

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRACK.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.6.1 Manfaat Teoritis	15
1.6.2 Manfaat Praktis	15
1.7 Sistematika Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Deskripsi Teori	17
2.1.1 <i>Teacher retention</i>	17
2.1.2 <i>Internal branding</i>	22
2.1.3 <i>Employer branding orientation</i>	27
2.1.4 <i>School brand orientation</i>	32
2.1.5 <i>Internal corporate social responsibility</i>	34
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	37
2.2.1 <i>School brand orientation dan Teacher Retention</i>	37
2.2.2 <i>School brand orientation dan Employer Branding Orientation</i>	40
2.2.3 <i>School brand orientation dan Internal Branding</i>	42
2.2.4 <i>Employer Branding Orientation dan Teacher retention</i>	47

2.2.5 <i>Employer Branding Orientation dan Internal Branding</i>	56
2.2.6 <i>Internal Branding, Internal CSR dan Teacher Retention</i>	58
2.3 Kerangka Berpikir Model Penelitian	60
2.4 Hipotesis Penelitian	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Rancangan Penelitian	63
3.2 Tempat, Waktu, dan Subjek Penelitian	63
3.2.1 Tempat	63
3.2.2 Waktu.....	64
3.2.3 Subjek Penelitian	64
3.3 Prosedur Penelitian	64
3.4 Populasi dan Sampel	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data	67
3.6 Instrumen Penelitian	67
3.6.1 Variabel Laten Eksogen	68
3.6.2 Variabel Laten Endogen	68
3.7 Teknik Analisis Data	69
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	70
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial	71
3.7.2.1 Model Pengukuran (<i>Inner model</i>).....	72
3.7.2.2 Model Strukturanl (<i>Outer model</i>)	74
3.8 Hipotesis Statistik.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Analisis Statistik Deskripsi.....	77
4.1.1 Profil Responden.....	77
4.1.2 Statistik Deskripsi Variabel <i>Teacher Retention</i> (Y1).....	80
4.1.3 Statistik Deskripsi Variabel <i>Internal Branding</i> (Y3).....	81
4.1.4 Statistik Deskripsi Variabel <i>Employer Branding Orientation</i> (Y2)....	83
4.1.5 Statistik Deskripsi Variabel <i>School Brand Orientation</i> (X1)	84
4.1.6 Statistik Deskripsi Variabel <i>Internal CSR</i> (Y4).....	86
4.2 Analisis Statistik Inferensial.....	87
4.2.1 Analisis PLS-SEM.....	87
4.2.2 Pengujian Outer Model	88
4.2.2.1 Validitas Konvergen	89
4.2.2.2 Validitas Diskriminan	90

