

Judul Penelitian : **Pengaruh *Employer Branding* dan *Employee Retention* Terhadap *Turnover Intention* Karyawan Mayangkara Group Blitar**

Dosen Pembimbing : 1. Dr.Deby Santyo Rusandi, S.E.,M.M
2. Iing Sri Hardiningrum, S.Pd.M,M

Nama Mahasiswa : Ira Luckytasari

NPM : 20130210269

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employer branding* dan *employee retention* terhadap *turnover intention* karyawan agen gas LPG Mayangkara group. *Employer branding* berperan penting dalam membentuk reputasi perusahaan sebagai tempat bekerja yang menarik bagi karyawan, sedangkan *employee retention* adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan karyawan, *turnover intention* merujuk pada kecenderungan karyawan untuk meninggalkan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan terhadap 126 karyawan agen gas LPG mayangkara group dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* dan *employee retention* berpengaruh secara simultan pada *turnover intention* hal ini dapat dilihat dari nilai sig f $0,27 < 0,05$. Dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o di tolak.

Kata Kunci : *Employer Branding, Employee Retention, dan Turnover Intention*

Research Title : *The Influence of Employer Branding and Employee Retention on the Turnover Intention of Mayangkara Employee Group Blitar*

Supervisor : 1. Dr. Deby Santyo Rusandi, S.E., M.M
2. Iling Sri Hardiningrum, S.Pd. M, M

Student Name : Ira Luckytasari

NPM : 20130210269

Abstraction

This study aims to determine the influence of employer branding and employee retention on the turnover intention of employees of LPG Mayangkara group. Employer branding plays an important role in shaping the company's reputation as an attractive workplace for employees, while employee retention is an effort made by the company to retain employees, turnover intention refers to the tendency of employees to leave the company.

This study uses a quantitative research method. Sampling was carried out on 126 employees of Mayangkara Group's LPG gas agent using purposive sampling techniques. The results of the study show that employer branding and employee retention have a simultaneous effect on turnover intention, this can be seen from the value of $\text{sig } f 0.27 < 0.05$. It can be stated that H_a was accepted and H_o was rejected.

Keywords: *Employer Branding, Employee Retention, and Turnover Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batas Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Manfaat penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademik.....	7
1.5.2 Manfaat Operasional.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8

2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	12
2.2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	12
2.2.2 <i>Employer Branding</i>	18
2.2.3 <i>Employee Retention</i>	20
2.2.4 <i>Turnover Intention</i>	24
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap <i>Turnover Intention</i>	28
2.3.2 Pengaruh <i>Employee Retention</i> terhadap <i>Turnover Intention</i>	28
2.3.3 Pengaruh <i>Employer Branding</i> dan <i>Employee Retention</i> terhadap <i>Turnover Intention</i>	29
2.4 Kerangka Teoritik	30
2.5 Formula Hipotesis	31
2.6 Hipotesis Operasional	32
 BAB III METODE PENELITIAN	 33
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Lokasi penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi Penelitian	34
3.4.2 Sampel	34
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	34

3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	35
3.7.1 Sumber Data.....	35
3.7.2 Teknik Pengumpulan data.....	35
3.8 Identifikasi Variabel	37
3.9 Definisi Operasional Variabel	38
3.10 Teknik Analisis Data	39
3.10.1 Uji Validitas	39
3.10.2 Uji Reliabilitas	40
3.10.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.10.4 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.10.5 Koefisien Determinan	42
3.10.6 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	43
3.10.7 Uji Signifikan f	43
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum dan Profil Agen Gas LPG Mayangkara Group	45
4.1.2 Visi dan Misi Agen Gas LPG Mayangkara Group Blitar.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
4.2 Pembahasan.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden	50
4.2.2 Distribusi Frekuensi	53
4.2.3 Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	59

4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.2.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
4.2.6 Uji Koefisien Determinan	65
4.2.7 Uji t	65
4.2.8 Uji F	66
4.3 Interpretasi Hasil	67
4.3.1 Pengaruh Secara Parsial antara <i>Employer Branding</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> pada Karyawan Agen Gas LPG Mayangkara Group Blitar	67
4.3.2 Pengaruh Secara Parsial antara <i>Employee Retention</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> pada Karyawan Agen Gas LPG Mayangkara Group Blitar	68
4.3.3 Pengaruh Secara Simultan antara Variabel <i>Employer Branding</i> dan <i>Employee Retention</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> pada Karyawan Agen Gas LPG Mayangkara Group Blitar	69
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	70
5.2.1 Bagi Operasional.....	70
5.2.2 Bagi Akademik.....	71
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76