

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP *JOB ENGAGEMENT* PADA KARYAWAN DI PT PARAGON
TECHNOLOGY and INNOVATION**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Diajukan oleh:

Melvin Klein Hidayat

NPM : 190325054

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
AGUSTUS 2024**

SKRIPSI
LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP *JOB*
***ENGAGEMENT* PADA KARYAWAN DI PT PARAGON**
TECHNOLOGY and INNOVATION



Disusun Oleh :
Melvin Klein Hidayat
NPM : 190325054

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Melvin', is positioned above the name of the supervisor.

Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI

Yogyakarta, Agustus 2024

SKRIPSI

**PENGARUH EMPLOYER BRANDING TERHADAP JOB
ENGAGEMENT PADA KARYAWAN DI PT PARAGON
TECHNOLOGY and INNOVATION**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Melvin Klein Hidayat
NPM : 190325054**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 6 September 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen(S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



**Daniel Yudistya Wardhana,
S.E., MEI**

Anggota Panitia Penguji



**Debora Wintriarsi Handoko,
SE., MM., M.Sc.**



Aloysia Desy Pramusiwi, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 25 September 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti
S1, M.Sc., Ph.D.**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP *JOB ENGAGEMENT* PADA KARYAWAN DI PT PARAGON
TECHNOLOGY and INNOVATION**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun tujuan kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar Pustaka. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi Sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Agustus 2024

Yang menyatakan,



Melvin Klein Hidayat

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat serta kasih-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Employer Branding Terhadap Job Engagement* pada Karyawan di PT Paragon TECHNOLOGY and INNOVATION” dengan tuntas dan baik.

Pada bagian ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang sudah membantu, mendukung, serta memberikan doa kepada saya sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan baik. Secara khusus saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang selalu senantiasa memberikan rahmat kesehatan, semangat, kekuatan, motivasi, dan berkat di situasi yang paling sulit sekalipun selama berproses menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Wenefrida Mahestu Noviantra K, S.E., M.Sc.IB. Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Keluarga penulis, Papi, Mami, Opa, Oma, Cece, dan Dedek serta segenap keluarga besar yang selalu memberi dukungan, doa serta motivasi sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
4. Bapak Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing dengan sabar serta memberi saran dan dukungan kepada penulis selama berproses sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta dukungan kepada penulis sehingga mampu menempuh proses perkuliahan dengan baik.
6. Seluruh Karyawan Tata Usaha Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya yang sudah membantu proses administrasi selama ini.
7. Saudara Ronni Ardiansyah telah bersedia membantu dalam penyebaran dan pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh karyawan tetap di PT. Paragon TECHNOLOGY and INNOVATION wilayah Bengkulu.
8. Sahabat-sahabat penulis Nico Paska Benardi, Verdianto Karnadi, Obed Jonathan, Gerry Arliandi, Kevin Kurniawan, Rizky Ramadhan, Alwindra Budi Setiawan, Juan Felix Grasiyas, Felix Rivaldo, Renaldi, Muhammad Naupal,

Oliver, Akbar, Ruben, Calvin yang selalu mendorong, mengingatkan dan memberi semangat dalam proses penulisan skripsi.

9. Bapak Neljun, Bapak Yusin, Bapak Erwin, Bapak Jhon, Bapak Andreas, Bapak Abraham, Bapak Darto, Bapak Weli yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk tidak menyerah dalam mengerjakan skripsi.
10. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung sudah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang mendukung agar tugas akhir ini menjadi lebih baik dari sebelumnya. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam tugas akhir ini dan semoga dapat memberikan manfaat bukan hanya untuk penulis tetapi untuk pembaca yang membutuhkan.

