PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB) TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT. POS INDONESIA CABANG PAHOMAN BANDAR LAMPUNG

SKRIPSI

Disusun Oleh :

RIRIN INDRIANI

1612110549

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2021

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB) TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT. POS INDONESIA CABANG PAHOMAN BANDAR LAMPUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

Pada Prodi Manajemen

Disusun Oleh :

RIRIN INDRIANI

1612110549

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 09 April 2021

RIRIN INDRIANI
1612110549

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB) TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT. POS INDONESIA CABANG PAHOMAN BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **RIRIN INDRIANI**

No. Pokok Mahasiswa : **1612110549**

PROGRAM STUDI : **Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Penutup Study guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** Pada PROGRAM STUDI **MANAJEMEN IIB DARMAJAYA.**

Bandar Lampung, 09 April 2021

Menyetujui,

Pembimbing	**Ketua Program Studi**
Dr. Mieke Rahayu, Dra., M.M	**Dr. Anggalia Wibasuri S.Kom, M.M**
NIK. 12990313	**NIK 11310809**

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 08 Maret 2021 telah diselenggarakan Sidang Skripsi dengan judul:

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB) TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT. POS INDONESIA CABANG PAHOMAN BANDAR LAMPUNG

Untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI**, bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : **RIRIN INDRIANI**

No. Pokok Mahasiswa : **1612110549**

PROGRAM STUDI : **Manajemen**

Dan telah dinyatakan oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda tangan
1. **Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., M.M**	**Ketua Sidang**	
2. **Stefanus Rumangkit, S.E., M.Sc**	**Anggota**	

Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomi, IIB Darmajaya

Dr. Faurani I Santi, S.E., M.Si
NIK. 30040419

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Ririn Indriani
Tempat, tanggal lahir	: Gunung Raya, 12 Agustus 1998
Jenis kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat rumah	: Gunung Sari, Pesisir Tengah, Kab. Pesisir barat
Nomer telfon	: 082278952554
Email	: ririnindriani1225@gmail.com

Penulis dari keluarga Bapak Muhammad Ilyas dan Ibu Wiwik Rosita. Penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara. Adapun pendidikan yang pernah di tempuh oleh penulis adalah :

1. TK Darmawanita Pesisir Tengah pada tahun 2003-2004
2. SD N 2 Pesisir Tengah pada tahun 2004-2010
3. SMP N 2 Pesisir Tengah pada tahun 2010-2013
4. SMA N 1 Pesisir Tengah pada tahun 2013-2016

Dan pada Tahun 2016, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen pada jenjang Strata Satu di Institut Informatika Dan Bisnis (IIB) Darmajaya. Kemudian Penulis melakukan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat di desa Tanjung Agung, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran Lampung, pada tahun 2019.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya. Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang memberi dukungan serta doa, sebagai salah satu bukti,tanggung jawab dan bukti cintaku kepada :

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Muhammad Ilyas dan Ibu Wiwik Rosita yang telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh limpahan cinta dan kasih sayang yang tiada hentinya memberikan do'a yang selalu mengiringi langkahku dan tak pernah bosan memberiku semangat, bimbingan dan nasehat di setiap langkahku.
3. Adik-adikku tercinta Jemmy Saputra, dan Abily Adi Wijaya yang senantiasa selalu mendukung dan mengharapkan keberhasilanku.
4. Seseorang yang istimewa Rajib Ferdian Pratama yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kebaikan yang luar biasa sampai saat ini.
5. Seluruh Teman-temanku tersayang Nabela, Windi, Ejaa, Sarah, Cindy yang selalu membantu dan memberikan semangat.
6. Ibu Dr. Mieke Rahayu, Dra., M.M , selaku pembimbing skripsi yang telah mendampingi dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih banyak kepada semua dosen yang telah membimbingku dan memberikan ilmu pengetahuan, masukan, dan dukungannya.
8. Almamaterku tercinta institut informatika dan bisnis (IIB) darmajaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan.

MOTTO

"Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlaslah menerimanya. Jika tidak ikhlas, beranilah mengubahnya"

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(Q.S.Al-Baqarah : 286)

ABSTRAK

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB) TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT.POS INDONESIA CABANG PAHOMAN BANDAR

Oleh

RIRIN INDRIANI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Besarnya Pengaruh *Employer Branding* Dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif (sebab-akibat). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Karyawan pada PT. POS Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung sebanyak 85 Karyawan. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik Analisis data dilakukan dengan deskripsi data penelitian, uji prasyarat analisis dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Employer Branding* memiliki pengaruh sebesar 51,7% dan signifikan terhadap Dan organizational citizenship behavior (ocb) terhadap kepuasan kerja karyawan.

Kata Kunci : *Employer Branding* dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) Terhadap Kepuasan Kerja.

ABSTRACT

THE EFFECT OF EMPLOYER BRANDING AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) ON EMPLOYEE SATISFACTION AT PT. POS INDONESIA PAHOMAN BRANCH BANDAR LAMPUNG

By:

RIRIN INDRIANI

The purpose of this study was to determine the effect of employer branding and organizational citizenship behavior (OCB) on employee job satisfaction in PT. Pos Indonesia Pahoman, Bandar Lampung. The type of this was associative research (cause and effect). The population in this study was all employees of PT. POS Indonesia Pahoman, Bandar Lampung as many as 85 employees. The sampling technique used a saturated sampling technique. Techniques Data collection was done by using a questionnaire and documentation. Techniques Data analysis was carried out by describing the research data, testing prerequisite analysis, and testing hypotheses. The result of this study indicated that Employer Branding had a significant effect with 51.7% on organizational citizenship behavior (OCB) on job satisfaction.

Keywords: Employer Branding, Organizational Citizenship Behavior (OCB), Job Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang merupakan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di jurusan Manajemen IIB Darmajaya Bandar Lampung

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan Terimakasih kepada :

1. Bapak Ir.Firmansyah YA, MBA., M.Sc, selaku Rektor IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
2. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST.,MT, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik IIB DARMAJAYA.
3. Bapak Ronny Nazar, SE,M.M, selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
4. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos., M.M, Selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Sumber Daya IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
5. Ibu Dr. Anggalia Wibasuri S.Kom., M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Institut Informatika Dan Bisnis DARMAJAYA Bandar Lampung.
6. Ibu Dr. Mieke Rahayu, Dra., M.M, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan koreksi dan sarannya.
7. Para Dosen dan Staf Jurusan Manajemen Institut Informatika Dan Bisnis DARMAJAYA Bandar Lampung.
8. Kedua Orang Tuaku, Ayah dan Ibuku yang selalu setia membimbing dan mendoakanku setiap saat.
9. Adik-adikku tersayang, yang selalu memberikan semangat dan motivasi setiap saat.
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan petunjuk sehingga saya lebih mudah dalam menyusun skripsi ini.
11. Almamater tercinta Institut Informatika dan Bisnis (IIB) yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.

12. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Di akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Bandar Lampung, 09 April 2021

RIRIN INDRIANI
1612110549

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN i
HALAMAN JUDUL BELAKANG ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
HALAMAN PERSETUJUAN iv
HALAMAN PENGESAHAN v
RIWAYAT HIDUP vi
PERSEMBAHAN vii
MOTTO viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
KATA PENGHANTAR xi
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 15
1.3 Ruang Lingkup Penelitian 15
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek 15
1.3.2 Ruang Lingkup Objek 15
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat 15
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu 15
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian 16
1.4 Tujuan Penelitian 16
1.5 Manfaat Penelitian 16
1.5.1 Bagi Penulis 16
1.5.2 Bagi Perusahaan 16
1.5.3 Bagi Institusi 16
1.5.4 Bagi Pihak Lain 16

1.6 Sistematika Penulisan 16
1.6.1 Bab I Pendahuluan 17
1.6.2 Bab II Landasan Teori..... 17
1.6.3 Bab III Metode Penelitian 17
1.6.4 Bab IV Hasi Dan Pembahasan 17
1.6.5 Bab V Kesimpulan Dan Saran 17

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Kerja 19
2.1.1 Pengertian Kepuasan Kerja 20
2.1.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Kerja 21
2.1.3 Indikator Kepuasan Kerja 22
2.2 *Employer Branding* 22
2.2.1 Definisi *Employer Branding* 22
2.2.2 Dimensi *Employer Branding* 24
2.3 *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)..... 25
2.3.1 Pengertian *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) 25
2.3.2 Motif *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) 28
2.3.3 Aspek Organizational Citizenship Behavior (OCB)..... 28
2.3.4 Indikator *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)..... 29
2.4 Penelitian Terdahulu 30
2.5 Kerangka Pemikiran..... 32
2.6 Hipotesis..... 33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian..... 37
3.2 Sumber Data..... 37
3.3 Metode Pengumpulan Data..... 38
3.4 Populasi dan Sampel 38
3.4.1 Populasi..... 38
3.4.2 Sampel..... 39
3.5 Variabel Penelitian..... 40

3.5.1 Variabel Independen 40
3.5.2 Variabel Dependen..... 40
3.6 Definisi Operasional variabel 40
3.7 Uji Persyaratan Instrumen..... 41
3.7.1 Uji validitas..... 41
3.7.2 Uji Reliabilitas 42
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data 42
3.8.1 Uji Linieritas 42
3.8.2 Uji Multikolinieritas..... 43
3.9 Metode Analisis Data..... 44
3.9.1 Regresi Linier Berganda 44
3.10 Pengujian Hipotesis 44
3.10.1 Uji t 44
3.10.2 Uji F 45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Deskripsi data..... 47
4.1.1 Deskripsi Karekteristik Responden..... 47
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 48
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....51
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden 52
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen 53
4.2.1 Hasil Uji Validitas..... 53
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas..... 55
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data..... 56
4.3.1 Hasil Uji Linieritas..... 56
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas 57
4.4 Hasil Metode Analisis Data 58
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis 60
4.5.1 Hasil Uji t..... 60

4.5.2 Hasil Uji F 61
4.6 Pembahasan 61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan 65
5.2 Saran 65
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1.1 Presentase Kehadiran Karyawan 5
1.2 Kondisi OCB Pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung..... 13
2.1 Penelitian Terdahulu 30
2.2 Kerangka Pemikiran..... 32
3.1 Interpretasi Skala Likert `..... 38
3.2 Jumlah Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Pahoman Bandar Lampung..... 39
3.3 Definisi Operasional Variabel 40
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 48
4.3 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 48
4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel *Employer Branding* (X1)..... 49
4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X2) 51
4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Kerja (Y)..... 52
4.7 Hasil Uji Validitas Kuisioner *Employer Branding* (X1)..... 53
4.8 Hasil Uji Validitas Kuisioner *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) (X2) 54
4.9 Hasil Uji Validitas Kuisioner Kepuasan Kerja (Y)..... 55
4.10 Hasil Uji Reliabilitas..... 56
4.11 Hasil Uji Linieritas..... 56
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas 58
4.13 Hasil Perhitungan Regresi Sederhana 58
4.14 Hasil Uji Model Summary 59
4.15 Hasil Uji t 60
4.16 Hasil Uji F 61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Usia

Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Lampiran 6 Deskripsi Jawaban Responden dari Variabel

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 9 Hasil Uji Linieritas

Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinieritas

Lampiran 11 Regresi Linier Berganda

Lampiran 12 Uji t

Lampiran 13 Uji F

Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 15 R Tabel

Lampiran 16 T Tabel

Lampiran 17 F Tabel

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis jasa pengiriman di dalam negeri beberapa tahun terakhir berkembang cukup pesat dengan hadirnya macam – macam perusahaan di bidang ekspedisi (pengiriman) yang kemudian menjadi kompetitor berat bagi perusahaan pengiriman PT. Pos Indonesia yang telah lama dijalankan oleh salah perusahaan BUMN ini (Wahyunti et al., 2020). Ditambah lagi dengan adanya pandemic Covid-19 yang menyebabkan hampir seluruh perusahaan harus bekerja lebih keras dalam mempertahankan kondisi perusahaan agar bisa bertahan khususnya PT Pos Indonesia. Untuk menjadi sebuah perusahaan pengiriman terbaik di mata konsumen, maka PT. Pos Indonesia harus dapat bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya (Engkus & Ulfah, 2019). Salah satu bisnis jasa yang menjadi saingan nyata PT Pos Indonesia adalah *e-commerce.* Pertumbuhan *e-commerce* yang begitu cepat dapat memberikan peluang bagi perusahaan yang bergerak di bidang bisnis *e-commerce*. Peluang dapat dilihat oleh para pelaku usaha *e-commerce* sehingga dapat melakukan kerja sama dengan perusahaan penyedia jasa logistik untuk memberikan solusi permasalahan pengelolaan logistik *e-commerce* yang dapat dilihat dari aspek *quality*, *cost*, dan *time* (Budi & Suryana, 2020). Selain itu juga, dengan hadirnya beberapa layanan jasa pengiriman barang dari pihak swasta seperti TIKI, JNE, Fedex, DHL Express, Pandu Siwi, TNT, Caraka, Cardig dan Caraka sebagai perusahaan lokal yang berhasil menguasai pasar menyebabkan PT. Pos Indonesia mendapat persaingan hebat dari perusahaan penyedia layanan jasa milik swasta (Valentyna et al., 2016).

Semakin pesatnya jasa pengiriman di dalam negeri ini tentu menjadi saingan bahkan ancaman yang serius untuk PT Pos Indonesia. Dengan berkembangnya jasa pengiriman barang selain PT Pos Indonesia, hal ini akan

menyebabkan PT Pos Indonesia terpuruk sehingga masyarakat seakan tidak memilih PT Pos Indonesia sebagai jasa pengiriman barang lagi. Hal tersebut akan mencipatkan reputasi atau citra perusahaan yang buruk sehingga menunjukan "*Brand*" yang kurang menarik oleh para pencari kerja. PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung merupakan bagian dari PT Pos Indonesia yang terletak di kota Bandar Lampung. Perusahaan yang berkantor di Pahoman, Bandar Lampung ini ternyata mendapati permasalahan yang sama dengan PT Pos Indonesia pusat, yaitu terkait dengan persaingan jasa pengiriman barang swasta.

Bukan hanya itu, pandemi Covid-19 yang menyebabkan pemerintah Indonesia di dalam menghadapi bencana nasional pandemi Covid-19, menetapkan beberapa upaya yang telah dilakukan di antaranya dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara bertahap (Kusuma Negara & Asriah Immawati, 2020).

Karyawan merupakan aset perusahaan yang sangat berharga yang harus dikelola dengan baik oleh perusahaan agar dapat memberikan kontribusi yang maksimal. Salah satu hal yang harus menjadi perhatian perusahaan adalah kepuasan kerja para karyawan. Karyawan yang dalam bekerja tidak merasakan kenyamanan, kurang dihargai, dan tidak bisa mengembangkan segala potensi yang mereka miliki, maka secara otomatis karyawan tidak dapat fokus dan berkonsentrasi secara penuh terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Kepuasan kerja karyawan dapat dilihat tidak hanya saat melakukan pekerjaan, tetapi terkait juga dengan aspek lain seperti interaksi dengan rekan kerja, atasan, mengikuti peraturan, dan lingkungan kerja. Kepuasan kerja merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan bagi para karyawan terhadap pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya yang dapat terlihat dari sikap karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu di lingkungan pekerjaan.

Kepuasan kerja karyawan merupakan faktor penting dalam suatu perusahaan yaitu untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Pencapaian tujuan perusahaan membutuhkan campur tangan dari pimpinan. Berdasar hasil observasi pra penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang perlu diperhatikan di PT POS Indonesia (Persero) Cabang Pahoman Bandar Lampung terkait dengan kepuasan kerja karyawan.

Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya yang dapat terlihat dari sikap karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu di lingkungan pekerjaannya kepuasan kerja seseorang merupakan kombinasi dari kemampuan.

Semua jenis perusahaan sebenarnya membutuhkan suatu sistem kerja yang secara serius memperhatikan hal Kepuasan Kerja para karyawannya. Sebagaimana yang dikemukakan Sari (2018) menguraikan bahwa kepuasan kerja adalah sikap seseorang terhadap pekerjaannya yang mencerminkan pengalaman yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dalam pekerjaannya serta harapan-harapannya terhadap pengalaman masa depan. Jadi dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja reaksi personal dalam melaksanakan tugasnya ditempat kerja.

Keberhasilan kerja perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar tanpa campur tangan dari pimpinan. Pimpinan merupakan seseorang yang memiliki tanggungjawab terhadap seluruh aktivitas pada suatu perusahaan. Pimpinan sangat berperan dalam mendukung peningkatan kepuasan kerja. Oleh karena itu, pimpinan perlu memperhatikan kebutuhan karyawan sehingga karyawan menjadi semangat serta memberikan kontribusi yang lebih bagi perusahaan dan mungkin kepuasan kerja akan tercapai. Seorang pimpinan dalam mengambil keputusan tentang sistem kerja perlu melibatkan karyawan agar terjalin koordinasi yang baik. Hal itu penting dilakukan oleh pimpinan agar karyawan merasa dihargai dan posisinya dianggap penting, sehingga karyawan akan mencapai kepuasan kerja.

