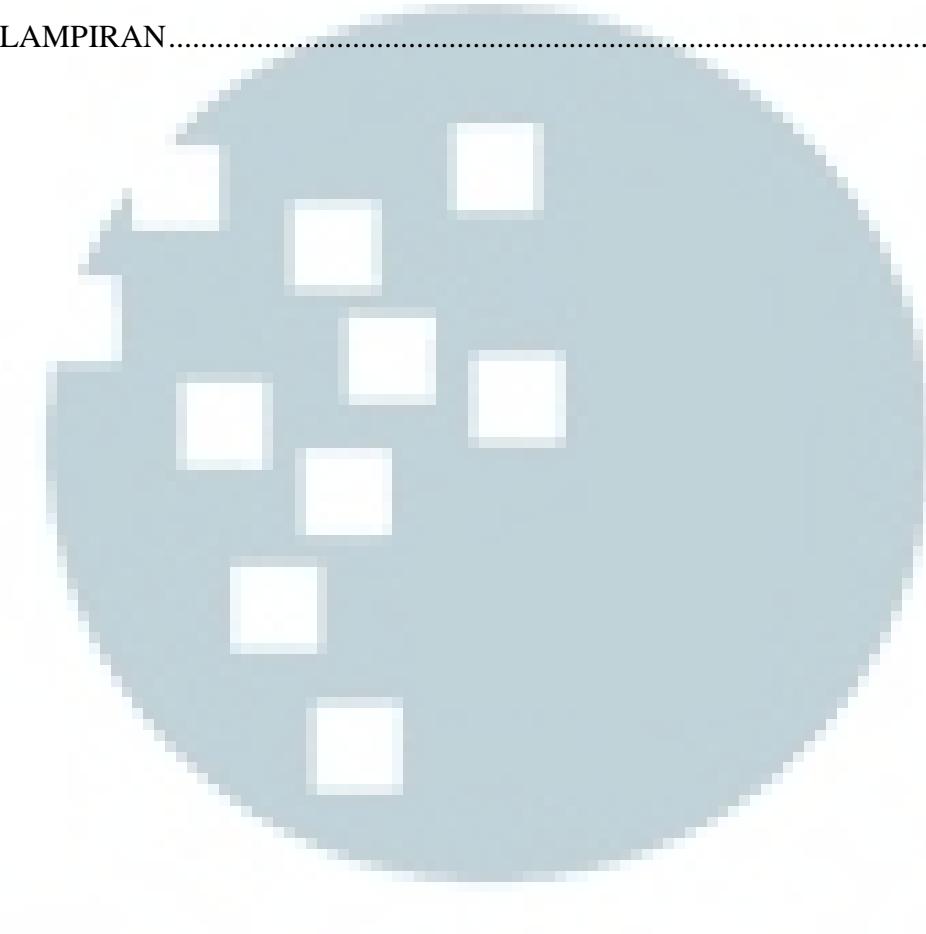
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Human Resource Management.....	16
2.1.2 Recruitment and Selection Process.....	16
2.1.3 Online Recruitment.....	19
2.1.4 Mahasiswa	20
2.1.5 Employer Branding.....	20
2.1.6 Employer Attractiveness.....	21
2.1.7 Corporate Reputation.....	22
2.1.8 Use of Social Media.....	23
2.1.9 Intention to Apply for a Job.....	24
2.2 Hubungan Antar Variabel	24
2.2.1 Dimensi Employer Attractiveness terhadap Corporate Reputation.....	24
2.2.2 Social Media terhadap Corporate Reputation.....	24
2.3 Model Penelitian	26
2.4 Penelitian Terdahulu	26
BAB III	32
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
3.1.1 Profil Tokopedia	32
3.1.2 Profil Go-Jek.....	34
3.1.3 Blibli.com	35
3.1.4 Sale Stock	37

