

Pengaruh employer branding terhadap intention to join melalui variabel mediasi anticipatory psychological contract pada program #BukalapakkeKampus oleh PT Bukalapak.com = The effect of employer branding on intention to join with anticipatory psychological contract as a mediating variable on #BukalapakkeKampus program by PT Bukalapak.com

Yovani Anindya Safira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482303&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh employer branding PT #Bukalapak.com dengan program #BukalapakkeKampus terhadap intention to join mahasiswa yang pernah menghadiri program #BukalapakkeKampus, dengan mempertimbangkan anticipatory psychological contract sebagai variabel mediasi. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah survei melalui instrumen kuesioner, dengan jumlah sampel sebanyak 104 responden yang diambil menggunakan teknik non-probabilita yaitu teknik snowball. Hasil analisis korelasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa employer branding merupakan prediktor yang signifikan terhadap anticipatory psychological contract dan intention to join, serta anticipatory psychological contract merupakan prediktor yang signifikan terhadap intention to join. Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa anticipatory psychological contract yang terbentuk pada mahasiswa yang pernah menghadiri program #BukalapakkeKampus terhadap PT #Bukalapak.com sebagai tempat bekerja, tidak memediasi pengaruh employer branding terhadap intention to join.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of PT Bukalapak.com employer branding with the #BukalapakkeKampus program on intention to join by considering anticipatory psychological contract as the mediating variable. The technique used to collect quantitative data for this study is a survey which is conducted on a non-probability sampling (snowball) of 104 university students who have attended the #BukalapakkeKampus program. The correlation analysis on this study shows that employer branding is a significant predictor for anticipatory psychological contract and intention to join. Anticipatory psychological contract is also a significant predictor for intention to join. The mediation analysis shows that anticipatory psychological contract that is formed within the university students who have attended the #BukalapakkeKampus program does not mediate the effect of employer branding on intention to join.