Namun kenyataan yang terjadi adalah proses pengambilan keputusan oleh pimpinan belum dilaksanakan secara terbuka. Karyawan kurang dilibatkan dalam penentuan kebijakan organisasi, padahal seharusnya terdapat koordinasi yang baik antara pimpinan dan karyawan agar dalam melaksanakan tugas, karyawan merasa tidak terbebani dengan sistem yang ada.

Pimpinan juga kurang memperhatikan keluhan dari bawahan yang dapat dilihat dari kurang tersedianya fasilitas yang dibutuhkan karyawan untuk menunjang pekerjaannya seperti terbatasnya fasilitas komputer dan internet sehingga menghambat pekerjaan yang pada akhirnya akan mengurangi kepuasan kerja karyawan.

Hal tersebut dapat mengakibatkan karyawan kurang mengembangkan kemampuan dan keterampilannya. Perusahaan perlu melaksanakan pembinaan, penyadaran, dan kemajuan yang tinggi untuk meningkatkan pengembangan karyawan. Karyawan yang memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri akan memperoleh kepuasan kerja. Oleh karena itu perusahaan penting untuk memperhatikan dan menjaga tingkat kepuasaan kerja karyawan.

Tingkat kepuasan kerja karyawan dalam suatu perusahaan merupakan kunci semangat yang mendukung terwujudnya tujuan perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan dapat dilihat dari ketidakhadiran karyawan. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan di mana para karyawan memandang pekerjaannya. Kepuasan kerja adalah perasaan menyokong atau tidak menyokong yang dialami karyawan (pegawai) dalam bekerja (Syafrina : 2018).

Sementara itu Kepuasan kerja menurut (Suriyana : 2020) adalah salah satu alasan meningkatnya kinerja karuawan, individu yang merasa puas akan

pekerjaanya akan memiliki komitmen terhadap perusahaan dan begitu sebaliknya apabila individu tersebut tidak puas akan pekerjaannya maka sulit untuk memiliki komitmen terhadap perusahaan. Seseorang yang memiliki kepuasan dalam bekerja akan memiliki kesediaan untuk melakukan hal yang lebih diluar tanggung jawab formalnya yang menciptakan perilaku. Berikut ini daftar presentase ketidakhadiran karyawan PT POS Indonesia (Persero) Cabang Pahoman Bandar Lampung selama Empat bulan terakhir, sebagai berikut:

Tabel 1.1

Persentase Ketidakhadiran Karyawan

Bulan	Jumlah Karyawan	Persentase Ketidakhadiran
Januari	85	6,49%
Februari	85	7,79%
Maret	85	10,38%
April	85	12,98%

Sumber : Bagian SDM PT. POS Cabang Pahoman Bandar Lampung Tahun 2021

Data di atas menunjukkan persentase ketidakhadiran karyawan pada bulan Januari 2021 sampai April 2021. Berdasarkan tabel di atas telah terjadi kenaikan persentase ketidakhadiran. Hal ini dapat menjadi tolok ukur kepuasan kerja dan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat ketidakhadiran karyawan maka semakin rendah tingkat kepuasan karyawan.

Tingkat absensi karyawan dapat menjadi faktor penyebab kepuasan kerja karena apabila karyawan tidak puas dalam bekerja dapat mengakibatkan karyawan menjadi malas berangkat ke kantor sehingga tingkat absensi menjadi tinggi. Karyawan kurang semangat dalam menyelesaikan pekerjaan yang pada akhirnya hasil kerja menjadi tidak maksimal. Berawal dari melakukan pekerjaan yang kurang semangat kemudian malas berangkat ke kantor pada akhirnya hal tersebut dapat menjadikan karyawan berkeinginan untuk pindah kerja.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Malayu S.P Hasibuan (2013: 202) “Indikator kepuasan kerja hanya dapat diukur dengan kedisiplinan, tingkat kedisiplinan karyawan dapat dilihat dari absensi kehadiran karyawan dalam bekerja”. Kedisiplinan karyawan sangat penting bagi perusahaan, sehingga pimpinan perlu memperhatikan karyawan agar dapat meminimalisir ketidakhadiran karyawan.

Kondisi ini tentunya dapat menghambat pencapaian kinerja perusahaan secara keseluruhan termasuk upaya dalam meningkatkan Kepuasan Kerjanya. Hal tersebut juga menyebabkan *interest value* dari PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung semakin menurun dikarenakan ketika masyarakat sedang membeli barang di layanan *e-commerce* seperti Shopee, Lazada dan lain-lain, biasanya layanan tersebut telah bekerja sama dengan layanan pengiriman barang swasta dan secara otomatis masyarakat tidak menggunakan jasa PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.

Menjamurnya jasa pengiriman barang swasta di Bandar Lampung, juga menyebabkan para calon pekerja yang tadinya memiliki minat bekerja di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung menjadi berkurang. Peneliti telah melakukan wawacara terbuka dan tidak terstruktur dengan beberapa mahasiswa IIB Darmajaya yang sebentar lagi akan lulus terkait dengan pandangan PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung yang semakin kesulitan bersaing dengan jasa pengiriman barang swasta di Bandar Lampung. Mereka para calon pencari kerja beranggapan bahwa lingkungan kerja yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung tersebut belum menunjukan kualitas yang baik karena belum mampu meningkatkan *interest value* terhadap masyarakat.

Hal tersebut menyebabkan *social value* atau persepsi bahwa lingkungan kerja PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung belum memberikan kinerja perusahaan yang berkualitas karena belum mampu bersaing dengan jasa pengiriman barang swasta di Bandar Lampung.

Disamping itu, untuk pengembangan karir (*Development Value)* yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung ini, menurut hasil wawancara terbuka dan tidak terstruktur dengan salah satu karyawan diperusahaan tersebut mengatakan bahwa terdapat proses jenjang karir bagi karyawan tetap, namun untuk para karyawan yang dipersiapkan untuk menjadi pemimpin perusahaan, perusahaan mengambil dari Sekolah Ikatan Dinas PT Pos Indonesia (Poltek Pos).

Dan untuk dimasa Covid-19 saat ini, peneliti juga mendapatkan informasi dari karyawan tetap PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung bahwa pendapatan yang menurun ternyata berdampak ke bonus dan fasilitas olahraga yang ada di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung. Hal tersebut dikarenakan PSBB yang diberlakukan oleh pemerintah Bandar Lampung sebelumnya. Hal tersebut secara tidak langsung juga menyebabkan *Economic Value* perusahaan menurun.

Covid-19 juga menyebabkan interaksi antara para karyawan PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung dan konsumen semakin berkurang meskipun sudah adanya pelayanan secara online. Hal tersebut guna mecegah adanya penambahan Kasus Covid-19 di Bandar Lampung. Hal ini menyebabkan *Applicant Value* yang nantinya akan menjadi tugas dan tanggung jawab calon pekerja semakin menurun.

Rumangkit & Dwiyan (2019) mendefinisikan *employee branding* sebagai suatu kegiatan untuk memberikan informasi tentang manfaat fungsional, ekonomis, serta psikologis yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada calon karyawan. Proses ini memfasilitasi kemampuan perusahaan dalam menarik, merekrut, dan mempertahankan karyawan yang ideal atau yang disebut sebagai top talent Ketika perusahaan tetap menjaga *Employer Branding* mereka terhadap calon karyawan baru, itu sama saja perusahaan akan memikat para calon karyawan yang brilian. Di sisi lain, merekrut karyawan bertalenta juga merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan performa perusahaan.

Dengan adanya penjelasan kondisi dimensi *Employer Branding* di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung tersebut, hal ini menyebabkan PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung kesulitan untuk menumbuhkan *Employer Branding* terhadap calon karyawan baru.

Dalam menanamkan *Employer Branding*, program *Employer Branding* di PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung, bukan merupakan program yang berdiri sendiri tetapi merupakan bagian dari program CSR-nya PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung secara keseluruhan. CSR PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung memiliki empat pilar yang meliputi Kesehatan, Pendidikan, Lingkungan dan Pemberdayaan UKM.

Pada bagian pilar pendidikan, *Employer Branding* yang dilakukan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung adalah Sebagai seorang HR/Recruiter pasti pernah mengalami kejadian tidak mengenakan seperti sedikit atau tidak adanya pelamar kerja yang potensial dan kompeten untuk melamar, kandidat pelamar kerja yang tidak hadir pada saat sesi interview, atau kandidat yang sudah selangkah lagi bergabung dengan perusahaan tapi batal untuk bergabung, serta tingginya turnover di perusahaan.

Employer Branding adalah salah satu cara yang dapat kita lakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Karena dengan *employer branding* kita dapat membangun, meningkatkan dan menjaga citra dan persepsi positif perusahaan kepada *jobseeker* dan *existing employee,* sehingga :

Muncul dan meningkatkan *Attraction & Engagement* pihak eksternal yaitu *Jobseeker* bahwa perusahaan anda adalah perusahaan yang diinginkan sebagai tempat bekerja. Sedangkan untuk internal yaitu *Existing Employee* meningkatkan *Retention & Engagement* bahwa perusahaannya menawarkan apa yang tidak ada di perusahaan lainnya dan menjadi keterikatan untuk karyawan tersebut.

Berikut adalah pengalaman yang pernah saya lakukan dan dapat digunakan untuk memulai aktivitas *employer branding* pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung, yaitu:

- Pertama Seorang HR/Recruiter harus jelas memahami *Employee Value Proposition (EVP)* yang dimiliki perusahaan itu sendiri. Hal ini lah yang menjadikan keunikan dan membedakan nilai suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya.
- Kedua tentukan *Strategi Employer Branding* yang akan diterapkan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan *EVP,* budaya, dan nilai-nilai perusahaan untuk membangun citra positif. Beberapa contoh aktivitas yang dapat di lakukan adalah sebagai berikut :
  a. Karir Website yang informatif dan atraktif
  b. Sharing Aktivitas kekaryawanan di sosial media
  c. Life Page di Linkedin
  d. Memperkenalkan EVP melalui Video atau konten-konten kreatif lainnya
  e. Jobfair serta Campus Hiring
  f. Menginformasikan paket *compensation and benefit* perusahaan anda lebih baik dari competitor
  g. dan beragam kegiatan lainnya yang dapat mengenalkan nilai-nilai perusahaan kepada masyarakat khususnya *jobseeker* dan *existing employee.*
  h. Mengadakan kompetisi bisnis eksternal

Ketiga Evaluasi dari setiap kegiatan *employer branding* yang telah dilakukan. Hal ini perlu dilakukan agar kita mengetahui aktivitas apa saja yang efektif dan berperan besar dalam meningkatkan *attraction, retention dan engagement jobseeker maupun existing employee.*

Maka dari itu membangun strategi dan memulai aktivitas *employer branding* saat ini menjadi hal yang penting bagi suatu perusahaan karena manfaat yang didapatkan seperti menekan angka *turnover*, perusahaan juga dapat meningkatkan *recruitment success rate* dengan kandidat yang kompeten dan potensial.

PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung selalu mencoba membentuk lingkungan kerja yang menyenangkan, menantang dan memberikan bimbingan untuk mengembangkan karier karyawannya sehingga akhirnya memberikan nilai tambah bagi *Employer Branding* perusahaan. Hal tersebut didukung dengan pernyataan seorang mantan karyawan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung dalam sebuah wawancara, yaitu: "walaupun saya sudah tidak bekerja di PT. Pos Indonesia, darah saya tetap Pos Indonesia". Hal itu membuktikan bahwa *employer branding* yang diterapkan di PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung itu sangat kuat, sehingga melekat pada internal perusahaan.

Selain *Employer Branding* ada faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Kerja pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung *yaitu Organizational Citizenship Behavior (OCB). Organizational Citizenship Behavior (OCB)* merupakan kontribusi yang mendalam melebihi tuntutan peran di tempat kerja dan direward oleh perolehan kinerja tugas (Paramita, 2016). *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) ditandai dengan perilaku individu yang secara sukarela memberikan kontribusi peran ekstra diluar *job description* mereka untuk organisasi. Contoh perilaku yang termasuk kelompok *OCB* adalah membantu rekan kerja, sukarela melakukan kegiatan ekstra di tempat kerja, menghindari konflik dengan rekan kerja, melindungi properti organisasi, menghargai peraturan yang berlaku di organisasi, toleransi pada situasi yang kurang ideal/menyenangkan di tempat kerja, memberi saran-saran yang membangun di tempat kerja, serta tidak membuang-buang waktu di tempat kerja.

Perilaku OCB sering kali diabaikan karena dianggap sebagai hal kecil yang dilakukan oleh seseorang meskipun hal tersebut tidak diarahkan untuk melakukannya. Hal-hal kecil yang membentuk perilaku *Organizational Citizenship Behaviour* (OCB) merupakan kunci kesuksesan suatu organisasi.

Ketika timbal balik yang dirasakan karyawan tidak memberikan yang diharapkan atau tidak adil maka kemungkinan besar karyawan akan kehilangan ketertarikannya untuk menampilkan perilaku *Organizational Citizenship Behaviour (OCB).* Organisasi diharapkan dapat memperlakukan karyawannya dengan adil dan penuh perhatian sehingga karyawan yang memiliki *Employer Branding* tinggi apabila diperlakukan secara adil serta didukung oleh *Brand Employing* yang baik akan lebih sering memunculkan perilaku *Organizational Citizenship Behaviour (OCB).*

Organizational Citizenship Behavior (OCB) merupakan kontribusi individu yang mendalam melebihi tuntutan peran di tempat kerja dan reward dari perolehan kinerja tugas. *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* ini melibatkan beberapa perilaku meliputi perilaku menolong orang lain, menjadi volunteer untuk tugas-tugas ekstra, patuh terhadap aturan-aturan dan mentaati prosedur-prosedur di tempat kerja (Andi et all, 2019).

Memunculkan perilaku OCB khususnya pada organisasi atau perusahaan dimana para karyawan yang sering bekerja overtime pada suatu divisi tertentu dapat bekerja lebih efisien dari segi waktu maupun tenaga. Sumber daya manusia dari level atasan sampai pada para karyawan tingkat bawah, perlu faktor-faktor pendukung, diantaranya komitmen organisasional, kepuasan kerja, dan *Organizational Citizenship Behaviour (OCB)* untuk meningkatkan Kepuasan Kerja (Firdaus, 2017).

Organizational citizenship behavior (OCB) memberikan kontribusi dalam organisasi dengan meningkatan produktivitas rekan kerja, penigkatan produktivitas manajer, menghemat sumber daya yang dimiliki manajemen dan organisasi secara keseluruhan, membantu memelihara fungsi kelompok,

menjadi sangat efektif untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan dalam kelompok kerja, serta meningkatkan kemampuan organisasi untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang terbaik, meningkatkan stabilitas kerja dalam organisasi.

Dampak positif dari karyawan yang memiliki Organizational Citizenship Behavior adalah *Pertama* karyawan dapat membantu.meningkatkan produktivitas rekan kerja. *Kedua* karyawan dapat membantu meningkatkan manajerial. *Ketiga* OCB dapat dijadikan sebagai dasar yang efektif untuk aktivitas-aktivitas koordinasi antara anggota-anggota tim dan antar kelompok-kelompok kerja.

Dampak negatif dari karyawan yang memiliki Organizational Citizenship Behavior yang rendah dapat menimbulkan mengalami kelebihan beban kerja, mengalami stress kerja dan terjadi konfilk antar keluarga dan pekerjaan terhadap perusahaan. Serta adanya hubungan negatif dengan inovasi karyawan, kepuasan kerja, dan kinerja inti pekerjaan.

Ada beberapa metode penilaian kerja karyawan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung, dan salah satu metode terbaru yang diterapkan di perusahaan ini adalah dengan cara memperhatikan aspek *organizational citizenahip behavior (OCB).*

Perilaku karyawan di luar tugas yang tercantum di dalam deskripsi pekerjaannya disebut dengan *organizational citizenship behavior (OCB). Organizational Citizenship Behavior (OCB)* ini dapat tercemin melalui perilaku suka menolong orang lain, menjadi *volunteer* agar mendapatkan tugas-tugas yang ekstra.