Yogyakarta, Agustus 2024

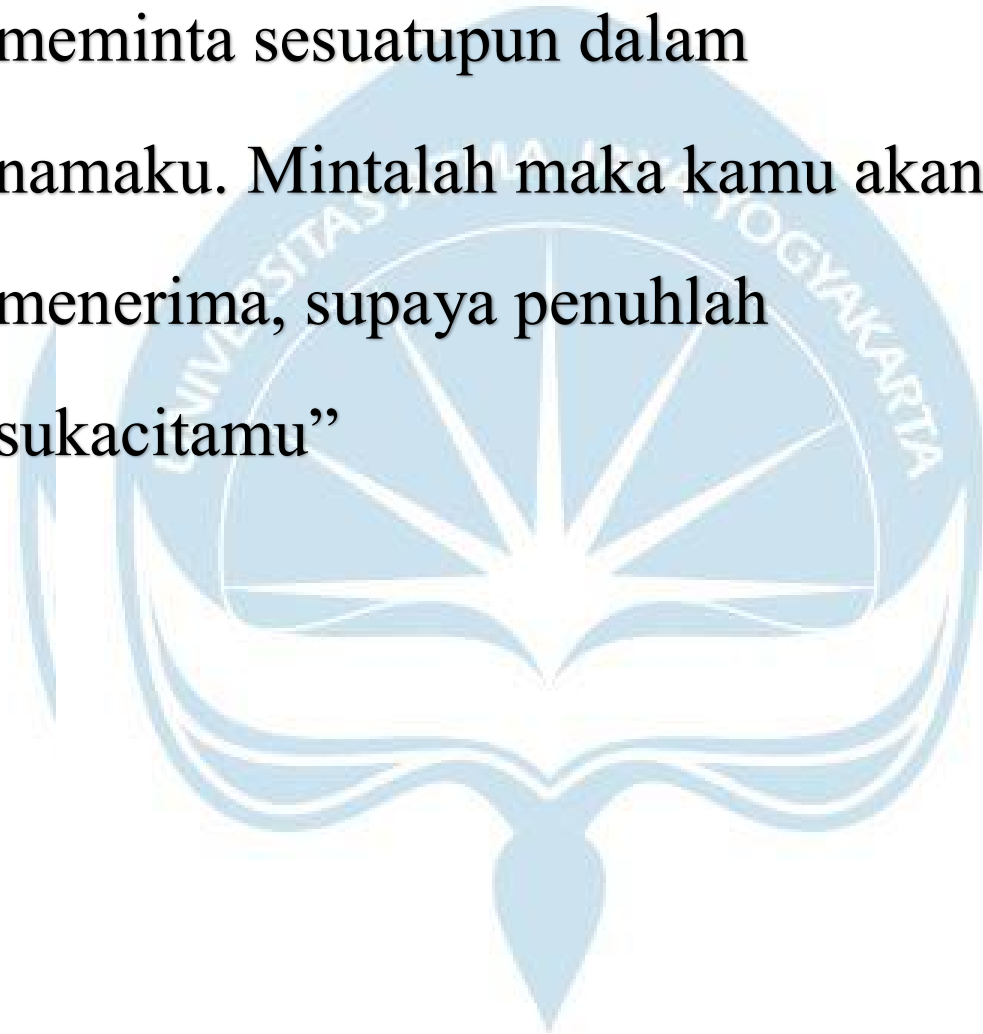
Penulis



Melvin Klein Hidayat

MOTTO

“Sampai sekarang kamu belum meminta sesuatupun dalam namaku. Mintalah maka kamu akan menerima, supaya penuhlah sukacitamu”



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Employer Branding</i>	7
2.1.1 Pengertian <i>Employer Branding</i>	7
2.1.2 Manfaat <i>Employer Branding</i>	8
2.1.3 Tujuan <i>Employer Branding</i>	8
2.1.4 Dimensi <i>Employer Branding</i>	9
2.2 <i>Job Engagement</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Job Engagement</i>	10

2.2.2 Dimensi <i>Job Engagement</i>	11
2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keterlibatan Kerja.....	12
2.2.4 Indikator Keterlibatan Kerja	14
2.3 Hipotesis Penelitian.....	14
2.3.1 <i>Economic Value</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Job Engagement</i>	15
2.3.2 <i>Social Value</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Job Engagement</i>	15
2.3.3 <i>Development Value</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Job Engagement</i>	15
2.3.4 <i>Application Value</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Job Engagement</i>	16
2.3.5 <i>Interest Value</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Job Engagement</i>	16
METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Populasi Penelitian	18
3.3 Sampel Penelitian & Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel	19
3.5 Metode Pengukuran Data	19
3.6 Metode Pengujian Instrumen	20
3.6.1 Uji Validitas.....	20
3.6.2 Uji Reliabilitas	20
3.7 Metode Analisis Data	21
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	21
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	21

