

Pengaruh employer branding terhadap employee retention dengan work engagement sebagai variabel mediasi (studi pada Crowne Plaza Hotel Jakarta) = The effect of employer branding on employee retention with work engagement as a mediating variable (study on Crowne Plaza Hotel Jakarta)

Rizti Kinanti Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20501443&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh employer branding terhadap employee retention dengan menggunakan work engagement sebagai variabel mediasi. Variabel employer branding diukur menggunakan beberapa indikator dari Alniacik & Alniacik (2012) yang merupakan pengembangan dari indikator pengukuran yang digunakan oleh Berthon et.al, untuk variabel work engagement menggunakan beberapa indikator dari Schaufeli dan yang terakhir untuk variabel employee retention diukur menggunakan beberapa indikator dari Kyndt, Dochy dan Michielsen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner online dengan jumlah responden terkumpul sebanyak 211. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan analisis deskriptif, analisis regresi, analisis mediasi dan analisis sobel test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa employer branding memengaruhi employee retention secara signifikan dan employer branding memengaruhi work engagement secara signifikan. Berdasarkan hasil uji mediasi yang telah dilakukan, work engagement memengaruhi hubungan employer branding dan employee retention sebagai mediasi secara sebagian partially mediating style="margin-left:5.1pt;"

This study aims to examine the effect of employer branding on employee retention with work engagement as a mediating variable. Employer branding variable is measured by several indicators from Alniacik & Alniacik (2012), for work engagement variable measured by several indicators from Schaufeli, and the last for employee retention variable measured by several indicators from Kyndt, Dochy dan Michielsen. This study uses quantitative approach, collecting data by distributing questionnaires with 211 respondents collected. Data analysis was done by descriptive analysis, regression analysis, mediation analysis (causal step) and sobel test analysis. The results showed that employer branding affect employee retention significantly and employer branding affects work engagement significantly. Work engagement affects employee retention significantly. Based on mediation analysis, work engagement affects the relationship of employer branding and employee retention partially mediating)