Menurut Podsakoff et al. (2012), Individu akan memberi kontribusi pada keefektifan organisasi dengan cara melakukan hal di luar tugasnya (Luthans, 2013). Berdasarkan pra survey yang penulis lakukan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung Bandar Lampung ditemukan fenomena

antara lain; perilaku OCB masih kurang, hal ini diketahui berdasarkan wawancara dengan sejumlah karyawan yang menyatakan masih banyak karyawan yang mampu dan mau mengerjakan tugas pokoknya saja, sedangkan untuk mengerjakan pekerjaan karyawan lain, menolong, atau memberikan pelayanan ekstra kepada pengguna layanan masih kurang. Adapun gambaran hasil pra survey pendahuluan yang dilakukan terhadap 10 orang karyawan berkenaan dengan OCB dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.2

Kondisi OCB Pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

No	Item Perilaku	Sikap Karyawan		
		Setuju	Netral	Tidak Setuju
1	Membantu rekan kerja yang memiliki beban kerja yang lebih berat	30%	30%	40%
2	Mempertimbangkan dampak dari tindakannya terhadap rekan kerja	40%	10%	50%
3	Tidak menghabiskan waktu untuk mengeluhkan kesulitannya dengan pekerjaan maupun lingkungan kerja	50%	10%	40%
4	Memberikan rekomendasi atau saran inovatif untuk meningkatkan kualitas organisasi perusahaan	30%	30%	40%
5	Mematuhi tata tertib atau aturan di tempat kerja, berusaha memelihara sarana dan prasarana	30%	40%	30%

Sumber: PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung, 2020

Organizational Citizenship Behavior (OCB) menjadi suatu konsep yang sangat penting bagi perusahaan di era globalisasi yang penuh dengan persaingan seperti saat ini. OCB dapat mengurangi terjadinya perselisihan dan meningkatkan efisiensi pekerjaan, karena kerjasama tim sebagai elemen yang harus senantiasa dipertahankan oleh seluruh karyawan akan semakin meningkat dengan adanya perilaku *extra-role* ini. Bagi karyawan, OCB merupakan suatu bentuk komitmen terhadap perusahaan.

Seseorang yang memiliki komitmen organisasional yang tinggi maka ia akan semakin sering menunjukkan perilaku - perilaku positif dan bahkan melakukan sesuatu yang berada di luar deskripsi formal pekerjaannya. Bentuk OCB yang dilakukan oleh karyawan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman adalah dengan bentuk kerjasama dan saling tolong menolongnya yang dilakukan. Karyawan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman bersedia memberikan orientasi kepada karyawan baru dalam bekerja saat masa *trainee*.

Walaupun hal tersebut bukan merupakan tugas wajib yang dilakukan, namun karyawan-karyawan di PT. Pos Indonesia melakukannya dengan sendirinya tanpa mengharap *reward* dari perusahaan. Selain itu, sikap baik yang sehari-hari dilakukan oleh karyawan dalam upaya terciptanya keharmonisan di dalam bekerja juga menjadi salah satu bentuk OCB karyawan. Hal ini ditunjukkan dengan selalu bersikap ramah kepada setiap karyawan dan berusaha menyelesaikan pekerjaan sebelum batas waktu yang ditentukan.

Selain itu, permasalahan lainnya yang terkait dengan *organizational citizenship behavior* di PT.Pos sesuai dengan pemantauan divisi SDM ialah masih adanya karyawan yang hadir terlambat, sehingga waktu kerja yang ada belum dioptimalkan untuk menyelesaikan seluruh pekerjaannya dan hal ini menunjukkan masih adanya pelanggaran peraturan, serta sedikitnya karyawan yang mengajukan diri untuk melakukan pekerjaan ekstra.

Tindakan-tindakan seperti yang terjadi di atas bertentangan dengan *organizational citizenship behavior* dan menunjukkan bahwa OCB belum sepenuhnya dijalankan di divisi manajemen operasi kantor PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman karena karyawan yang sudah menerapkan OCB tidak akan melakukan tindakkan seperti yang tertera di atas.

Padahal, pada hakikatnya OCB ini sangatlah penting. Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu diatas, ditemukan adanya research gap dalam penelitian ini.

Ditambah dengan permasalahan yang terjadi di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung seperti yang sudah dijelaskan diatas. Hal tersebut adalah alasan yang mendasari peneliti akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul **"Pengaruh *Employer Branding* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung".**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, dirumuskanlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Employer Branding* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung?
2. Apakah *Organizational Citizenship Behavior* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung?
3. Apakah *Employer Branding* Dan *Organizational Citizenship Behavior* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek pada penelitian ini adalah Karyawan tetap yang bekerja di PT Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek pada penelitian ini adalah *Employer Branding*, *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) dan Kepuasan Kerja

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini dilakukan di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 21, Pahoman, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan untuk melaksanakan penelitian ini adalah 1 November 2020 s.d 10 Maret 2021.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini mengacu pada ilmu manajemen Sumber Daya Manusia yang membahas tentang *Employer Branding*, *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) dan Kepuasan Kerja.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Employer Branding* dan *Organization Citizenship Behavior* terhadap Kepuasan Kerja di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.

1.5. Manfaat Penelitian

1. **Bagi Individu**

   Penelitian ini berguna untuk memenuhi syarat kelulusan Strata Satu (S1) di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dan akan menjadi sebuah tambahan ilmu bagi peneliti sendiri.

2. **Bagi Pihak Perusahaan**

   Output dari penelitian ini nantinya diharapkan akan menjadi sebuah bahan evaluasi untuk perusahaan dalam mengatur Sumber Daya Manusia agar lebih baik lagi, sehingga tercapai tujuan awal perusahaan.

3. **Bagi Pihak Akademis**

   Output dari penelitian ini akan bermanfaat sebagai suatu pengembangan penelitian untuk peneliti-peneliti yang akan datang terkait dengan bidang Pola Rekrutmen, Sistem Penggajian dan Kepuasan Kerja dalam bidang Sumber Daya Manusia.

4. **Bagi Pihak Lain**

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk sumber informasi, wawasan dan referensi bagi orang lain ataupun peneliti yang melakukan penelitian dalam aspek Sumber Daya Manusia.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran secara umum mengenai isi skripsi ini dengan jelas dan terstruktur, maka dibawah ini dijelaskan sistematika penulisan skripsi tersebut:

1.6.1 BAB I: Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian, tentang

"Pengaruh *Employer Branding* Dan *Organizational Citizenship Behavior* Terhadap Kepuasan Kerja pada PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung)"

1.6.2 BAB II: Landasan Teori

Bab ini menjelaskan secara ringkas tentang teori-teori pada penelitian, kerangka penelitian, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

1.6.3 BAB III: Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian, hubungan antar variabel, penentuan sampel, jenis dan sumber data serta analisis yang digunakan dalam penelitian.

1.6.4 BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang deskripsi data, hasil pengujian hipotensi, pengujian asumsi klasik, analisis data beserta dengan penjelasan.

1.6.5 BAB V: Simpulan dan Saran

Bab ini membahas tentang kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan dan hasil olah data yang diperoleh dari hasil penelitian, memberikan saran pada perusahaan terkait.

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Kerja

2.1.1 Pengertian Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merupakan bentuk perasaan seseorang terhadap pekerjaannya, situasi kerja dan hubungan dengan rekan kerja. Dengan demikian kepuasan kerja merupakan aspek yang penting yang harus dimiliki oleh seorang karyawan, mereka dapat berinteraksi dengan lingkungan kerjanya sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai tujuan perusahaan.

Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan di mana para karyawan memandang pekerjaannya. Kepuasan kerja adalah perasaan menyokong atau tidak menyokong yang dialami karyawan (pegawai) dalam bekerja (Syafrina : 2018).

Umar (2019), menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah perasaan dan penilaian seseorang atas pekerjaanya, khususnya mengenai kondisi kerjanya, dalam hubunganya dengan apakah pekerjaannya mampu memenuhi harapan, kebutuhan,dan keinginanya. Dari definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan psikis yang menyenangkan yang dirasakan oleh pekerja dalam suatu lingkungan pekerjaan karena terpenuhinya kebutuhan secara memadai.

Menurut Hasibuan, (2014) mendifinisikan bahwa kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja. Sunyoto, (2012) mendifinisikan bahwa : Kepuasan kerja merupakan sifat individual seseorang sehingga memiliki tingkat kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai-nilai yang berlaku pada dirinya. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan pada masing-masing individu.

Semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan sesuai dengan keinginan individu tersebut maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan begitu pula sebaliknya.

Kepuasan kerja berhubungan dengan Kepuasan Kerja pada seseorang yang puas dalam pekerjaanya akan memiliki motivasi, kotmitmen pada organiasai dan partisipasi kerja yang tinggi sehingga akan terus memperbaiki kinerja mereka Sinambela (2017:301).

Menurut Marliani (2018:243) Kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual karena setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku dalam diri setiap individu.

Kepuasan kerja merujuk pada pengalaman kesenangan atau kesukaan yang dirasakan oleh seseorang ketika apa yang diinginkan tercapai. Menurut Besti Lilyana (2017) mengatakan kepuasan kerja merupakan sikap atau perasaan karyawan terhadap aspek-aspek yang menyengkan atau tidak menyenangka mengenai pekerjaan yang sesuai dengan penilaian masing-masing pekerja.

Kepuasan kerja menurut Ristriandita (2018) adalah hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting. Locke memberikan definisi komprehensif dari kepuasan kerja yang meliputi reaksi atau sikap kognitif, afektif dan evaluatif dan menyatakan bahwa kepuasan kerja merupakan keadaan emosi yang senang atau positif yang berasal dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang.

Mangkunegara, (2013:117) mengemukakan bahwa "*job satisfaction is the favorableness or unfavorableness with employees view their work*" artinya kepuasan kerja adalah perasaan menyokong atau tidak menyokong yang dialami pegawai dalam bekerja. "Kepuasan kerja menunjukkan kesesuaian antara harapan seseorang yang timbul dan imbalan yang disediakan pekerjaan." Umar (2018).

Fattah (2017) menunjukkan bahwa kepuasan kerja merupakan gambaran dari perasaan Bahagia maupun tidak bahagia seorang pegawai terhadap apa yang dilakukan atau dikerjakan. Karyawan yang mengalami kepuasan mengenai pekerjaan yang sedang dijalani, hingga pegawai hendak bekerja semaksimum mungkin.

Dari beberapa pandangan tentang kepuasan kerja dapat disimpulkan bahwa pada prinsipnya kepuasan kerja merupakan sikap positif dari tenaga kerja yang meliputi perasaan dan tingkah laku terhadap pekerjaanya melalui penilaian pekerjaan sebagai rasa menghargai dalam mencapai satu nilai penting pekerjaan.

2.1.2 Faktor Mempengaruhi Kepuasan Kerja

Menurut (Syafrina : 2018) mengemukakan adanya lima faktor yang menimbulkan Kepuasan Kerja, yaitu :

1) Faktor pegawai, yaitu kecerdasan (IQ), kecakapan khusus, umur, jenis kelamin, kondisi fisik, pendidikan, pengalaman kerja, masa kerja, kepribadian, emosi, cara berpikir, persepsi dan sikap kerja.
2) Faktor pekerjaan, yaitu jenis pekerjaan, struktur organisasi, pangkat (golongan), kedudukan, mutu pengawasan, jaminan financial, kesempatan promosi jabatan, interaksi social, dan hubungan kerja.
3) Tingkat Absensi Karyawan, Tingkat absensi karyawan dapat menjadi faktor penyebab kepuasan kerja karena apabila karyawan tidak puas dalam bekerja dapat mengakibatkan karyawan menjadi malas berangkat ke kantor sehingga tingkat absensi menjadi tinggi. Berawal dari melakukan pekerjaan yang kurang semangat kemudian malas berangkat ke kantor pada akhirnya hal tersebut dapat menjadikan karyawan berkeinginan untuk pindah kerja.

2.1.3 Indikator Kepuasan Kerja

Terdapat beberapa indikator-indikator kepuasan kerja Menurut (Syafrina : 2018) sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan dalam pemberian kompensasi atau imbalan yang diterima (tingkat kepuasan terhadap dana kesejahteraan dan penerimaan gaji)
2. Tingkat kepuasan terhadap promosi (baik terhadap kepuasan pemberian promosi jabatan dan tingkat kepuasan diikutsertakan dalam pelatihan/pendidikan)
3. Tingkat kepuasan terhadap lingkungan kerja (tingkat kepuasan terhadap kondisi kantor dan tingkat kepuasan suasana rasa aman dan ketenangan).

2.2 *Employer Branding*

2.2.1 Definisi *Employer Branding*

Employee branding dasarnya berasal dari pemasaran sebelum digunakan dalam manajemen sumber daya manusia, yang paling sering dikenal sebagai *employer branding.* Dalam pemasaran, istilah "*brand*" dikaitkan dengan produk atau jasa sementara dalam manajemen sumber daya manusia, *brand* adalah pengalaman yang organisasi tawarkan kepada bakal calon karyawan.

Employee branding adalah suatu strategi mengenai cara suatu organisasi sebagai pemberi kerja dapat berkomunikasi serta berinteraksi kepada calon karyawan, karyawan dan kepada pihak luar baik dulu, sekarang dan juga di masa mendatang. *Brand* suatu organisasi sebagai pemberi kerja bukanlah suatu brand yang akan dihasilkan oleh suatu perusahaan advertising tetapi adalah satu kesatuan dengan identitas *behavior* yang terlahir atau memang dimiliki oleh suatu perusahaan itu sendiri (Ruamngkit, Dwiyan: 2019).

(Lievens & Highhouse) dalam (Erlinda, 2020) mendefinisikan *Employer Branding* sebagai bentuk khusus perusahaan dalam mengelola identitas dengan mencipatkan reputasi atau citra perusahaan baik di komunikasikan dan dikembangkan secara internal maupun secara eksternal kepada pemangku kepentingan perusahaan.

Sementara itu Employer Branding adalah sebuah proses untuk memberikan "Paket Lengkap" kepada karyawan berupa sebuah keuntungan fungsional, ekonomi, dan psikologis kepada suatu jabatan atau pekerjaan yang diberikan oleh perusahan untuk mencapai "*A Great Place to Work*". Hal tersebut untuk menunjukan "*Brand*" dari perusahaan agar dapat dilihat menarik oleh para pencari kerja (Yudianto, 2020).

Menurut Rucika dan Sharma (2018) *Employer Branding* diartikan sebagai paket fungsional, ekonomi dan manfaat psikologis yang diberikan perusahaan kepada karyawannya, branding perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan dapat menarik minat pencari kerja.

Sedangkan (Sokro, 2012) dalam (Putri Amelia & Lukito, 2020) juga mendefinisikan employer branding sebagai usaha seperti promosi yang diterapkan dalam perusahaan baik di dalam maupun di luar lingkungan kerja untuk memperlihatkan keunggulan mereka kepada karyawan dan calon karyawan sehingga membuat mereka memiliki pandangan yang jelas akan perusahaan dan memiliki asumsi bahwa tepat dalam memilih pekerjaan di perusahaan tersebut karena menunjukkan identitas perusahan.

Menurut Reis dan Braga (2015) mengatakan "*employer branding* mengacu pada jumlah usaha perusahaan untuk berkomunikasi dengan karyawan yang ada dan calon karyawan bahwaini merupakan tempat yang diinginkan untuk bekerja".

Employer branding digunakan perusahaan untuk membangun identitas dan reputasi untuk mencapai berbagai tujuan dalam manajemen sumber daya manusia (Dell *et.al:* 2020). Menurut Kusuma (2017), *Employer Branding* didefinisikan sebagai keseluruhan usaha dari perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada karyawan yang sedang dipekerjakan saat ini dan calon karyawan bahwa perusahaan mereka adalah tempat yang diinginkan untuk bekerja.

Menurut Ferizal (2016:107), *Employer Branding* adalah proses membangun keunikan identitas dan nilai perusahaan yang membedakan perusahaan dari kompetitornya. Di sisi lain Ahmad dan Daud (2015:691) berpendapat *employer branding* merupakan bidang yang baru dan dapat menarik dengan potensi untuk mengubah cara perusahaan beroperasi.

2.2.2 Dimensi *Employer Branding*

(Alnıaçık & Alnıaçık, 2012) dalam (Rumangkit & Dwiyan, 2019) menemukan bahwa terdapat lima demensi dari employee branding, yaitu:

1. ***Interest Value***

   dengan adanya brand yang baik, maka ketertarikan calon karyawan terhadap merek perusahaan tersebut akan meningkat karena rasa puas serta keinginan untuk bekerja di lingkungan yang dipersepsikan dari brand tersebut.

2. ***Social Value***

   Calon karyawan akan memiliki persepsi bahwa lingkungan kerja atau teman-teman kerja merupakan tim yang berkualitas serta mempunyai atmosfir yang baik.