3.8 Pengujian Hipotesis.....	22
3.8.1 Uji F Hitung (Uji Simultan).....	22
3.8.2 Uji t Hitung (Uji Parsial)	23
3.8.3 Analisis Koefisien Derminasi(R^2)	23
HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Pengujian Instrumen.....	24
4.1.1 Uji Validitas.....	24
4.1.2 Uji Reliabilitas	26
4.2 Analisis Karakteristik Responden	26
4.3 Analisis Deskriptif.....	27
4.3.1 <i>Economic Value</i>	28
4.3.2 <i>Social Value</i>	29
4.3.3 <i>Development Value</i>	29
4.3.4 <i>Application Value</i>	30
4.3.5 <i>Interest Value</i>	30
4.3.6 <i>Job Engagement</i>	31
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
4.5 Pengujian Hipotesis.....	33
4.5.1 Uji F Hitung (Uji Simultan).....	33
4.5.2 Uji T Hitung (Uji Parsial)	34
4.5.3 Analisis koefisien determinasi (R^2)	35
4.5 Pembahasan	36
4.5.1 Pengaruh <i>Economic Value</i> terhadap <i>Job Engagement</i> pada karyawan	36
4.5.2 Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Job Engagement</i> pada karyawan	36

4.5.3 Pengaruh <i>Development Value</i> terhadap <i>Job Engagement</i> pada karyawan	37
4.5.4 Pengaruh <i>Application Value</i> terhadap <i>Job Engagement</i> pada karyawan	37
4.5.5 Pengaruh <i>Interest Value</i> Terhadap <i>Job Engagement</i> pada karyawan ...	38
PENUTUP	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Implikasi Manajerial	40
5.3 Keterbatasan Penelitian	43
5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	43
DAFTAR PUSTAKA.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	17
-------------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitasi.....	24
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden.....	27
Tabel 4.4 Kategori Kelas Interval.....	28
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Economic Value.....	28
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Social Value.....	29
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Development Value.....	29
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Application Value.....	30
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Interest Value.....	30
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Job Engagement</i>	31
Tabel 4.11 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda Employer Branding Terhadap Job Engagement.....	32

PENGARUH EMPLOYER BRANDING TERHADAP JOB ENGAGEMENT PADA KARYAWAN DI PT PARAGON TECHNOLOGY and INNOVATION

Melvin Klein Hidayat
Daniel Yudistya Wardhana
Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari No. 43-44

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *Economic Value* terhadap *Job Engagement* pada PT Paragon Technology and Innovation, (2) pengaruh *Social Value* terhadap *Job Engagement* pada PT Paragon Technology and Innovation, (3) pengaruh *Development Value* terhadap *Job Engagement* pada PT Paragon Technology and Innovation, (4) pengaruh *Application Value* terhadap *Job Engagement* pada PT Paragon Technology and Innovation, (5) pengaruh *Interest Value* terhadap *Job Engagement* pada PT Paragon Technology and Innovation.

Penelitian ini merupakan penelitian survey, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini ialah karyawan PT Paragon Technology and Innovation di wilayah Bengkulu. Sampel sebanyak 60 responden dengan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *Purposive sampling*. Uji validitas menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa: (1) *Economic Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Job Engagement*, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,625 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 2,004 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001 atau lebih kecil dari 0,05; (2) *Social Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Job Engagement*, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 2,224 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,03 atau lebih kecil dari 0,05; (3) *Development Value* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Job Engagement*, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar -0,253 atau lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,801 atau lebih besar dari 0,05; (4) *Application Value* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Job Engagement*, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0,514 atau lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,609 atau lebih besar dari 0,05; (5) *Interest Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Job Engagement*, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,907 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 2,004 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001 atau lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci: Economic Value, Social Value, Development Value, Application Value, Interest Value, Job Engagement