

Lita Sriyanti

Naskah LITA SRIYANTI - 3

-  Manajemen
-  FAK. Ekonomi dan Bisnis
-  LLDIKTI IX Turnitin Consortium Part III

Document Details

Submission ID**trn:oid::1:3396060441****Submission Date****Nov 3, 2025, 8:55 AM GMT+7****Download Date****Nov 3, 2025, 9:00 AM GMT+7****File Name****lita-2_-_Lita_Litasriyanti.docx****File Size****140.2 KB****14 Pages****5,584 Words****36,911 Characters**

17% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Small Matches (less than 15 words)

Top Sources

- 16%  Internet sources
- 5%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

16% Internet sources
5% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	eprints.uny.ac.id	3%
2	Internet	123dok.com	1%
3	Internet	repository.umpalopo.ac.id	1%
4	Internet	jimfeb.ub.ac.id	<1%
5	Internet	repository.unpas.ac.id	<1%
6	Internet	www.universitaspikologi.com	<1%
7	Publication	Titik Yuliana, Eddy Soegiarto, Adisty Shabrina Nurqamarani. "PENGARUH E - SERV...	<1%
8	Internet	text-id.123dok.com	<1%
9	Publication	Musdalifa Musdalifa, Nasrah Nasrah, Anisa Anisa. "Analisis Sikap Peduli Lingkung...	<1%
10	Internet	eprints.universitaspurabangsa.ac.id	<1%
11	Internet	journal.unibos.ac.id	<1%

12	Internet	konsultasiskripsi.com	<1%
13	Internet	repositori.usu.ac.id	<1%
14	Internet	eprints.unmas.ac.id	<1%
15	Internet	journal.laaroiba.ac.id	<1%
16	Internet	repository.uin-suska.ac.id	<1%
17	Internet	acopen.umsida.ac.id	<1%
18	Publication	Khairani Khairani, Jhon Simon, Teuku Fahmi. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS ...	<1%
19	Internet	eprints.pknstan.ac.id	<1%
20	Internet	repository.sb.ipb.ac.id	<1%
21	Internet	www.researchgate.net	<1%
22	Internet	www.univ-tridinanti.ac.id	<1%
23	Publication	Fathan Arif, Citra Arip Tiara. "Pengaruh Motivasi Kerja dan Displin Kerja Terhadap...	<1%
24	Internet	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
25	Internet	ejournal.stein.ac.id	<1%

26	Internet	id.scribd.com	<1%
27	Internet	jurnal.ittc.web.id	<1%
28	Internet	methonomi.net	<1%
29	Publication	Afliani Kerin Br Sitepu, Maludin Panjaitan, Jon Henri Purba. "PENGARUH GAYA KE...	<1%
30	Internet	www.jurnal.uwp.ac.id	<1%
31	Internet	www.proprofs.com	<1%

“PENGARUH EMPLOYER BRANDING, EMPLOYEE EXPERIENCE DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN”

Lita sriyanti¹ Haedar² Adi firmanzah³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo

Email: litalitasriyanti@gmail.com, haedar@umpalopo.ac.id, dan adifirmanzah@umpalopo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Employer Branding, Employee Experience, dan Komitmen Organisasi mempengaruhi kinerja karyawan di PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada 52 orang responden, lalu data tersebut dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa Employer Branding dan Employee Experience tidak memengaruhi kinerja karyawan, sedangkan Komitmen Organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Secara simultan Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: Citra Perusahaan; Pengalaman karyawan; Komitmen Organisasi; Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine how Employer Branding, Employee Experience, and Organizational Commitment affect employee performance at PT PLN (Persero) UP3 Palopo City. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires to 52 respondents, then the data is analyzed using multiple linear regression. The results show that Employer Branding and Employee Experience do not affect employee performance, while Organizational Commitment has a positive effect on employee performance. Simultaneously, these three variables together have a significant influence on employee performance.

Keywords: Employer Branding; Employee Experience; Organizational Commitment; Employee Performance.

PENDAHULUAN

Dalam zaman globalisasi dan persaingan bisnis semakin intens, perusahaan perlu menjalankan strategi manajemen dan kompetitifitas. Salah satu tolak ukur utama bagi kesuksesan suatu organisasi adalah performa pegawai, yang menunjukkan sejauh mana sasaran perusahaan dapat tercapai. Performa yang optimal tidak hanya dipengaruhi oleh keterampilan teknis, melainkan juga elemen-elemen seperti komitmen organisasi, dedikasi terhadap organisasi, serta lingkungan kerja yang kondusif. Menurut (Safril & Hidayat, 2025). Dalam hal ini pendekatan yang strategis dalam mengelola sumber daya manusia menjadi sangat krusial (Riza et al. 2019).

Salah satu pendekatan yang sedang banyak dibicarakan dalam pengelolaan sumber daya manusia adalah, branding Perusahaan, yang merupakan strategi organisasi yang menciptakan persepsi positif sebagai suatu tempat kerja yang menarik bagi para pencari kerja dan menyenangkan bagi karyawan yang sudah bergabung (Samboan et al., 2025). Namun dalam pelaksanaannya, banyak organisasi yang belum sepenuhnya menyadari bahwa branding Perusahaan yang efektif tidak hanya dapat menarik kandidat yang berkualitas, tetapi juga mempengaruhi Tingkat kinerja karyawan, kesetiaan, dan performa karyawan. Masalah timbul apabila branding Perusahaan tidak sejalan dengan kondisi nyata ditempat kerja, sehingga citra yang dibangun tidak mampu mempertahankan keterikatan dan produktivitas karyawan secara konsisten (Samboan et al. 2025).