3. ***Economic Value***

   Tentunya muncul ketertarikan terhadap manfaat yang diperoleh dari sisi pendapatan gaji, bonus dan lainnya.

4. ***Development Value***

   Muncul harapan di perusahaan yang mempunyai brand yang baik tentunya akan dikenal serta diakui untuk hasil kerjanya serta kesempatan untuk pengembangan karir.

5. ***Applicant Value***

   Ketertarikan ini dapat diperoleh bagi para *job seeker* yang ingin belajar ilmu lebih banyak serta mengaplikasikannya untuk mengajari orang lain serta berinteraksi dengan para pelangannya. Kelima dimensi dari employee branding inilah yang diduga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi job seeker untuk melakukan proses rekrutmen di dalam suatu perusahaan.

2.3 *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)

2.3.1 Pengertian *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)

Organizational Citizenship Behavior. Awalnya disebut sebagai perilaku organisasi pro-sosial. Ini telah dinamai sebagai perilaku kewarganegaraan Organisasi setelah pengembangan konsep perilaku peran ekstra. *Organizational citizenship behavior* merupakan perilaku individu yang memiliki sifat diskresi, secara tidak langsung diakui oleh suatu organisasi dalam meraih penghargaan, dan akan mempromosikan fungsi organisasi dengan efisien dan efektif. Hubungan yang diciptakan antar individu di dalam organisasi dapat meningkatkan kinerja individu dan organisasi seseorang.

(Jufrizen et al., 2020) menjelaskan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) merupakan perilaku positif anggota organisasi yang tercerminkan ke dalam bentuk kesediaan untuk bekerja, dan berkontribusi kepada organisasi.

Robbins & Judge (2015:19) dalam Andini & Dwiarta (2020) mendefinisikan OCB sebagai pilihan perilaku yang bukan dari persyaratan formal karyawan, tetapi berkontribusi pada lingkungan kerja psikologis dan sosial.

Sedangkan menurut Saleem dan Amin (2013) dalam Felia, Irvan & Genita (2021) mendifinisakan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) merupakan bagian dari ilmu perilaku organisasi, Organizational Citizenship Behavior merupakan bentuk perilaku kerja yang biasanya tidak terlihat atau diperhitungkan.

Organizational Citizenship Behavior (OCB) adalah loyalitas, kecintaan dan rasa memiliki dari anggota organisasi kepada organisasinya. Dengan demikian, OCB sangat penting dalam sebuah organisasi demi perbaikan efisiensi, efektivitas, dan kreatifitas organisasi melalui kontribusi anggota organisasi dalam bentuk transformasi sumber daya, inovasi, dan adaptabilitas (Smith, 1983); (Williams & Anderson, 1991) dalam (Jufrizen et al., 2020). Karyawan yang memiliki tingkat OCB yang tinggi akan merasa bahwa tujuan organisasi harus dapat dicapai Bersama – sama (Rumangkit, 2020).

Organizational citizenship behavior sebagai kebajikan warga negara, altruisme, kesadaran, sportivitas, dan sopan. Altruisme dapat membantu individu lain dalam mencapai suatu tujuan organisasi. *Hati* nurani membuat petugas kesehatan menghindari diskusi yang tidak perlu telepon individu yang lama, dan memastikan kehadiran mereka tepat waktu di tempat tidur pasien dan menangani tugas yang diperlukan. Sikap sportif mencegah dari mencari masalah di dalam atau di luar organisasi kepedulian dan membujuk untuk menghabiskan lebih banyak waktu untuk mencapai produktivitas organisasi. Melakukan apa yang terbaik untuk pasien dan rekan kerja meningkatkan kesopanan (Mahooti, *et. al*. 2018)

Organizational Citizenship Behavior (OCB) merupakan bagian dari ilmu perilaku organisasi, *Organizational Citizenship Behavior* merupakan bentuk perilaku kerja yang biasanya tidak terlihat atau diperhitungkan. Keberadaan *Organizational Citizenship Behavior* merupakan dampak dari keyakinan dan persepsi individu dalam organisasi terhadap pemenuhan hubungan perjanjian dan kontrak psikologis.

Perilaku ini muncul karena perasaan individu sebagai anggota organisasi yang memiliki rasa puas apabila dapat melakukan sesuatu yang lebih dari organisasi (Saleem dan Amin, 2013). Mahmudi (2020) mendefinisikan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) sebagai perilaku individu yang bebas memilih, tidak diatur secara langsung atau eksplisit oleh sistem penghargaan formal, dan secara bertingkat mempromosikan fungsiorganisasi yang efektif.

Dasar kepribadian untuk *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) ini merefleksikan ciri/trait predisposisi karyawan yang kooperatif, sukamenolong, perhatian,dan bersungguh- sungguh. Dasar sikap mengindikasikan bahwa karyawan terlibat dalam *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) untuk membalas tindakan organisasi.

Akan tetapi, yang lebih penting untuk *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) adalah bahwa karyawan harus merasa bahwa mereka diperlakukan secara adil, bahwa prosedur dan hasil adalah adil.Selain peran ekstraatau diluar “panggilan tugas”dimensi utama lain adalah bahwa *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) bersifat bebas memilih dan bahwa *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) tidak perlu diatur dengan sistem penghargaan formal dariorganisasi.

Organizational CItienship Behavior merupakan perilaku karyawan yang melebihi peran yang diwajibkan, yang tidak secara langsung atau eksplisit diakui oleh sistem reward formal merupakan perilaku pilihan yang tidak menjadi bagian dari kewajiban kerja formal seorang karyawan, namun mendukung berfungsinya organisasi tersebut secara efektif. *Organizational Citizenship Behavior* dapat timbul dari berbagai faktor dalam organisasi, di antaranya karena adanya kepuasan kerja dari karyawan dan komitmen organisasi yang tinggi. (Dewi & Suwandana, 2016)

2.3.2 Motif *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)

Motif dalam OCB memiliki 3 motif yang dimana menurut Mc. Chelland (dalam Schiffman, 2010 dan Hawari, 2020) yaitu :

1. **Motif kekuasaan**

   Sesorang yang memiliki ambisi untuk kekuasaan maka segala hal yang ia lakukan didalam organisasi mwrupakan modal untuk membangun sebuah kekuasaan.

2. **Motif afiliasi**

   Motif ini biasanya dimiliki oleh orang-orang yang ingin menjalin persahabatan atau relasi dan ingin menjadi salah satu bagian yang berada didalam kelompok tertentu.

3. **Motif pencapaian prestasi**

   Yaitu seseorang yang selalu menujukan perilaku extra-role nya, hal tersebut dibutuhkan bagi seseorang yang ingin memperoleh prestasi didalam sebuah organisasi.

2.3.3 Aspek *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)

Aspel-Aspek *Organizational Citizenship Behavior* (Podsakoff et al., 1990) dalam (Hawari, 2020) menyebutkan aspek-aspek yang terdapat didalam OCB ada 5 yaitu:

1. ***Altruisme***

   Merupakan perilaku menolong orang lain yang dilakukan dengan secara sukarela khususnya yang berhubungan dengan tugas yang dilakukan diluar tanggung jawab atau *job desc* didalam organisasi.

2. ***Courtesy***

   Merupakan perilaku dimana karyawan bersikap sopan dan sesuai aturan sehingga mencegah terjadinya konflik di interpersonal yang terjadi didalam lingkungan kerja.

3. ***Sportsmanship***

   Merupakan perilaku toleransi tinggi terhadap lingkungan kerja sehingga seseorang akan menunjukan perilaku yang positif dan menghindari keluhan.

4. ***Conscientiousness***

   Merupakan perilaku sukarela yang melebihi persyaratan dasar atau minimum pekerjaan dalam mematuhi aturan kerja.

5. ***Civic Virtue***

   Merupakan perilaku seseorang yang menunjukkan partisipasi dan rasa peduli terhadap lingkungan kerja atau organisasi seperti menghadiri rapat kerja.

2.3.4 Indikator Organizational Citizenship Behavior (OCB)

Menurut Marcelina (2019), OCB terdiri dari 3 indikator, yaitu:

1. *Altruism*

Perilaku membantu meringankan pekerjaan yang ditujukan kepada rekan kerja dalam suatu organisasi. Contoh perilaku dari dimensi ini diantaranya adalah membantu rekan kerja yang memiliki beban kerja yang lebih berat, membantu memberikan arahan kepada karyawan baru yang padahal itu bukan merupakan kewajibannya, menggantikan pekerjaan rekan kerjanya yang berhalangan untuk hadir.

2. *Courtesy*

Membantu mencegah timbulnya masalah dengan rekan kerja. Contoh perilaku dari dimensi ini diantaranya adalah mempertimbangkan dampak dari tindakan yang akan dilakukannya terhadap rekan kerjanya, memberi konsultasi dari informasi yang diperlukan kepada rekan kerja, menjaga hubungan baik dengan rekan kerja, serta menghargai hak dan privaso mereka.

3. *Sportsmanship*

Toleransi pada situasi yang kurang ideal atau tidak nyaman yang terjadi ditempat kerja tanpa mengeluh. Contoh perilaku dari dimensi ini adalah karyawan tidak menghabiskan waktu untuk mengeluhkan hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan maupun lingkungan kerjanya, tidak membesar-besarkan masalah yang terjadi di organisasi, mampu mengambil sisi positif dari kondisi yang terjadi.

2.4 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil
1	Alfonsus Raditya Primadi (2019)	Pengaruh Employer Branding Terhadap Keinginan Untuk Tinggal Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Di PT. Purinusa Ekapersada Semarang	*Employer Branding (X1)*, Kepuasan Kerja (X2), Keinginan untuk Tinggal (Y)	Penelitian ini menganalisis pengaruh employer branding terhadap keinginan untuk tinggal dengan kepuasan kerja sebagai variabel pemediasi. Employer branding PT Purinusa Ekapersada.
2	Anwar (2021)	Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan	Kepuasan Kerja, Kinerja Karyawan, *Organizational Citizenship Behavior (*Ocb*).*	Hasil penelitian menunjukkan bahwa OCB berpengaruh positif signifikan baik terhadap kepuasan kerja maupun kinerja karyawan.
3	Ristyahana Nurbahar (2015)	Kepuasan Kerja Karyawan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kebumen	Kepuasan Kerja	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja karyawan dalam kategori cukup tinggi dengan persentase yang diperoleh yaitu sebesar 46,8%
4	Yashaswini Mishra, Rabi N Subudhi, India (2019)	*Impact of Branding on Faculties' Retention: An Innovative Technology for Technical University Faculties of Odisha, India*	*Employer Branding (X), Organizational Citizenship Behavior (Y)*	*Results have shown that all the five employer branding factors like brand internalization, brand equity, institutional culture and reward and recognition of effort, motivation, career advancement opportunities have strong and positive impact on citizenship behavior*

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil
5	Gözükara & Hatipoğlu (2016)	*The Effect of Employer Branding on Employees' Organizational Citizenship Behaviors*	*Employer Branding (X)* dan *Organizational Citizenship Behavior (Y)*	*This study aims to investigate how Employer Branding has an impact on Organizational Citizenship Behavior. The results of this study indicate that the value of Employer Branding behavior has a positive impact on Organizational Citizenship Behavior and there is a positive relationship between Employer Branding and Organizational Citizenship Behavior.*

2.5 Kerangka Pikir

Identifikasi Masalah

1. E*mployer branding* dapat membangun, meningkatkan dan menjaga citra dan persepsi positif perusahaan kepada jobseeker dan existing employee
2. *Organizational citizenship behavior* (OCB) memberikan kontribusi dalam organisasi dengan meningkatan produktivitas rekan kerja, penigkatan produktivitas manajer, menghemat sumber daya yang dimiliki manajemen dan organisasi secara keseluruhan, membantu memelihara fungsi kelompok, menjadi sangat efektif untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan dalam kelompok kerja,
3. Tingkat absensi karyawan dapat menjadi faktor penyebab kepuasan kerja karena apabila karyawan tidak puas dalam bekerja dapat mengakibatkan karyawan menjadi malas berangkat ke kantor sehingga tingkat absensi menjadi tinggi kepuasan karyawan.

Variabel

1. Employer Branding (X1)
2. Organizational Citizenship Behavior (X2)
3. Kepuasan Kerja

Umpan Balik

Rumusan Masalah

1. Apakah *Employer Branding* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerjadi PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung?
2. Apakah *Organizational Citizenship Branding* (OCB) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerjadi PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung?
3. Apakah *Employer Branding* dan *Organizational Citizenship Branding* (OCB) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerjadi PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung?

Hipotesis

erhadap Kepuasan Kerja pada PT Pos Indonesia Pahoman

ior berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja pada PT Pos

onal Citizenship Behavior berpengaruh terhadap Kepuasan

2.6 Hipotesis

2.6.1 Pengaruh *Employer Branding* (X1) terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Hasil penelitian Ilensami (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh *dari employer branding* terhadap keinginan karyawan untuk tetap bekerja. Reputasi perusahaan, peluang untuk berkembang, gaya manajemen dan konsistensi perusahaan terkait dengan gaji merupakan faktor yang dianggap penting serta dihargai oleh karyawan. Strategi e*mployer branding* yang dibentuk oleh perusahaan berdasarkan faktor-faktor tersebut ditujukan untuk membentuk pengalaman positif bagi karyawan *(employment experience)* dan meningkatkan keinginan untuk tetap bekerja dalam diri karyawan.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian dari Indu (2016) menyatakan bahwa dimensi-dimensi dalam *employer branding* berpengaruh pada keinginan karyawan untuk tetap bekerja lebih lama pada suatu organisasi. Kesempatan jenjang karir terbuka yang bagi karyawan dan biaya lembur meningkatkan motivasi dalam diri karyawan. Kepuasan kerja inilah yang memperkuat keinginan karyawan untuk tinggal selama mungkin dalam perusahaan. Hasil penelitian di atas memperlihatkan bahwa berpengaruh yang berarti *employer branding* sebagai bentuk upaya perusahaan dalam menarik, memotivasi dan mempertahankan karyawan potensial mampu meningkatkan keinginan untuk tetap bekerja dalam diri karyawan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

HI: *Employer Branding* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja PT Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung

2.6.2 *Organization Citizenship Behavior* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja

Seseorang yang memiliki kepuasan dalam bekerja akan memiliki kesediaan untuk melakukan hal yang lebih diluar tanggung jawab formalnya. Kesediaan inilah yang kemudian dikenal sebagai o*rganizational citizenship behaviour* (OCB).

Dalam sejumlah literatur menjelaskan bahwa OCB merupakan perilaku individu yang secara sukarela melaksanakan tugas-tugas di luar tanggungjawabnya dan berdampak positif bagi organisasi atau kepada anggota kelompoknya (Wahyu Triwibowo:2017).

Karyawan yang puas lebih cenderung untuk melakukan pekerjaannya melebihi *job-description* yang seharusnya, karena mereka ingin membalas pengalaman positif mereka dalam bekerja (Sloat, 1999 dalam Sugandi, 2013). Dalam banyak hasil penelitian terkait OCB, telah teridentifikasi bahwa kepuasan kerja merupakan prediktor yang potensial terhadap OCB.

Secara sederhana dapat dipahami bahwa ketika individu merasa puas terhadap pekerjaannya maka perilaku OCB yang dihasilkan merupakan bentuk penghargaan individu terhadap organisasi tempat individu tersebut bekerja dan telah memberikan rasa puas terhadap individu tersebut.
Sehingga dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:
H2 : *Organization Citizenship Behavior* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

2.6.3 Pengaruh *Employer Branding* (X1) dan *Organization Citizenship Behavior* (X2) terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Hasil penelitian Tanwar (2016) mendukung hasil penelitian sebelumnya dan menyatakan bahwa *employer branding* merupakan variabel yang penting dalam pembentukan kepuasan kerja karyawan. Analisis data dalam penelitian Khanolkar (2014) menunjukan bahwa *employer branding* adalah prediktor dari kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan. Terdapat pengaruh positif antara *employer branding* dan kepuasan kerja sebagai hasil dari implementasi *employer branding* dalam sebuah perusahaan.

Analisis penelitian Khalnokar (2014) menunjukan bahwa kepuasan kerja diprediksi oleh dimensi-dimensi *employer branding* seperti reputasi perusahan, dukungan perusahaan pada pengembangan karyawan, dan jenjang karir yang terbuka.

Sejalur dengan hasil penelitian ini, temuan dari Hanin dan Delobbe (2011) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara e*mployer branding* dan kepuasan kerja, ketika persepsi karyawan terhadap *employer branding* meningkat, maka kepuasan kerja juga mengalami peningkatan. Temuan dalam penelitian Hanin dan Delobbe (2011) menunjukan bahwa *employer branding* membentuk reputasi perusahaan sebagai tempat terbaik untuk bekerja yang menyediakan keuntungan fungsional, emosional, sosial dan psikologis bagi karyawan. Reputasi perusahaan inilah yang mempengaruhi kepuasan kerja dalam diri karyawan.