4.2.2.3 Reliabilitas	93
4.2.3 Pengujian Inner Model	94
4.2.3.1 Validitas Multikolinieritas	94
4.2.3.2 Koefisien Determinasi (R square dan R square Adjusted)	95
4.2.3.3 Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient- β</i>).....	96
4.2.3.4 Uji Mediasi Langsung dan Tidak Langsung	98
4.2.4 Pengujian Hipotesis	99
4.2.5 Pengujian IPMA (Importance Performance Matrix Analysis).....	101
4.3 Pembahasan	109
4.3.1 <i>School Brand Orientation</i> dan <i>Teacher Retention</i>	109
4.3.2 <i>School Brand Orientation</i> dan <i>Employer Branding Orientation</i>	110
4.3.3 <i>School Brand Orientation</i> dan <i>Internal Branding</i>	111
4.3.4 <i>Employer Branding Orientation</i> dan <i>Teacher Retention</i>	111
4.3.5 <i>Employer Branding Orientation</i> dan <i>Internal Branding</i>	112
4.3.6 <i>Internal Branding</i> dan <i>Teacher Retention</i>	113
4.3.7 <i>Internal Branding</i> , <i>Internal CSR</i> , dan <i>Teacher Retention</i>	113
4.4 Keterbatasan Penelitian	113
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Implikasi	116
5.2.1 Implikasi Teoritis	116
5.2.2 Implikasi Manajerial	117
5.3 Saran.....	118
DAFTAR REFERENSI.....	119
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Kerja Empat Model untuk Retensi Guru.....	6
Gambar 2. 1 Model Employer branding dari Goddam, 2008.....	28
Gambar 2. 2 delapan nilai nilai proposisi <i>employer branding</i>	31
Gambar 2. 3 Model Penelitian BO dan TR 1	38
Gambar 2. 4 Model Penelitian BO dan TR 2	39
Gambar 2. 5 Model Penelitian BO dan EBO 1	41
Gambar 2. 6 Model Penelitian BO dan IB 1	43
Gambar 2. 7 Model Penelitian BO dan IB 2	44
Gambar 2. 8 Model Penelitian BO dan IB 2	44
Gambar 2. 9 Model Penelitian BO dan IB 3	45
Gambar 2. 10 Model Penelitian EB dan ER 1.....	49
Gambar 2. 11 Model Penelitian EB dan ER 2.....	53
Gambar 2. 12 Model Penelitian EB dan ER 3.....	54
Gambar 2. 13 Model Penelitian EBO dan IB	56
Gambar 2. 14 Model Penelitian IB , Internal CSR dan Employee Retention.....	58
Gambar 2. 15 Model Penelitian.....	60
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	66
Gambar 3. 2 Pembagian Statistik	70
Gambar 4. 1 Profil Responden Jenis Kelamin.....	77
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	78
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Mengajar	78
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja	79
Gambar 4. 5 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>hidden indicator</i>)	88
Gambar 4. 6 Hasil Evaluasi Model SEM PLS <i>Algorithm</i>	89
Gambar 4. 7 Analisis IPMA pada Variabel <i>Teacher Retention</i>	102
Gambar 4. 8 Hasil Analisis IPMA Konstruk <i>Teacher Retention</i> (Indikator)	104
Gambar 4. 9 Analisis IPMA pada Variabel <i>Employer branding orientation</i>	105
Gambar 4. 10 Analisis IPMA pada Variabel <i>Internal Branding</i>	107
Gambar 4. 11 Analisis IPMA pada <i>Internal branding</i> (Indikator).....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu Variabel <i>Brand orientation</i> terhadap <i>Retention</i> ..	39
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu Variabel <i>Brand Orientation</i> terhadap <i>Employer branding orientation</i>	41
Tabel 2. 3 Penelitian terdahulu variabel <i>Brand Orientation</i> terhadap <i>Internal branding</i>	46
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu variabel <i>Employer Branding</i> terhadap <i>Retention</i>	55
Tabel 2. 5 penelitian terdahulu variabel <i>Employer Branding orientation</i> terhadap <i>Internal branding</i>	57
Tabel 4. 1 Deskriptif Profil Responden	79
Tabel 4. 2 Deskriptif <i>Teacher Retention</i>	80
Tabel 4. 3 Deskriptif Internal Branding.....	81
Tabel 4. 4 Deskriptif <i>Employer Branding Orientation</i>	83
Tabel 4. 5 Deskriptif <i>School Brand Orientation</i>	85
Tabel 4. 6 Deskriptif Internal CSR.....	86
Tabel 4. 7 Uji Validitas Konvergen.....	89
Tabel 4. 8 Validitas Deskriminan menurut Uji Fornell Larcker.....	91
Tabel 4. 9 Validitas Deskriminan menurut Nilai <i>Cross Loading</i>	91
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian HTMT antar konstruk laten.....	92
Tabel 4. 11 Reliabilitas Komposit	93
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi	95
Tabel 4. 16 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	96
Tabel 4. 17 Nilai <i>indirect effect</i>	98
Tabel 4. 18 Total efek.....	98
Tabel 4. 19 Hipotesis penelitian dengan nilai Koefisien jalur.....	99
Tabel 4. 20 Nilai VAF	100
Tabel 4. 21 Hasil Analisis IPMA Konstruk <i>Teacher Retention</i>	101
Tabel 4. 22 Hasil Analisis IPMA Konstruk <i>Teacher Retention</i> (Indikator)	103
Tabel 4. 23 Analisis IPMA <i>Employer branding orientation</i>	105
Tabel 4. 24 Hasil Analisis IPMA Konstruk <i>Internal Branding</i> (Variabel)	106
Tabel 4. 25 Hasil Analisis IPMA Konstruk <i>Internal branding</i> (Indikator).....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Model Empiris Penelitian.....	A - 1
Lampiran B – Penelitian Terdahulu	B - 1
Lampiran C – Model Penelitian Smartpls	C - 1
Lampiran D – Instrumen Penelitian	D - 1
Lampiran E – Kuesioner Penelitian	E - 1
Lampiran F – Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	F - 1
Lampiran G – Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	G - 1
Lampiran H – Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	H - 1
Lampiran I – Hasil Uji Kemiripan Turnitin	I - 1
Lampiran J – Persetujuan Unggah Mandiri	J - 1
Lampiran K – Izin Penelitian.....	K - 1
Lampiran L – Riwayat Hidup.....	L - 1