3.1.5 Traveloka	38
3.2 Desain Penelitian.....	40
3.2.1 Jenis Penelitian	40
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampling Unit.....	42
3.3.3 Sampling Frame.....	42
3.3.4 Sampling Techniques.....	42
3.5 Sampling Size.....	45
3.6 Sampling Process	45
3.6.1 Sumber Data	45
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	47
3.7.1 Variabel Eksogen.....	47
3.7.2 Variabel Endogen	47
3.7.3 Variabel Teramati	48
3.8 Definisi Operasional Variabel	48
3.9 Teknik Analisis Data.....	58
3.9.1 Uji <i>Pre-Test</i>	58
3.9.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	58
3.9.3 Uji Validitas.....	58

3.9.4 Uji Reabilitas	60
3.10 Structural Equation Model (SEM)	60
3.10.1 Kecocokan Model Keseluruhan.....	63
3.10.2 Kecocokan Model Pengukuran.....	65
3.10.3 <i>Second Order Confrimatory Factor Analysis (2nd CFA)</i>	66
3.10.4 Kecocokan Model Struktural.....	66
BAB IV	67
4.1 Deskripsi Profil Responden.....	67
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	69
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Angkatan	70
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Fakultas	71
4.2 Analisa Deskriptif	72
4.2.1 Employer Attractiveness.....	73
4.2.2 <i>Use of Social Media</i>	86
4.2.3 <i>Corporate Reputation</i>	88
4.2.4 <i>Intention to Apply for a Job</i>	90
4.3 Uji Istrumen <i>Pre-Test</i>	94
4.3.1 Uji Validitas.....	94
4.4 Uji Instrumen <i>Main Test</i>	99

4.4.2 Hasil Analisis Model Struktural	103
4.5 Uji Hipotesis.....	104
4.6 Interpretasi Hasil	106
4.6.1 Hasil Pengaruh 5 Dimensi <i>Employer Attractiveness</i> terhadap <i>Corporate Reputation</i>	106
4.6.2 Hasil Pengaruh <i>Use of Social Media</i> Terhadap <i>Corporate Reputation</i>	107
4.6.3 Hasil Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> Terhadap <i>Intention to Apply for a Job</i>	107
4.7 Implikasi Manajerial	108
4.7.1 Perhatian Kelima Perusahaan <i>Startup</i> (Tokopedia, Go-Jek, Blibli, Sale Stock dan Traveloka) Terhadap Kelima Dimensi <i>Employer Attractiveness</i> Untuk Meningkatkan <i>Corporate Reputation</i>	108
4.7.2 Perhatian Kelima Perusahaan <i>Startup</i> (Tokopedia, Go-Jek, Blibli, Sale Stock dan Traveloka) Terhadap <i>Use of Social Media</i> Untuk Meningkatkan <i>Corporate Reputation</i>	111
4.7.3 Perhatian Kelima Perusahaan <i>Startup</i> (Tokopedia, Go-Jek, Blibli, Sale Stock dan Traveloka) Terhadap <i>Corporate Reputation</i> Untuk Meningkatkan <i>Intention to Apply for a Job</i>	111
BAB V	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114