Mahendra (2017), meneliti pengaruh *organizational citizenship behavior* (*OCB*) dan lingkungan kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai bagian umum kantor sekretariat daerah Kabupaten Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *OCB* terhadap kepuasan kerja, terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja.

H3 : *Employer Branding* dan *Organization Citizenship Behavior* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Metode penelitian nenurut Suliyanto (2018: 2) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Suliyanto (2018:8) metode penelitian kuantitatif dapt diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif stastik, dengan tujuan untuk menhuji hipotesis yang telah di tetapkan. Peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perbedaan variabel *Employer Branding* (X1) dan *Organizational Citizenship Behavior* (X2) dengan Kepuasan Kerja (Y).

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengelolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. data primer merupakan data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer yang digunakan berupa data hasil wawancara dan hasil jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada karyawan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Studi Lapangan (*field reasearch*) dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner penelitian. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan penilaian berdasarkan skala likert. Adapun bobot penilaiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Interpretasi Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Suliyanto 2018

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2018:130) dalam (Imron, 2019) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh Karyawan yang berstatus tetap pada PT Pos Indonesia cabang Pahoman Bandar Lampung yang berjumlah 85 karyawan.

Tabel 3.2

Jumlah Karyawan PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung Tahun 2020

NO	Departemen	Jabatan/Posisi	Jumlah
1	Unit Kantor Dan Lapangan	Direktur Utama	1
		Direktur Keuangan	1
		Asisten Keuangan	1
2	Unit Kantor	Staff Administrasi	1
		Staff Operasional	10
		Staff Marketing	10
3	Unit Lapangan	Kepala Lapangan	1
		Buruh Kasar Pengangkut	30
		Kurir	30
Jumlah			85

Sumber : PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung, Tahun 2020

3.4.2 Sampel

Menurut V. Wiratama Sujarweni (2015, p.81) Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel dilakukan jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Pada PT Pos Indonesia cabang Pahoman Bandar Lampung, peneliti menggunakan teknik Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Sampel adalah sebagian dari pupolasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Kriteria pemilihan sample dalam penelitian ini adalah semua karyawan yang berstatus tetap.

3.5 Variabel penelitian

a. Variabel Bebas / Independent

Variabel bebas/Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Employer Branding (XI), Organizational Citizenship Behavior* (X2)

b. Variabel Terikat / Dependent

Variabel Terikat/Dependent yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Kerja (Y)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Skala
***Employer Branding* (X1)**	*Employer Branding* adalah usaha seperti promosi yang diterapkan dalam perusahaan baik di dalam maupun di luar lingkungan kerja untuk memperlihatkan keunggulan mereka kepada karyawan dan calon karyawan sehingga membuat mereka memiliki pandangan yang jelas akan perusahaan dan memiliki asumsi bahwa tepat dalam memilih pekerjaan di perusahaan tersebut karena menunjukkan identitas perusahan (Sakro dalam Putri Amelia dan Lukito : 2020).	1. *Interest Value* 2. *Social Value* 3. *Economic Value* 4. *Development Value* 5. *Applicant Value*	Interval
***Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X2)**	*Organizational Citizenship Behavior* (OCB) merupakan perilaku positif anggota organisasi yang tercerminkan ke dalam bentuk kesediaan untuk bekerja, dan berkontribusi kepada organisasi (Jufrizen et al. : 2020).	1. *Altruism* 2. *Courtesy* 3. *Sportsmanship*	Interval

Kepuasan Kerja (Y)	Kepuasan kerja adalah perasaan menyokong atau tidak menyokong yang dialami karyawan (pegawai) dalam bekerja (Syafrina : 2018).	1. Tingkat kepuasan dalam pemberian kompensasi atau imbalan yang diterima 2. Tingkat kepuasan terhadap promosi 3. Tingkat kepuasan terhadap lingkungan kerja	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk menguji butir pertanyaan yang disebarkan pada sampel yang bukan responden sebenarnya (Suliyanto, 2018). Uji validitas yang diuji pada 85 responden. Uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment*. Penulis menggunakan bantuan program SPSS (*Statistcal Program and Service Solution*) 20 dalam uji validitas pada penelitian ini. Dengan menggunakan rumus di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left[N\sum X^2 - (\sum X)^2\right]\left[N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\right]}}$$

Keterangan :

∑X = Total skor belahan ganjil

∑Y = Total skor belahan genap

∑XY = Total skor belahan ganjil genap

Kriteria pengujian :

1. Jika *sig* < *α* (0,05), maka kuesioner dinyatakan Tidak valid.
2. Jika *sig* > *α* (0,05), maka kuesioner dinyatakan Valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Apabila dilakukan penelitian yang sama dengan tujuan yang sama dan karakteristik responden yang sama, maka hasil pengambilan data berikutnya akan didapatkan respon yang kurang lebih sama.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistcal Program and Service Solution*). Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai *t* alpha indeks korelasi.

Tabel 3.4

Daftar Interprestasi Koefisien

Koefisien *r*	**Reliabilitas**
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Suliyanto (2018, p.269)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis assosiatif. jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang

berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

1. Ho: model regresi berbentuk linier
   Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
   Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)
4. Penjelasan dan ksesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.8.2 Uji Multikolenieritas

Uji Multikolenieritas dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu yaitu variabel *Employer Branding* (X1) *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X2) dengan variabel bebas (independen) yang lainnya yaitu variable Kepuasan Kerja (Y). Gejala multikolenieritas dapat diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance Value.* Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka ada gejala multikolenieritas dan pada *Tolerance Value* lebih kecil dari 0,1 maka ada gejala multikolenieritas. Pada uji multikolinieritas ini penulis menggunakan SPSS 20.

3.9 Metode Analisis Data

Anuar Sanusi (2017, p.115) menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terahir tidak dilakukan.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent yaitu *Employer Branding* (X_1) dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) variabel dependent yaitu Kepuasan Kerja (Y), maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut (Anuar Sanusi (2017, p.117):

$$\mathbf{Y = a+b1X1+ b2X2+et}$$

Keterangan :

Y = Variabel *dependen* (Kepuasan Kerja)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel *independen* (*Employer Branding*)

X2 = Variabel *independen* (*Organizational Citizenship Behavior (OCB)*)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji F (dilihat perhitungan SPSS pada Coefficient Regression Full Model / Enter).

1. **Pengaruh *Employer Branding* (X_1) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)**

   Ho : *Employer Branding* (X1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

   Ha : *Employer Branding* (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

   Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

   a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.

      Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima.

   b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.

      Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

2. ***Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) terhadap Kepuasan Kerja (Y)**

   Ho : *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.

   Ha : *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.

   Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

   c. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.

      Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima.

   d. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.

      Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

3.10.2 Uji F

Uji simultan (uji F) ini digunakan untuk melihat apakah variabel independent yaitu *Employer Branding* (X_1) dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent yaitu Kepuasan Kerja (Y).

a. *Employer Branding* (X_1) dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Telkomsel Grapari Kotabumi

Ho : *Employer Branding*, dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

Ha : *Employer Branding*, dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

Kriteria pengambilan keputusan :

a. Bila Fhitung> Ftabel (α= 0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya *Employer Branding* (X_1) dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.
b. Bila F_{hitung}> Ftabel (α = 0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya *Employer Branding* (X_1) dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y) karyawan PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi dataini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampeldalam penelitian ini. Dari pengumpulan data kuesioner hasil jawaban responden, dengan jumlah sampel, yaitu sebanyak 85 karyawan pada PT. PT Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung Bandar Lampung, pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutionseri 20.0.*

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner responden denganuji frekuensi, diketahui hasil gambaran pada kuesioner karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu; berdasarkan Jenis Kelamin,Usia, dan Pendidikan Terakhir. Hasil pengolahan data dengan uji frekuensi tersebut yang telah dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Laki-laki	47	55,3 %
2.	Perempuan	38	44,7 %
Jumlah		85	100 %

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari tabel 4.1 diatas adalah hasil uji frekuensi data responden menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin Laki-Laki yaitu sebanyak 47 orang.dan karakteristik responden berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 38 orang karyawan pada PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung,

dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 33 orang karyawan (Lampiran 3).

Tabel 4.2
Hasil Uji Frekuensi BerdasarkanUsia Responden

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	< 20 Tahun	16	18,8 %
2.	21-29 Tahun	39	45,9 %
3.	30-39 Tahun	16	18,8 %
4.		14	16,5 %
Total		85	100 %

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas adalah hasil uji frekuensi menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Usia responden yaitu, dengan usia <20 tahun memiliki frekuensi sebanyak 12 orang, dengan usia 21–29 tahun memiliki frekuensi sebanyak 13 orang, serta usia 30-39 tahun memiliki frekuensi 8 orang. Dapat disimpulkan bahwa karateristik responden berdasarkan usia dalam penelitian didominasi oleh responden berusia 20-29 tahun yaitu sebanyak 13 responden atau karyawan PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung, dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 33 orang karyawan (Lampiran 4).

Tabel 4.3
Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Status Karyawan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	SMA	21	24,7 %
2.	Sarjana	20	23,5 %
3.	Diploma	44	51,8 %
Total		85	100 %

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.3 adalah hasil uji frekuensi menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir yaitu dengan Pendidikan Terakhir SMA memiliki frekuensi sebanyak 21 orang, Pendidikan Terakhir Diploma

memiliki frekuensi sebanyak 20 orang, Sarjana memiliki frekuensi sebanyak 44 orang dengan Pendidikan Terakhir Dapat disimpulkan bahwa karateristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan Pendidikan Terakhir Sarjana yaitu sebanyak 44 responden atau karyawan PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung, dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 85 orang karyawan (Lampiran 5).

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner responden yang telah dilakukan peneliti dengan uji frekuensi data pada masing-masing variabel independen yaitu, *Employer Branding (X1), Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)* karyawan pada PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung, data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 33 karyawan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil pengolahan data dengan uji frekuensi tersebut telah dilakukan peneliti dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutionseri 20.0,* dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Responden
Variabel *Employer Branding (X1)*

No.	Pernyataan- Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Perusahaan telah berusaha menjaga *Brand Image*	4	4,7	70	82,4	8	9,4	1	1,2	2	2,4
2.	Perusahaan memiliki lingkungan kerja yang berkualitas	2	2,4	75	88,2	4	4,7	4	4,7	0	0,0
3.	Perusahaan memberikan kompensasi yang layak sesuai standar	16	18,8	65	76,5	2	2,4	2	2,4	0	0,0
4.	Perusahaan memberikan kesempatan karir	6	7,1	71	83,5	5	5,9	3	3,5	0	0,0

5.	Perusahaan memberikan keleluasaan interaksi dengan konsumen	10	11,8	38	44,7	37	43,5	0	0,0	0	0,0
6.	Kesempatan untuk berbagi pada rekan kerja lain ilmu yang telah dipelajari	9	10,6	68	80,0	5	5,9	3	3,5	0	0,0
7.	Kesempatan untuk menerapkan apa yang selama ini dipelajari untuk perusahaan	3	3,5	24	28,2	53	62,4	4	4,7	1	1,2
8.	Adanya peluang untuk mendapatkan promosi jabatan dari perusahaan	6	7,1	68	80,0	10	11,8	1	1,2	0	0,0
9.	Pengalaman kerja yang baik untuk masa depan	29	34,1	25	29,4	11	12,9	20	23,5	0	0,0
10.	Keamanan bekerja dalam perusahaan terjamin dengan baik	5	5,9	66	77,6	10	11,8	4	4,7	0	0,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.5 diatas adalah hasil dari uji frekuensi data jawaban kuesioner responden yang berkaitan tentang faktor-faktor tentang variabel *Employer Branding (X1)*, bahwa pernyataan yang paling dominan direspon oleh responden atau karyawan PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung, terdapat pada item pernyataan nomor 9. (Pengalaman kerja yang baik untuk masa depan), dengan jumlah karyawan yang menyatakan “Sangat Setuju” sabanyak 29 responden atau 34,1%, dan yang menyatakan “ Sangat Tidak Setuju” terdapat pada item pernyataan nomor 1 yaitu (Perusahaan telah berusaha menjaga *Brand Image*) sebanyak 2 responden atau 2,4%. Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 6.

Tabel 4.5
Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Responden
Variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)*

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N(3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya membantu rekan kerja agar bekerja lebih produktif	27	31,8	24	28,2	23	27,1	11	12,9	0	0,0
2.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya membantu rekan kerja yang sedang memiliki pekerjaan banyak	14	16,5	32	37,6	31	36,5	8	9,4	0	0,0
3.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya membantu pekerjaan rekan kerja yang pernah absen	17	20,0	36	42,2	23	27,1	9	10,6	0	0,0
4.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya tidak mengkritik hal-hal yang sepele, namun berupaya membantu memperbaiki	33	38,8	27	31,8	17	20,0	8	9,4	0	0,0
5.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya tidak mengeluh terhadap pekerjaan yang diberikan	16	18,8	30	35,3	30	35,3	9	10,6	0	0,0
6.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya mengikuti dan berpartisipasi dalam *meeting* di perusahaan	21	24,7	31	36,5	20	23,5	13	15,3	0	0,0
7.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya memberikan perhatian terhadap segala hal yang memberikan informasi mengenai perusahaan	17	20,0	34	40,0	21	24,7	13	15,3	0	0,0
8.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya menginformasikan sesuatu sebelum mengambil keputusan	18	21,2	27	31,8	29	34,1	11	12,9	0	0,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.6 diatas adalah hasil dari uji frekuensi data jawaban kuesioner responden yang berkaitan tentang faktor-faktor tentang variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)*, bahwa pernyataan yang paling dominan jawaban sangat setuju direspon oleh responden atau karyawan PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung, terdapat pada item pernyataan nomor 4. (Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya tidak mengkritik hal-hal yang sepele, namun berupaya membantu memperbaiki), dengan jumlah karyawan sabanyak 33 responden atau 38,8%, dan yang menyatakan "Tidak Setuju" sebanyak 13 responden atau 15,3% terdapat pada item pernyataan nomor 6 (Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya mengikuti dan berpartisipasi dalam *meeting* di perusahaan). Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Responden
Variabel Kepuasan Kerja

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pekerjaan yang saya lakukan sangat menarik dan menyenangkan	12	14,1	31	36,5	34	40,0	8	9,4	0	0,0
2.	Saya benar-benar bahagia dengan apa yang saat ini Anda kerjakan	12	14,1	35	41,2	38	44,7	0	0,0	0	0,0
3.	Gaji atau upah yang saya terima sudah layak dan saya merasa puas	14	16,5	37	43,5	22	25,9	12	14,1	0	0,0
4.	Mampu menyelesaikan pekerjaan yang lebih baik dari standar	27	31,8	25	29,4	23	27,1	10	11,8	0	0,0
5.	Tidak pernah terlambat masuk kerja	12	14,1	40	47,1	30	35,3	3	3,5	0	0,0
6.	Waktu kerja digunakan secara efisien	27	31,8	25	29,4	19	22,4	14	16,5	0	0,0
7.	Pulang kerja sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh perusahaan	29	34,1	25	29,4	11	12,9	20	23,5	0	0,0
8.	Menyelesaian pekerjaan dengan rapi dan tuntas	19	22,4	24	28,2	34	40,0	8	9,4	0	0,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 20.0*. Dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Persyaratan Instrumen
Variabel *Employer Branding (X1)*

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,463	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,646	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,658	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,503	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,468	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,739	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,480	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 8	0,619	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 9	0,517	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 10	0,737	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.7 diatas adalah hasil uji validitas data yang berhubungan dengan variabel *Employer Branding* (X1), hasil pengujian yang dilakukan peneliti diperoleh hasil dari seluruh nilai signifikasi lebih kecil dari alpha (0,05), dan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.177), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi adalah sebesar 0,739, pada item pernyataan nomor 6, dan pernyataan yang paling rendah sebesar 0,463, pada item pernyataan nomor 1. Dapat disimpulkan bahwa data-data yang diperoleh dari kuesioner jawaban responden yang berkaitan dengan faktor-faktor tentang variabel *Employer Branding* (X1), bahwa dari semua 5 item pernyataan tersebut dikatakan valid dan layak untuk

digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Persyaratan Instrumen Variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)*

