

**PENGARUH *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* DAN *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP
TURNOVER INTENTION KARYAWAN DENGAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PT X DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

GHONIYAH RONAA ADIIBAH

2210526019

Dosen Pembimbing :

Hendra Lukito, SE., MM., Ph.D

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

| | | | |
|---|--|-------------------------------|---------------------|
|  | No. Alumni Universitas | Ghoniyyah Ronaa Adibah | No. Alumni Fakultas |
| | a) Tempat/tgl lahir: Padang/18 November 1999, b) Nama Orang Tua: Elfiswandi, c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen: Manajemen, e) NIM: 2210526019, f) Tanggal Lulus: 12 Agustus 2024, g) Predikat Lulus: Dengan Pujian, h) IPK: 3,82, i) Lama Studi: 2 tahun, h) Alamat Orang Tua: Lubuk Minturun, Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang | | |

PENGARUH *EMPLOYEE VALUE PROPOSITION* DAN *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP *TURNOVER INTENTION* KARYAWAN DENGAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PT X DI KOTA PADANG

Skripsi oleh Ghoniyyah Ronaa Adibah
Pembimbing: Hendra Lukito, SE., MM., Ph.D

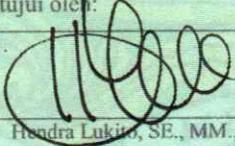
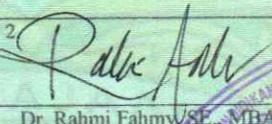
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *employee value proposition* dan *employer branding* terhadap *turnover intention* karyawan dengan *employee engagement* sebagai variabel moderasi pada PT X di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *probability sampling*. Sampel penelitian ini terdiri dari 74 responden. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.0 melalui *structural equation modelling* dan uji *bootstrapping* untuk uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employee value proposition* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *turnover intention*, *employer branding* berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*, *employee engagement* berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*. Selanjutnya, *employee engagement* tidak dapat memoderasi secara signifikan hubungan antara *employee value proposition* dan *turnover intention*, dan *employee engagement* berpengaruh negatif dan signifikan dalam memoderasi hubungan antara *employer branding* dan *turnover intention*.

Kata kunci: *employee value proposition*; *employer branding*; *turnover intention*; *employee engagement*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 12 Agustus 2024.

Abstrak telah disetujui oleh:

| | | | |
|--------------|--|---|--|
| Tanda Tangan | 1.  | 2.  | 3.  |
| Nama terang | Hendra Lukito, SE., MM., Ph.D | Dr. Rahmi Fahmy, SE., MBA | Dr. Laura Syahrul, SE., MBA |

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D
NIP. 197106242006041007



Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus:

| | | |
|------------------------|------------------------------|--------------|
| | Petugas Fakultas/Universitas | |
| No. Alumni Fakultas | Nama | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas | Nama | Tanda Tangan |