5.2.1 Saran untuk Perusahaan	114
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	126

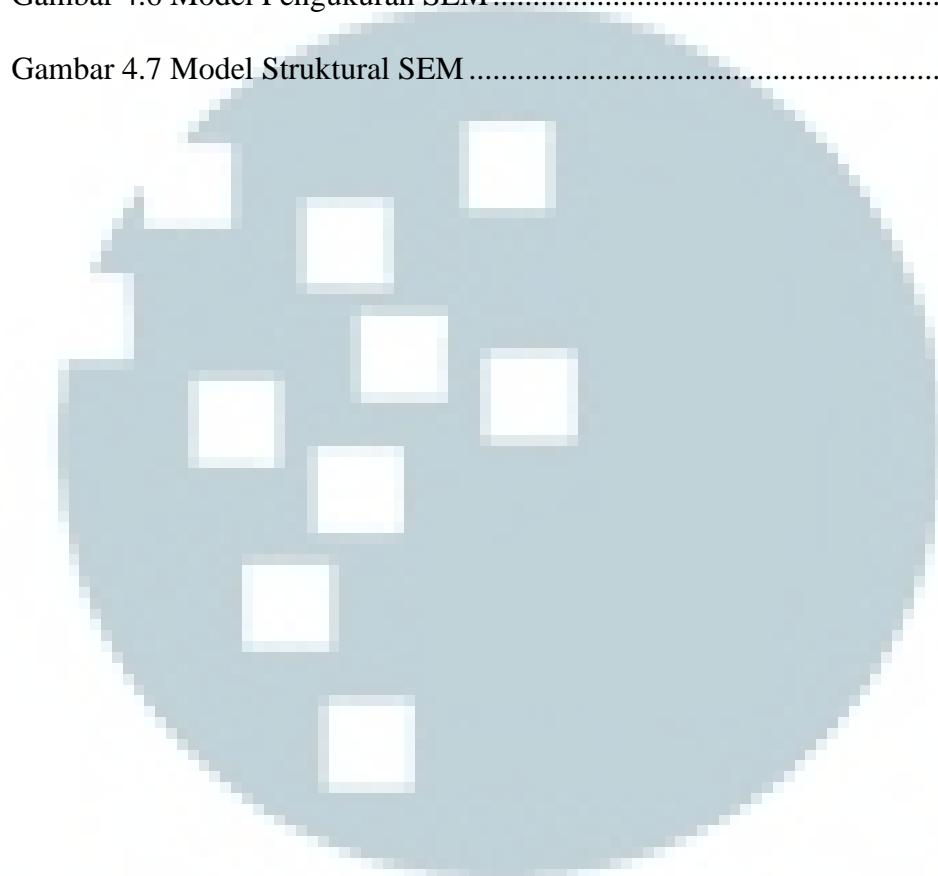


UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo idEA	1
Gambar 1.2 Infografis <i>Startup</i> yang Paling Menarik Perhatian Pencari Kerja.....	2
Gambar 1.3 Piramida Penduduk Indonesia Tahun 2020-2030	4
Gambar 1.4 Infografis Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016	5
Gambar 2.1 Langkah-langkah dalam Proses <i>Recruitment</i> dan <i>Selection</i>	17
Gambar 2.2 Model Penelitian	26
Gambar 3.1 Logo Tokopedia	32
Gambar 3.2 Tampilan Tokopedia	33
Gambar 3.3 Logo Go-Jek.....	34
Gambar 3.4 Tampilan Go-Jek.....	35
Gambar 3.5 Logo Blibli.com	35
Gambar 3.6 Tampilan Blibli.com	36
Gambar 3.7 Logo Sale Stock	37
Gambar 3.8 Tampilan Sale Stock	38
Gambar 3.9 Logo Traveloka	38
Gambar 3.10 Tampilan Traveloka	40
Gambar 3.11 Variabel Eksogen	47
Gambar 3.12 Variabel Endogen.....	48
Gambar 3.13 Tahap-Tahap Melakukan SEM	61
Gambar 3.14 Model Pengukuran	62
Gambar 3.15 Model Struktural	63
Gambar 4.1 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 4.2 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia	68

Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	69
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Angkatan	70
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Fakultas	71
Gambar 4.6 Model Pengukuran SEM	100
Gambar 4.7 Model Struktural SEM	104



UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	49
Tabel 3.2 Goodness of Fit.....	64
Tabel 4.1 Skala Interval 5 Kategori	72
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Interest Value</i>	73
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Social Value</i>	76
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Economic Value</i>	79
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Development Value</i>	81
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Application Value</i>	84
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Use of Social Media</i>	86
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Corporate Reputation</i>	88
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Intention to Apply for a Job</i> . 91	
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas <i>Pre-Test</i>	97
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas SEM	101
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas SEM.....	102
Tabel 4.14 Hasil Uji Kecocokan <i>Goodness of Fit</i>	104
Tabel 4.15 Uji Hipotesis	105