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,532	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,747	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,667	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,627	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,729	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,566	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,708	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 8	0,745	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.8 diatas adalah hasil uji validitas data yang berhubungan dengan variabel *Organizational Citizenship Behavior (Y)*, hasil pengujian yang dilakukan peneliti diperoleh hasil dari seluruh nilai signifikasi lebih kecil dari alpha (0,05), dan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.177), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi adalah sebesar 0,745, pada item pernyataan nomor 8, dan pernyataan yang paling rendah sebesar 0,532, pada item pernyataan nomor 1. Dapat disimpulkan bahwa data-data yang diperoleh dari kuesioner jawaban responden yang berkaitan dengan faktor-faktor tentang variabel *Organizational Citizenship Behavior* (X2), bahwa dari semua 8 item pernyataan dikatakan valid dan layak untuk digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Persyaratan Instrumen
Variabel Kepuasan Kerja (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,921	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,832	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,821	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,739	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,727	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,748	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,510	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 8	0,649	0,177	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021

Berdasarkan dari data pada tabel 4.9 diatas adalah hasil uji validitas data yang berhubungan dengan variabel Kepuasan Kerja (Y), hasil pengujian yang dilakukan peneliti diperoleh hasil dari seluruh nilai signifikasi lebih kecil dari alpha (0,05), dan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.177), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi adalah sebesar 0,921, pada item pernyataan nomor 11, dan pernyataan yang paling rendah sebesar 0,510, pada item pernyataan nomor 7. Dapat disimpulkan bahwa data-data yang diperoleh dari kuesioner jawaban responden yang berkaitan dengan faktor-faktor tentang variabel Kepuasan Kerja (Y), bahwa dari semua 8 item pernyataan dikatakan valid dan layak untuk digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 10.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program *SPSS 20*. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interprestasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Employer Branding (X1)	0,825	Reliabel
Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)	0,770	Reliabel
Kepuasan Kerja (Y)	0,869	Reliabel

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.9 diatas adalah hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *Employer Branding (X1)* sebesar 0,825, variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)* sebesar 0,770, Dam Variabel Kepuasan Kerja 0,869. Dapat disimpulkan bahwa data-data yang diperoleh dari keseluruhan instrument pernyataan-pernyataan kuesioner pada masing-masing variabel telah memenuhi syarat realibilitas instrument. Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Untuk menguji linearitas dalam penelitian ini penelitian dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutionseri 20.0.* Berdasarkan hasil pengujiandata uji linearitas sampel dalam penelitian ini, diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Employer Branding (X1) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)	0,517	0,05	Sig > 0,05	Linear

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)	0,986	0,05	Sig > 0,05	Linear

Berdasarkan dari data pada tabel 4.10 diatas adalah hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA meghasilkan nilai Sig. pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel *Employer Branding (X1)* diperoleh nilai Sig sebesar 0,517 > 0,05 (Alpha). Dan untuk variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X2) diperoleh nilai sig sebesar 0,986 > 0,05 (Alpha). Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari kuesioner responen yang menjadi sampel dalam penelitian ini menyatakan bahwa dari semua variabel independen yaitu *Employer Branding (X1)* dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* (X2) menunjukkan bahwa data yang diperoleh model regresi berbentuk Linier terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja. Hasil output data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 9.

4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubugan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketehui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolineritas, sedengkan unsur (1-R^2) di sebut *Collinierty Tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolineritas. Berdasarkandari pengujian data yang dilakukan diperoleh hasil adalah seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity StatistiN		Kondisi	Kesimpulan
	Tolerance	VIF		
Employer Branding (X1) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)	0,685	1,000	VIF ≤ 10	Tidak Ada Gejala Multikolinieritas
*Organizational Citizenship Behavior (OCB) (*X2) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)	0,685	1,000	VIF ≤ 10	Tidak Ada Gejala Multikolinieritas

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.13 diatas adalah hasil dari perhitungan pada uji *Coefficient* diperoleh nilai VIF pada variabel Employer Branding (X1) sebesar 0,685 < 10 atau nilai *Collinierrity Tolerance* 1,000 > 0,1, dan pada Variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (*X2) sebesar 0,685 < 10 atau nilai *Collinierrity Tolerance* 1,000 > 0,1, Maka data-data yang diperoleh dari 85 kuesioner jawaban responen yang menjadi sampel dalam penelitian ini bahwa semua variabel independen menyatakan tidak ada gejala Multikolinieritas terhadap variabel dependen karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikonieritas. Hasil output data spss secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 10.

4.4 Hasil Uji Analisis Data

4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Employer Branding (X1)* terhadap *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)* PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung. Dari pengujian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutionseri 20.0.* Dalam penelitian ini persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + bX_1 + X_2}$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Kerja (Y)

a = Konstanta

$b_{1,2}$ = Koefisien Regresi

X_1 = Employer Branding (X1)

X_2 = *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)*

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	6,712	1,967
Employer Branding (X1)	0,625	,101
Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)	0,322	,206

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.12 diatas adalah hasil nilai *Coefficients* dalam penelitian ini untuk melihat persamaan regresi Berganda. Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Y = 6,712+ 0,625 (X1)+0,322 (X2)

Hasil persamaan diatas dapat diterjemahkan konstanta sebesar 6,712 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel Kepuasan Kerja (Y) sebesar 6,712 koefisien regresi X1 sebesar 0,625 koefisien regresi X2 0,322 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai *Employer Branding (X1)* dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)* maka nilai *Employer Branding (X1)* akan bertambah sebesar 0,625 Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh *Employer Branding (X1)* terhadap Kepuasan Kerja (Y) adalah positif.

Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Employer Branding (X1)* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja pada lampiran 11.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis
4.5.1 Hasil Uji t (Secara Parsial)

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh variabel independen secara individu (Parsial) dan (Simultan) terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis secara individu (Parsial) peneliti menggunakan uji t, dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95% dan α=0,05. Berdasarkan dari pengujian data-data kuesioner jawaban responden yang dilakukan penelitidengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutionseri 20.0,* diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji t (Secara Parsial)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Employer Branding (X1) terhadap Kepuasan Kerja	0,694	0,05	Sig > Alpha	Ho ditolak dan Ha diterima
Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)	0,609	0,05	Sig>Alpha	Ho ditolak dan Ha diterima

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

H :Pengaruh *Employer Branding (X1)* terhadap *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)*.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.13 diatas adalah hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh nilai Sig sebesar 0,694, untuk variabel *Employer Branding (X1)*, sedangkan Alpha dengan α=0,05. untuk variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)* diperoleh nilai sig sebesar 0,609 lebih besar dari nilai Alpha yaitu 0,05.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig lebih besar dari nilai Alpha , Maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulan bahwa terdapat pengaruh *Employer Branding (X1)* Dan *Organizational Citizenship Behavior*

(OCB) (X2) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y) PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung.

4.5.2 Hasil Uji F (Secara Simultan)

Uji F digunakan dalam penelitian ini gunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel depeden dengan membandingkan Sig dengan Alpha dengan tingkat kepercayaan 95% dan α=0,05. Berdasarkan dari pengujian data kuesioner jawaban responden yang dilakukan peneliti dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutionseri 20.0,* diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji F (Secara Simultan)

Variabel	Sig	Alpha	**Kondisi**	**Kesimpulan**
Employer Branding (X1) Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2) terhadap Kepuasan Kerja (Y)	0,871	0,05	Sig>Alpha	Ho ditolak dan Ha diterima.

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2021.

Berdasarkan dari data pada tabel 4.14 diatas adalah hasil pengujian hipotesis dengan uji F diperoleh nilai untuk Sig sebesar 0,871 sedangkan Alpha dengan α=0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig lebih besar dari nilai Alpha (0,871 > 0,05). Maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulan terdapat pengaruh *Employer Branding (X1)* Dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB) (X2)* terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y) PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pembahasan *Employer Branding (X1)* Terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor *Employer Branding* terhadap Kepuasan Kerja pada

karyawan PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai Sig pada uji t sebesar 0,694 dan nilai Alpha Sebesar 0,05. *Employer Branding* adalah salah satu cara yang dapat kita lakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Karena dengan *employer branding* kita dapat membangun, meningkatkan dan menjaga citra dan persepsi positif perusahaan kepada *jobseeker* dan *existing employee,* sehingga :

Muncul dan meningkatkan *Attraction & Engagement* pihak eksternal yaitu *Jobseeker* bahwa perusahaan anda adalah perusahaan yang diinginkan sebagai tempat bekerja. Sedangkan untuk internal yaitu *Existing Employee* meningkatkan *Retention & Engagement* bahwa perusahaannya menawarkan apa yang tidak ada di perusahaan lainnya dan menjadi keterikatan untuk karyawan tersebut.

Employer Branding mempunyai kaitan yang kuat Pada intinya, *Employer Branding* dibuat untuk membangun identitas, citra, dan nilai positif perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Alfonsus Raditya Primadi (2019) yang menyatakan bahwa employer branding berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

4.6.2 Pembahasan *Organizational Citizenship Behavior (X2)* Terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor *Organizational Citizenship Behavior* terhadap Kepuasan Kerja pada karyawan PT. Pos Indonesia Pahoman Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai Sig pada uji t sebesar 0,609 dan nilai Alpha Sebesar 0,05. Perilaku OCB sering kali diabaikan karena dianggap sebagai hal kecil yang dilakukan oleh seseorang meskipun hal tersebut tidak diarahkan untuk melakukannya. Hal-hal kecil yang membentuk perilaku *Organizational Citizenship Behaviour* (OCB) merupakan kunci kesuksesan suatu organisasi.

Ketika timbal balik yang dirasakan karyawan tidak memberikan yang diharapkan atau tidak adil maka kemungkinan besar karyawan akan kehilangan ketertarikannya untuk menampilkan perilaku *Organizational Citizenship*

Behaviour (OCB). Organisasi diharapkan dapat memperlakukan karyawannya dengan adil dan penuh perhatian sehingga karyawan yang memiliki *Employer Branding* tinggi apabila diperlakukan secara adil serta didukung oleh *Brand Employing* yang baik akan lebih sering memunculkan perilaku *Organizational Citizenship Behaviour (OCB).*

Organizational Citizenship Behavior (OCB) merupakan kontribusi individu yang mendalam melebihi tuntutan peran di tempat kerja dan reward dari perolehan kinerja tugas. *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* ini melibatkan beberapa perilaku meliputi perilaku menolong orang lain, menjadi volunteer untuk tugas-tugas ekstra, patuh terhadap aturan-aturan dan mentaati prosedur-prosedur di tempat kerja hal ini didukung oleh penelitian Anwar (2021) yang menyatakan Hasil penelitian menunjukkan bahwa OCB berpengaruh positif signifikan baik terhadap kepuasan kerja maupun kinerja karyawan..

4.6.3 Pembahasan *Employer Branding (X1)* dan *Organizational Citizenship Behavior (X2)* Terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor *Employer Branding* dan *Organizational Citizenship Behavior* Terhadap Kepuasan Kerja pada karyawan PT . Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai f Sig Kepuasan Kerja sebesar 0,871 lebih besar dari nilai Alpha.

Employer Branding dan *Organizational Citizenship Behavior* mempunyai kaitan yang kuat dalam instansi yaitu untuk perilaku karyawan atau anggota organisasi yang bersifat sukarela diluar job deskripsi dan tidak diatur dalam peraturan perusahaan, namun sangat menguntungkan perusahaan karena dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi dan tidak terkait dengan sistem, OCB sangat diperlukan karena dapat meningkatkan efektifitas organisasi, karena OCB mampu mempengaruhi aspek- aspek sosial yang ada di organisasi, seperti kerjasama tim, komunikasi dan kemampuan interpersonal. Hal tersebut dapat mengakibatkan karyawan kurang mengembangkan kemampuan dan

keterampilannya. Perusahaan perlu melaksanakan pembinaan, penyadaran, dan kemajuan yang tinggi untuk meningkatkan pengembangan karyawan. Karyawan yang memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri akan memperoleh kepuasan kerja.

Oleh karena itu perusahaan penting untuk memperhatikan dan menjaga tingkat kepuasaan kerja karyawan. Tingkat kepuasan kerja karyawan dalam suatu perusahaan merupakan kunci semangat yang mendukung terwujudnya tujuan perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan dapat dilihat dari ketidakhadiran karyawan. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan di mana para karyawan memandang pekerjaannya.

Kepuasan kerja adalah perasaan menyokong atau tidak menyokong yang dialami karyawan (pegawai) dalam bekerja (Syafrina : 2018). Sementara itu Kepuasan kerja menurut (Suriyana : 2020) adalah salah satu alasan meningkatnya kinerja karuawan, individu yang merasa puas akan pekerjaanya akan memiliki komitmen terhadap perusahaan dan begitu sebaliknya apabila individu tersebut tidak puas akan pekerjaannya maka sulit untuk memiliki komitmen terhadap perusahaan. Seseorang yang memiliki kepuasan dalam bekerja akan memiliki kesediaan untuk melakukan hal yang lebih diluar tanggung jawab formalnya yang menciptakan perilaku.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini, maka penetili melakukan kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara positif *Employer Branding* (X_1) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung yaitu sebesar 62,5%.
2. Terdapat pengaruh secara positif *Organizational Citizenship Behavior* (X_2) terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung yaitu sebesar 32,2%.
3. Terdapat pengaruh pengaruh secara simultan *Employer Branding* (X_1) dan *Organizational Citizenship Behavior* (X_2) terhadap Kepuasan Kerja (Y) PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung yaitu sebesar 87,1%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelian iniserta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak manajemen PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung :

1. Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap manajemen yang peduli, akrab dengan atasan, dan mendapatkan apresiasi terhadap penghargaan yang telah dilakukan oleh karyawan, maka dari itu *employer branding* yang perlu diperbaiki adalah bagaimana perusahaan mampu memberikan penghormatan dan penghargaan pada karyawan satu sama lain serta bagaimana perusahaan memberikan peluang yang sama. Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap gaji yang cukup bagi karyawan, maka dari itu perusahaan harus memperbaiki *employer branding* pada

2. imbalan yang adil dan tepat waktu, tunjang pensiun, dan paket kompensasi yang ditawarkan.

   Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap rasa aman dengan pekerjaan, maka *employer branding* yang perlu diperbaiki adalah pekerjaan yang aman bagi karyawan. Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap pekerjaan yang baik untuk kesehatan fisik, maka *employer branding* yang perlu diperbaiki adalah praktik kerja sumber daya manusia yang baru, ketersediaan fasilitas dan lingkungan yang ramah, dan kemudahan dalam bekerja .

3. Berdasarkan kesimpulan diatas diketahui bahwa kepuasan kerja dan komitmen organisasi dapat mempengaruhi OCB karyawan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung. Dengan demikian, PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung sebagai pihak perusahaan hendaknya memperhatikan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) para karyawannya dengan cara memberikan kepuasan kerja kepada para karyawan dan meningkatkan komitmen organisasi para karyawan, karena semakin tinggi kepuasan kerja dan komitmen organisasi maka semakin tinggi pula *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan. Meskipun penelitian ini telah dapat membuktikan secara empiris bahwa kepuasan kerja merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* (OCB). Namun bukan hanya kepuasan kerja saja yang dapat mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* (OCB). Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor lain yang mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* (OCB).

4. Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap rasa senang karyawan karena bakat dan keterampilannya berguna bagi pekerjaannya, maka *employer branding* dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) yang perlu dipertahankan adalah rasa dalam menikmati kekuasan dan tanggung

5. jawab dalam bekerja, pengamatan berdasarkan penilaian kinerja secara berkala, dan pemberian peluang yang sama untuk perkembangan karyawan.

   PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung perlu melakukan pendekatan yang mampu diterapkan untuk efektivitas perusahaan dalam memberikan beberapa keunggulan dalam situasi kompetitif perusahaan. Seperti halnya kompensasi yang ditawarkan, dalam hal ini mampu membantu mempertahankan karyawan yang berpredikat baik dan dapat menjadi lebih fleksibel ketika ekonomi meningkat atau menurun. Sistem tersebut mengkalkulasi nilai yang diberikan oleh setiap pekerjaan untuk perusahaan berdasarkan pada evaluasi pekerjaan.

   Bagi karyawan, hendaknya mempunyai rasa yang tinggi terhadap kepuasan kerja d dalam dirinya. Dengan demikian karyawan akan berusaha mengembangkan kompetensi yang ada, serta dapat menguasai segala situasi dan tugas yang sulit dan menantang dalam pencapaian tujuan perusahaan. Kemudian, nilai tersebut digunakan untuk menentukan tingkatan kompensasi yang mencerminkan kemajuan seorang karyawan ketika tumbuh dan menjadi lebih baik dalam pekerjaan tersebut *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan harus terus ditingkatkan dan dimaksimalkan, mengingat banyak manfaat yang dapat diambil dari *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan tersebut bagi perusahaan untuk mengefektifkan tujuan perusahaan.

6. Bagi peneliti yang akan datang diusahakan dapat dikembangkan menjadi penelitian kualitatif, untuk mendapatkan hasil secara mendalam terhadap alasan-alasan karyawan tetap bekerja di PT. Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung. Sehingga peneliti mampu mengendalikan jawaban dari masing-masing jawaban responden. Dan yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai *Organizational Citizenship Behavior*

7. (OCB) karyawan agar dapat terus menggali faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan, sehingga nantinya penelitian akan dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Alnıaçık, E., dan Alnıaçık, Ü. (2012). Identifying Dimensions of Attractiveness in Employer Branding: Effects of Age, Gender, and Current Employment Status. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 58, 1336–1343. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1117

Andini, N., dan Dwiarta, I. M. B. (2020). Pengaruh Motivasi, Kecerdasan Emosional, Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Guru Yayasan Al-Khusna Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, *1*(1), 419-428.

Anuar Sanusi, -. (2017). Analisis Pendidikan Dan Pelatihan Tenaga Mekanik Pada Industri Alat Berat Di Pt.Trakindo. http://repository.upi.edu

Anwar 2021, Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior*(OCB) terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan. Juripol, Volume 4 Nomor 1 Maret 2021*

Arul, R., dan wong, jo. (n.d.). Organizational Citizenship Behavior Among Montfortian Teahers: A Cross National Comparative Study In Asia. Retrieved January 26, 2021, from https://www.academia.edu/34446942/Organizational_Citizenship_Behavior_Among_Montfortian_Teahers_A_Cross_National_Comparative_Study_In_Asia

Budi, A. D. S., dan Suryana, H. P. (2020). *Analisis Strategi Diversifikasi Produk Jasa Kurir Dalam Menghadapi Persaingan Pasar (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia Persero)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).

Elinda, F (2020)Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Dan Website Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang Di Pt Bank Syariah Mandiri Skripsi.

Engkus, E., dan Ulfah, N. (2019). ANALISIS Kinerja Pegawai Bagian Pelayanan Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Subang. *Ministrate: Jurnal Birokrasi Dan Pemerintahan Daerah*, *1*(1), 39–61. https://doi.org/10.15575/jbpd.v1i1.6313

Ghozali. (2016) hal 95 - 96. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2018) hal - 179. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Gözükara, İ., dan Hatipoğlu, Z. (2021). *The Effect of Employer Branding on Employees' Organizational Citizenship Behaviors*. Retrieved January 26, 2021, from www.ijbmer.com

Hawari, M. L. (2020). Hubungan Antara *Self Efficacy* Dengan *Organizational Citizenship Behavior* Pada Karyawan Start-Up.

Informatika, I., Darmajaya, B., Rumangkit, S., dan Dwiyan, M. (2019). Dampak *Employee Branding* Pada Efektivitas Rekrutmen (Case Study: Generasi Z Indonesia). In *Dwiyan Jurnal Bisnis Darmajaya* (Vol. 05, Issue 01). https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/1358

Jufrizen, J., Farisi, S., Azhar, M. E., dan Daulay, R. (2020). Model Empiris *Organizational Citizenship Behavior* Dan Kinerja Dosen Perguruan Tinggi Swasta Di Medan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, *4*(2), 145–165. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i2.4159

Kusuma Negara, A., dan Asriah Immawati, S. (2020). Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(2), 64–81. https://doi.org/10.35138/organu

Kusuma Tiffani Chandrilika, (2017). Penerapan Strategi *Employer Branding* Dan *Employee Value Proposition* Untuk Menciptakan *Employee Engagement* (Studi Pada PT Bank Central Asia Tbk) *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 50 No. 5 September 2017*

Lievens, F., dan Highhouse, S. (2003). The relation of instrumental and symbolic attributes to a company's attractiveness as an employer. Personnel Psychology, 56(1), 75–102. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2003.tb00144.x

Magdalena, B., dan Rulyati, O. (2019). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Prestasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Karyawan Tvri Lampung. In *Okta Rulyati Jurnal Bisnis Darmajaya* (Vol. 05, Issue 02). https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/1590

Mahmudi Khoirul. (2020). Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* Pada PT. Mubarak Ainama Kunt Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 8 Nomor 3 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*

Marcelina Intan. (2019). *Pengaruh Komitmen Organisasional, Dan Budaya Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada PT. Cahya Bagus Mandiri Di Bandar Lampung* (Vol. 01, Issue 02). Institut Informatika Dan Bisnis (IIB) Darmajaya, 2019

Mishra, M. Y. (2019). *Impact Of Employer Branding And Organization Attractiveness On Citizenship Behaviour For Retention Of Faculties: A Study On Faculties Of Universities Of Odisha*.

Muaja, F. G., Trang, I., dan Lumintang, G. G. (2021). Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior (Ocb), Job Satisfaction, Dan Affective Commitment* Terhadap *Turnover Intention* Karyawan PT. Suzuki Finance Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *9*(1).

Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (*Working From Home/WFH*): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. Jurnal Perencanaan Pembangunan*: The Indonesian Journal of Development Planning*, *4*(2), 126–150. https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119

Nasution, D. A. D., Erlina, E., dan Muda, I. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, *5*(2), 212. https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., dan Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. The Leadership Quarterly, 1(2), 107–142. https://doi.org/10.1016/1048-9843(90)90009-7

Primadi Alfonsus Raditya, 2019 Pengaruh Employer Branding Terhadap Keinginan Untuk Tinggal Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Di PT Purinusa Ekapersada Semarang. Vol. 14 No. 01 (2019)

Putri Amelia, R., dan Lukito, H. (2020). Peran Mediasi *Employee Engagement* Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Turnover Intention. Menara Ilmu*, *14*(2). http://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/1890

Ristriandita Afifah, (2018). Pengaruh *Employer Branding* Terhadap *Turnover Intention* Dengan Dimediasi Kepuasan Kerja (Studi Pada Karyawan Tetap PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Juanda) *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 58 No. 2 Mei 2018*

Robbin dan Judge. 2015 hal - 19. Perilaku Organisasi Edisi 16. Jakarta. Salemba Empat.

Rumangkit, S. (2020). Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian 2020 IBI DARMAJAYA Bandar Lampung. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, Issue 0). https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/2566

Rucika Sharma, A.P. (2018). Employer Brand and its Unexplored Impact On Intent to Join Intenational Journal of Organizational Analusis

Saleem, Sharjeel and Saba Amin. 2013. *The Impact of Organizational Support for Career Development and Supervisory Suppoert on Employee Performance: An Emperical Study From Pakistani Academic Sector. Europen Journal of Business and Management. 5 (5), pp: 194-207.*

Safitri, R., Do, B. R., dan Irawanto, D. W. (2017). *Employer Brandıng on Brand Cıtızenshıp Behavıor: Explorıng the Medıatıon of Brand-Person Fıt and Brand Commıtment. Asia Pacific Management and Business Application*, *6*(1), 31–42. https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2017.006.01.3

Schiffman, L. G. (2010). *Consumer behavior. 10th edition / Leon G. Schiffman; Leslie Lazar Kanuk; Joseph Wisenblit*. Pearson Education, Inc.

Shamsul Arefin, M., dan Raquib, M. (2015). The Mediating Role Of Psychological Empowerment In The Relationship Between High-Performance Work Systems And Organizational Citizenship Behavior Ishtiaque Arif, Assistant Prof. In European Scientific Journal, ESJ (Vol. 11, Issue 2). https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/4973

Smith, C. A., Organ, D. W., dan Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. Journal of Applied Psychology, 68(4), 653–663. https://doi.org/10.1037/0021-9010.68.4.653

Sokro, E. (2012) impact of Employer Branding on Employee Attraction and Retention. Undefined.

Sugiyono. (2016) hal - 225. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2018) hal 130 - 292. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019) hal - 16. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Suryandari;, S. E. S. Y. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan RdanD*. //digilib.fe.unj.ac.id/index.php?p=show_detaildanid=4474dankeywords=

Valentyna, C., Tua, H., dan Si, M. (2016). Inovasi Pelayanan Pt. Pos Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Uang (Studi Kasus Pt. Pos Indonesia Di Pekanbaru) Oleh. In *Jom Fisip* (Vol. 3, Issue 2).

Wahyunti, S., Anggrek, J., 16, N., Na', R., dan Bima, K. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pt. Pos Cabang Bima. In *ESA: Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 3, Issue 1). https://www.posindonesia.co.id/id

Williams, L. J., dan Anderson, S. E. (1991). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and In-Role Behaviors. *Journal of Management*, *17*(3), 601–617. https://doi.org/10.1177/014920639101700305

LAMPIRAN

INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KUESIONER

PENGARUH *EMPLOYER BRANDING* DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB) TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT POS INDONESIA CABANG PAHOMAN BANDAR LAMPUNG

IDENTITAS PENELITI

Nama	: RIRIN INDRIANI
NPM	: 1612110549
Jurusan	: Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
	: Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 A, Labuhan Ratu, Kedaton, Bandar Lampung, 35142

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Bandar Lampung, 09 April 2021

Kepada Yth :
Bapak/ Ibu/ Saudara/i Karyawan PT . Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung
Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi dengan judul **“** Pengaruh *Employer Branding* Dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung**”** Saya memohon kesediaan bapak/ ibu/ saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Pertanyaan yang saya ajukan tidak dimaksudkan untuk menyudutkan pihak tertentu, tetapi hanya dipergunakan sebagai penelitian semata. Kerahasiaan identitas dari penelitian ini akan dijamin dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penulisan skripsi ini.

Demikian surat permohonan ini saya buat. Atas perhatian dan kesediaan Bapak / Ibu / Saudara /i mengisi daftar pertanyaan yang saya ajukan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ririn Indriani
NPM 1612110549

Lampiran Kuesioner

Pengaruh *Employer Branding* Dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT Pos Indonesia Cabang Pahoman Bandar Lampung

Berilah tanda checklist (¯) pada kotak yang tersedia. Identitas responden akan dirahasiakan dan tidak dipublikasikan.

Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐Wanita

Usia : ☐ < 20tahun ☐21- 30 tahun ☐31- 40 tahun ☐> 40 tahun

Pendidikan : ☐ SMA ☐Diploma ☐Sarjana

Petunjuk Pengisian:

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya, Beri tanda (√) pada jawaban yang menurut anda tepat

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Kuesioner *Employer Branding* (X1)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Perusahaan telah berusaha menjaga *Brand Image*					
2.	Perusahaan memiliki lingkungan kerja yang berkualitas					
3.	Perusahaan memberikan kompensasi yang baik					
4.	Perusahaan memberikan kesempatan karir yang baik					
5.	Perusahaan memberikan keleluasaan interaksi dengan konsumen					
6.	Kesempatan untuk berbagi pada rekan kerja lain ilmu yang telah dipelajari					
7.	Kesempatan untuk menerapkan apa yang selama ini dipelajari untuk perusahaan					
8.	Adanya peluang untuk mendapatkan promosi jabatan dari perusahaan					
9.	Pengalaman kerja yang baik untuk masa depan					
10.	Keamanan bekerja dalam perusahaan terjamin dengan baik					

Kuesioner OCB (X2)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya membantu rekan kerja agar bekerja lebih produktif					
2.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya membantu rekan kerja yang sedang memiliki pekerjaan banyak					
3.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya membantu pekerjaan rekan kerja yang pernah absen					
4.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya tidak mengkritik hal-hal yang sepele, namun berupaya membantu memperbaiki					
5.	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya tidak mengeluh terhadap pekerjaan yang diberikan					
6	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya mengikuti dan berpartisipasi dalam *meeting* di perusahaan					
7	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya memberikan perhatian terhadap segala hal yang memberikan informasi mengenai perusahaan					
8	Setelah saya selesai mengerjakan pekerjaan, saya menginformasikan sesuatu sebelum mengambil keputusan					

Kuesioner Kepuasan Kerja Karyawan (Y)

No	Kepuasan kerja	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Saya akan mempertimbangkan mengambil pekerjaan lain					
2	Saya sering berpikir untuk meninggalkan pekerjaan ini					
3	Saya selalu menaati ketentuan jam kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan					
4	Saya menyelesaikan pekerjaan tepat waktu berdasarkan prosedur yang ditetapkan perusahaan					
5	Rekan kerja saya banyak yang lebih muda dari saya					
6	Usia dari segi masa kerja dianggap sebagai pembimbing di dunia kerja					
7	Saya merasa sesuai dengan tingkat tanggung jawab dalam pekerjaan saya					
8	Saya puas dengan pekerjaan saya, karena saya dapat membuat kemajuan disini					

Lampiran 2

Data Hasil Pengumpulan Kuesioner Jawaban Responden Variabel

***Employer Branding* (X1)**

No	X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	Total _X1
1	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	44
2	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	43
3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	41
4	3	4	4	2	4	4	4	4	5	4	38
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
6	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	38
7	1	4	4	3	4	3	3	4	2	4	32
8	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	30
9	4	2	2	2	4	2	4	4	5	2	31
10	3	4	4	3	4	4	2	4	2	4	34
11	3	2	4	4	4	3	2	3	3	2	30
12	2	2	3	4	4	3	1	2	2	2	25
13	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	34
14	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	33
15	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	45
16	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	45
17	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	46
18	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	42
19	3	3	5	3	5	4	2	5	4	5	39
20	4	4	5	3	5	5	2	4	5	4	41
21	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
22	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
23	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	37
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
25	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	32
26	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
27	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
28	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	37
29	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
30	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
31	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
32	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
33	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
34	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
35	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
36	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	36

37	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	34
38	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	37
39	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	37
40	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	40
41	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
42	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
43	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
44	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
45	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
46	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
47	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
48	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
49	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
50	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	39
51	4	4	4	4	3	2	3	5	2	5	36
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	40
54	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
56	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
57	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
60	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
61	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
62	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
63	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
64	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
65	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	38
66	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
69	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
70	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
76	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	34
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
78	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

80	5	4	4	5	4	4	3	4	2	4	39
81	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	41
82	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
83	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
84	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
85	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	41

2. Data Kuesioner Variabel *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) (X2)

No	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	Total_X2
1	5	3	4	5	5	3	3	5	33
2	2	5	5	3	2	5	2	3	27
3	5	5	4	5	2	5	2	2	30
4	5	3	5	3	3	4	3	3	29
5	5	4	4	4	3	2	4	2	28
6	5	5	4	5	5	5	5	5	39
7	2	4	4	4	4	4	4	4	30
8	5	3	2	4	3	5	3	3	28
9	5	4	4	5	4	4	4	4	34
10	5	3	3	3	3	3	3	3	26
11	2	4	2	4	4	4	4	4	28
12	5	5	4	5	5	5	5	5	39
13	3	3	2	5	4	2	3	4	26
14	2	2	2	2	2	2	2	2	16
15	5	4	5	4	4	4	4	4	34
16	2	3	4	3	3	5	3	3	26
17	5	3	3	3	3	3	3	3	26
18	5	4	3	4	4	4	4	4	32
19	4	3	5	3	3	3	3	3	27
20	4	5	4	5	5	5	5	5	38
21	3	2	3	4	2	5	4	2	25
22	5	3	4	3	3	3	3	3	27
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	3	4	4	2	4	29
25	3	4	3	4	4	4	4	3	29
26	4	3	4	4	3	2	2	3	25
27	2	4	3	4	2	3	4	4	26
28	4	3	3	4	3	3	4	3	27
29	2	5	3	5	5	5	5	5	35
30	3	3	4	4	3	3	3	3	26
31	5	4	5	5	3	4	5	5	36
32	5	3	5	2	5	5	3	2	30

33	5	2	5	5	5	4	5	2	33
34	4	3	3	5	3	5	3	3	29
35	3	4	4	5	4	4	4	4	32
36	5	5	5	5	5	4	5	5	39
37	4	4	4	2	4	4	4	4	30
38	5	3	5	5	3	2	4	3	30
39	4	4	4	5	4	4	5	4	34
40	3	3	3	5	3	3	3	3	26
41	4	4	4	2	4	2	4	4	28
42	5	5	5	5	5	4	5	5	39
43	3	3	2	3	2	2	2	2	19
44	2	2	2	2	2	2	2	2	16
45	4	4	4	5	4	5	4	4	34
46	5	3	3	2	3	4	3	3	26
47	3	5	4	5	3	3	3	3	29
48	4	4	4	5	4	3	4	4	32
49	3	3	3	4	3	5	3	3	27
50	5	5	5	4	5	4	5	5	38
51	5	2	2	3	2	2	2	2	20
52	3	3	3	5	3	4	3	3	27
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	5	4	3	4	4	32
56	3	3	3	5	3	4	4	3	28
57	4	4	4	5	4	3	4	4	32
58	3	3	3	4	3	3	3	3	25
59	5	5	5	4	5	3	5	5	37
60	3	3	4	5	3	4	4	3	29
61	3	4	4	5	3	4	4	5	32
62	2	2	3	3	5	3	4	4	26
63	2	2	5	4	5	2	3	4	27
64	3	3	3	3	3	3	4	3	25
65	4	4	4	5	4	5	4	5	35
66	5	5	5	3	5	3	5	3	34
67	4	4	4	5	4	5	5	5	36
68	3	3	4	2	3	2	4	2	23
69	4	4	5	4	4	4	4	3	32
70	3	3	3	4	3	4	2	4	26
71	4	4	4	5	4	5	4	5	35
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	3	4	2	3	4	2	2	4	24
74	2	3	2	2	4	2	3	3	21
75	4	4	4	5	4	5	2	5	33

76	3	3	3	4	3	4	4	4	28
77	3	3	3	5	3	5	2	5	29
78	4	4	4	3	4	3	5	3	30
79	3	3	3	4	3	4	5	4	29
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	3	2	3	4	2	5	4	2	25
82	5	3	4	3	3	3	3	3	27
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	3	4	4	2	4	29
85	3	4	3	4	4	4	4	3	29

3. Kepuasan Kerja Karyawan

No Responden	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	Total_Y
1	3	3	3	3	3	3	4	3	25
2	4	4	4	5	4	5	4	5	35
3	5	5	5	3	5	3	5	3	34
4	4	4	4	5	4	5	5	5	36
5	3	3	4	2	3	2	4	2	23
6	4	4	5	4	4	4	4	3	32
7	3	3	3	4	3	4	2	4	26
8	4	4	4	5	4	5	4	5	35
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	3	4	2	3	4	2	2	4	24
11	2	3	2	2	4	2	3	3	21
12	4	4	4	5	4	5	2	5	33
13	3	3	3	4	3	4	4	4	28
14	3	3	3	5	3	5	2	5	29
15	4	4	4	3	4	3	5	3	30
16	3	3	3	4	3	4	5	4	29
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	2	3	2	4	2	4	3	2	22
19	3	3	3	3	3	3	4	3	25
20	4	4	4	5	4	5	5	3	34
21	4	4	4	4	4	4	5	4	33
22	4	4	4	3	4	3	3	3	28
23	3	3	4	2	3	2	5	2	24
24	4	4	4	3	4	3	4	3	29
25	3	3	3	4	3	4	2	4	26
26	5	5	5	4	5	4	5	4	37
27	3	3	4	3	3	3	4	3	26
28	3	3	3	4	3	4	2	4	26
29	4	4	4	5	4	5	4	3	33
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	3	4	2	3	4	2	2	3	23
32	2	3	2	2	4	2	3	3	21
33	4	4	4	5	4	5	2	4	32
34	2	3	2	2	4	2	3	3	21
35	4	4	4	5	4	5	2	5	33
36	3	3	3	4	3	4	4	4	28
37	3	3	3	5	3	5	2	5	29
38	4	4	4	3	4	3	5	3	30
39	3	3	3	4	3	4	5	4	29

40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	2	3	2	4	2	4	3	2	22
42	3	3	3	3	3	3	4	3	25
43	4	4	4	5	4	5	5	3	34
44	4	4	4	4	4	4	5	4	33
45	4	4	4	3	4	3	3	3	28
46	3	3	4	2	3	2	5	2	24
47	4	4	4	3	4	3	4	3	29
48	3	3	3	4	3	4	2	4	26
49	5	5	5	4	5	4	5	4	37
50	3	3	4	3	3	3	4	3	26
51	3	3	3	4	3	4	2	4	26
52	4	4	4	5	4	5	4	3	33
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	3	4	2	3	4	2	2	3	23
55	2	3	2	2	4	2	3	3	21
56	4	4	4	5	4	5	2	4	32
57	4	4	4	5	4	5	5	3	34
58	4	4	4	4	4	4	5	4	33
59	4	4	4	3	4	3	3	3	28
60	3	3	4	2	3	2	5	2	24
61	4	4	4	3	4	3	4	3	29
62	3	3	3	4	3	4	2	4	26
63	5	5	5	4	5	4	5	4	37
64	3	3	4	3	3	3	4	3	26
65	3	3	3	4	3	4	2	4	26
66	4	4	4	5	4	5	4	3	33
67	3	3	3	3	3	3	4	3	25
68	4	4	4	5	4	5	4	5	35
69	5	5	5	3	5	3	5	3	34
70	4	4	4	5	4	5	5	5	36
71	3	3	4	2	3	2	4	2	23
72	4	4	5	4	4	4	4	3	32
73	3	3	3	4	3	4	2	4	26
74	4	4	4	5	4	5	4	5	35
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	3	4	2	3	4	2	2	4	24
77	2	3	2	2	4	2	3	3	21
78	4	4	4	5	4	5	2	5	33
79	3	3	3	4	3	4	4	4	28
80	3	3	3	5	3	5	2	5	29
81	4	4	4	3	4	3	5	3	30
82	3	3	3	4	3	4	5	4	29

83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	2	3	2	4	2	4	3	2	22
85	3	3	3	3	3	3	4	3	25

Lampiran 3

Data Output Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamim

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	55,3	55,3	55,3
	Perempuan	38	44,7	44,7	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Lampiran 4

Data Output Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	16	18,8	18,8	18,8
	21-30 Tahun	39	45,9	45,9	64,7
	31-40 Tahun	16	18,8	18,8	83,5
	>40 Tahun	14	16,5	16,5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Lampiran 5

Data Output Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	21	24,7	24,7	24,7
	Diploma	20	23,5	23,5	48,2
	Sarjana	44	51,8	51,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Lampiran 6

Deskripsi Jawaban Responden Variabel *Employer Branding* (X1)

X1P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,4	2,4	2,4
	Tidak Setuju	1	1,2	1,2	3,5
	Netral	8	9,4	9,4	12,9
	Setuju	70	82,4	82,4	95,3
	Sangat Setuju	4	4,7	4,7	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,7	4,7	4,7
	Netral	4	4,7	4,7	9,4
	Setuju	75	88,2	88,2	97,6
	Sangat Setuju	2	2,4	2,4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,4	2,4	2,4
	Netral	2	2,4	2,4	4,7
	Setuju	65	76,5	76,5	81,2
	Sangat Setuju	16	18,8	18,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,5	3,5	3,5
	Netral	5	5,9	5,9	9,4
	Setuju	71	83,5	83,5	92,9
	Sangat Setuju	6	7,1	7,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	37	43,5	43,5	43,5
	Setuju	38	44,7	44,7	88,2
	Sangat Setuju	10	11,8	11,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,5	3,5	3,5
	Netral	5	5,9	5,9	9,4
	Setuju	68	80,0	80,0	89,4
	Sangat Setuju	9	10,6	10,6	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,2	1,2	1,2
	Tidak Setuju	4	4,7	4,7	5,9
	Netral	53	62,4	62,4	68,2
	Setuju	24	28,2	28,2	96,5
	Sangat Setuju	3	3,5	3,5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,2	1,2	1,2
	Netral	10	11,8	11,8	12,9
	Setuju	68	80,0	80,0	92,9
	Sangat Setuju	6	7,1	7,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	23,5	23,5	23,5
	Netral	11	12,9	12,9	36,5
	Setuju	25	29,4	29,4	65,9
	Sangat Setuju	29	34,1	34,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X1P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,7	4,7	4,7
	Netral	10	11,8	11,8	16,5
	Setuju	66	77,6	77,6	94,1
	Sangat Setuju	5	5,9	5,9	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) (X2)

X2P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	12,9	12,9	12,9
	Netral	23	27,1	27,1	40,0
	Setuju	24	28,2	28,2	68,2
	Sangat Setuju	27	31,8	31,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	9,4	9,4	9,4
	Netral	31	36,5	36,5	45,9
	Setuju	32	37,6	37,6	83,5
	Sangat Setuju	14	16,5	16,5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	10,6	10,6	10,6
	Netral	23	27,1	27,1	37,6
	Setuju	36	42,4	42,4	80,0
	Sangat Setuju	17	20,0	20,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	9,4	9,4	9,4
	Netral	17	20,0	20,0	29,4
	Setuju	27	31,8	31,8	61,2
	Sangat Setuju	33	38,8	38,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	10,6	10,6	10,6
	Netral	30	35,3	35,3	45,9
	Setuju	30	35,3	35,3	81,2
	Sangat Setuju	16	18,8	18,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	15,3	15,3	15,3
	Netral	20	23,5	23,5	38,8
	Setuju	31	36,5	36,5	75,3
	Sangat Setuju	21	24,7	24,7	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	15,3	15,3	15,3
	Netral	21	24,7	24,7	40,0
	Setuju	34	40,0	40,0	80,0
	Sangat Setuju	17	20,0	20,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

X2P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	12,9	12,9	12,9
	Netral	29	34,1	34,1	47,1
	Setuju	27	31,8	31,8	78,8
	Sangat Setuju	18	21,2	21,2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

3. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Kerja Karyawan (Y)

YP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	9,4	9,4	9,4
	Netral	34	40,0	40,0	49,4
	Setuju	31	36,5	36,5	85,9
	Sangat Setuju	12	14,1	14,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	38	44,7	44,7	44,7
	Setuju	35	41,2	41,2	85,9
	Sangat Setuju	12	14,1	14,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	14,1	14,1	14,1
	Netral	22	25,9	25,9	40,0
	Setuju	37	43,5	43,5	83,5
	Sangat Setuju	14	16,5	16,5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	11,8	11,8	11,8
	Netral	23	27,1	27,1	38,8
	Setuju	25	29,4	29,4	68,2
	Sangat Setuju	27	31,8	31,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,5	3,5	3,5
	Netral	30	35,3	35,3	38,8
	Setuju	40	47,1	47,1	85,9
	Sangat Setuju	12	14,1	14,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	14	16,5	16,5	16,5
	Netral	19	22,4	22,4	38,8
	Setuju	25	29,4	29,4	68,2
	Sangat Setuju	27	31,8	31,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	23,5	23,5	23,5
	Netral	11	12,9	12,9	36,5
	Setuju	25	29,4	29,4	65,9
	Sangat Setuju	29	34,1	34,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

YP8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	9,4	9,4	9,4
	Netral	34	40,0	40,0	49,4
	Setuju	24	28,2	28,2	77,6
	Sangat Setuju	19	22,4	22,4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Lampiran 7

Data Output Hasil Uji Validitas

Variabel *Employer Branding* (X1)

Correlations

		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	EB
X1P1	Pearson Correlation	1	,331**	,156	,306**	-,051	,267*	,213	,205	,146	,201	,463**
	Sig. (2-tailed)		,002	,155	,004	,640	,014	,050	,060	,181	,065	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P2	Pearson Correlation	,331**	1	,492**	,433**	-,077	,592**	,281**	,312**	,090	,711**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,484	,000	,009	,004	,410	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P3	Pearson Correlation	,156	,492**	1	,446**	,330**	,679**	-,027	,304**	,161	,579**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,155	,000		,000	,002	,000	,806	,005	,140	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P4	Pearson Correlation	,306**	,433**	,446**	1	,082	,531**	,083	,126	-,025	,360**	,503**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000		,458	,000	,450	,252	,817	,001	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P5	Pearson Correlation	-,051	-,077	,330**	,082	1	,328**	,281**	,368**	,151	,236*	,468**
	Sig. (2-tailed)	,640	,484	,002	,458		,002	,009	,001	,168	,030	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P6	Pearson Correlation	,267*	,592**	,679**	,531**	,328**	1	,115	,260*	,229*	,536**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000	,000	,002		,296	,016	,035	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P7	Pearson Correlation	,213	,281**	-,027	,083	,281**	,115	1	,359**	,187	,203	,480**
	Sig. (2-tailed)	,050	,009	,806	,450	,009	,296		,001	,086	,062	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P8	Pearson Correlation	,205	,312**	,304**	,126	,368**	,260*	,359**	1	,136	,759**	,619**
	Sig. (2-tailed)	,060	,004	,005	,252	,001	,016	,001		,214	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1P9	Pearson Correlation	,146	,090	,161	-,025	,151	,229*	,187	,136	1	,115	,517**
	Sig. (2-tailed)	,181	,410	,140	,817	,168	,035	,086	,214		,294	,000

X1P10	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	,201	,711**	,579**	,360**	,236*	,536**	,203	,759**	,115	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,065	,000	,000	,001	,030	,000	,062	,000	,294		,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
EB	Pearson Correlation	,463**	,646**	,658**	,503**	,468**	,739**	,480**	,619**	,517**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Data Output Hasil Uji Validitas

Variabel *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) (X2)

Correlations

		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	OCB
X2P1	Pearson Correlation	1	,302**	,480**	,151	,305**	,133	,256*	,155	,532**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000	,167	,005	,224	,018	,157	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P2	Pearson Correlation	,302**	1	,460**	,358**	,501**	,355**	,453**	,596**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,001	,000	,001	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P3	Pearson Correlation	,480**	,460**	1	,226*	,459**	,233*	,412**	,308**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,038	,000	,032	,000	,004	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P4	Pearson Correlation	,151	,358**	,226*	1	,264*	,418**	,384**	,500**	,627**
	Sig. (2-tailed)	,167	,001	,038		,015	,000	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P5	Pearson Correlation	,305**	,501**	,459**	,264*	1	,201	,560**	,630**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,015		,065	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P6	Pearson Correlation	,133	,355**	,233*	,418**	,201	1	,269*	,358**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,224	,001	,032	,000	,065		,013	,001	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P7	Pearson Correlation	,256*	,453**	,412**	,384**	,560**	,269*	1	,436**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,000	,000	,000	,013		,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2P8	Pearson Correlation	,155	,596**	,308**	,500**	,630**	,358**	,436**	1	,745**
	Sig. (2-tailed)	,157	,000	,004	,000	,000	,001	,000		,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
OCB	Pearson Correlation	,532**	,747**	,667**	,627**	,729**	,566**	,708**	,745**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Data Output Hasil Uji Validitas

Variabel Kepuasan Kerja (Y)

Correlations

		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	Kepuasan Kerja
YP1	Pearson Correlation	1	,916**	,901**	,506**	,806**	,507**	,505**	,450**	,921**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP2	Pearson Correlation	,916**	1	,731**	,415**	,912**	,373**	,422**	,387**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP3	Pearson Correlation	,901**	,731**	1	,366**	,634**	,424**	,603**	,265*	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000	,014	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP4	Pearson Correlation	,506**	,415**	,366**	1	,242*	,981**	,019	,726**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,026	,000	,866	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP5	Pearson Correlation	,806**	,912**	,634**	,242*	1	,212	,378**	,394**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,026		,052	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP6	Pearson Correlation	,507**	,373**	,424**	,981**	,212	1	,084	,693**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,052		,446	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP7	Pearson Correlation	,505**	,422**	,603**	,019	,378**	,084	1	-,077	,510**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,866	,000	,446		,486	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
YP8	Pearson Correlation	,450**	,387**	,265*	,726**	,394**	,693**	-,077	1	,649**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,014	,000	,000	,000	,486		,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Kepuasan Kerja	Pearson Correlation	,921**	,832**	,821**	,739**	,727**	,748**	,510**	,649**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8

Hasil Output Uji Reliabilitas

Variabel *Employer Branding* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	5

Hasil Output Uji Reliabilitas

Variabel *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	5

Hasil Output Uji Reliabilitas

Variabel Kepuasan Kerja (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	8

Lampiran 9

Data Output Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Kerja * _Employer Branding	Between Groups	(Combined)	581,033	12	48,419	6,585	,000
		Linearity	349,428	1	349,428	47,524	,000
		Deviation from Linearity	231,605	11	21,055	2,864	,517
	Within Groups		529,390	72	7,353		
	Total		1110,424	84			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Kerja * OCB	Between Groups	(Combined)	168,549	15	11,237	,335	,989
		Linearity	7,854	1	7,854	,234	,630
		Deviation from Linearity	160,695	14	11,478	,342	,986
	Within Groups		2316,557	69	33,573		
	Total		2485,106	84			

Lampiran 10

Hasil Output Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	6,712	1,967		
Employer Branding	0,625	,101	,685	1,459
OCB	0,322	,206	,685	1,459

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Lampiran 11

HASIL PENGOLAHAN DATA REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,043[a]	,002	-,010	5,467

a. Predictors: (Constant), Employer Branding

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,056[a]	,003	-,009	5,463

a. Predictors: (Constant), OCB

Lampiran 12

HASIL OUTPUT UJI t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	30,923	3,551		8,709	,000
Employer Branding	-,072	,183	-,043	-,395	,694

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	31,112	3,120		9,973	,000
OCB	-,084	,164	-,056	-,513	,609

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Lampiran 13

HASIL OUTPUT UJI F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,354	2	4,177	,138	,871[b]
	Residual	2476,751	82	30,204		
	Total	2485,106	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

b. Predictors: (Constant), OCB, Employer Branding

Lampiran 15

R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790

28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079

61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	**0.1775**	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323

94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211