Berdasarkan studi sebelumnya, telah menunjukkan efek positif dari branding pemberi kerja, pengalaman kerja, serta komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan menurut (Siswandaru, 2025). Menegaskan bahwa branding pemberi kerja mempunyai dampak positif dan signifikan. Baik secara

langsung maupun melalui komitmen organisasi, terhadap kinerja karyawan. Sedangkan menurut (Muhammad Agus Pambudi et al., 2022). Menemukan bahwa pengalaman kerja, serta kondisi kerja memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Konsep yang sama juga didukung oleh (Utari & Heryanda, 2021). Yang mencatat bahwa komitmen organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan temuan-temuan tersebut penelitian ini bertujuan untuk meneliti Kembali hubungan tersebut dalam konteks Perusahaan lokal, yakni PT. PLN (Persero) UP3 Kota palopo, yang merupakan unit layanan pelanggan dari PT PLN (Persero) dan bertanggung jawab atas keandalan distribusi listrik serta mutu layanan di wilayah Palopo dan sekitarnya. Dengan menganalisis perusahaan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti baik secara teoritis dalam pengembangan literatur manajemen sumber daya manusia, maupun secara praktis dalam merumuskan strategi branding pemberi kerja dan peningkatan kinerja karyawan di sektor ketenaga listrikan.

Berdasarkan situasi tersebut, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak branding employer terhadap kinerja karyawan dengan menyertakan pengalaman kerja serta komitmen organisasi sebagai variabel mediator. Penelitian ini dilakukan di PT. PLN (Persero) kota palopo, sebuah unit penyediaan layanan pelanggan yang memiliki posisi vital dalam mendistribusikan listrik serta mempertahankan mutu layanan bagi masyarakat. Harapan dari penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan yang lebih menyeluruh tentang bagaimana citra perusahaan sebagai tempat kerja mempengaruhi hasil kerja pegawai, baik secara langsung maupun melalui elemen- elemen internal yang terbentuk selama pegawai beraktivitas di lingkungan Perusahaan di PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo (Safril & Hidayat, 2025).

Penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan dalam literatur dengan mengkaji hubungan antara *employer branding*, pengalaman kerja, komitmen organisasi, dan kinerja karyawan secara simultan dalam konteks perusahaan lokal, yaitu PT. PLN (Persero) UP3 Kota Palopo, yang selama ini masih jarang dibahas secara komprehensif. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini tidak hanya memiliki implikasi akademik dalam memperluas teori manajemen sumber daya manusia, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam membantu perusahaan merancang strategi *employer branding* yang berkelanjutan dan efektif guna meningkatkan kinerja dan loyalitas karyawan (Samboan et al. 2025).

Alasan saya memilih judul "Pengaruh Employer Branding, Employee Experience, dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan" adalah karena ketiga faktor tersebut memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan berkelanjutan. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menarik talenta terbaik melalui employer branding yang kuat, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman kerja yang positif dan menumbuhkan komitmen organisasi yang tinggi.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS¹

Employer Branding

Menurut (Sihotang et al. 2024), upaya perusahaan untuk menerapkan konsep *employer branding* dapat dicapai, antara lain, melalui analisis sejumlah nilai yang terbatas, meliputi nilai sosial, ekonomi, minat, pengembangan, dan aplikasi. bisnis diharapkan memberikan keunggulan kompetitif yang secara umum mencakup tiga jenis manfaat: ekonomi, psikologis, dan fungsional.

Menurut (Windika et al. 2023) *Brand atau citra perusahaan sebagai tempat kerja didefinisikan sebagai upaya menyampaikan kepada karyawan yang sudah bekerja saat ini serta pelamar potensial bahwa perusahaan tersebut merupakan tempat kerja yang menarik dan cocok untuk dikunjungi.*

Menurut (Citta et al. 2020), *employer branding adalah sebuah gabungan dari fungsi ekonomi dan psikologi yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan jenis pekerjaan yang mereka sediakan.*

Dari pengertian di atas yang di kemukakan oleh para peneliti sebelumnya employer branding adalah bahwa *employer branding* merupakan upaya strategis perusahaan untuk menciptakan citra positif sebagai tempat kerja yang diinginkan. Hal ini dapat dicapai melalui analisis nilai-nilai yang relevan, seperti nilai sosial, ekonomi, dan pengembangan. *Employer branding* memberikan manfaat kompetitif yang mencakup aspek ekonomi, psikologis, dan fungsional. Selain itu, employer branding juga melibatkan komunikasi yang efektif kepada karyawan saat ini dan calon karyawan mengenai keunggulan perusahaan sebagai tempat kerja. Dengan demikian, employer branding berfungsi sebagai kombinasi dari aspek ekonomi dan psikologi yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan jenis pekerjaan yang tersedia.

Teori Human Capital Theory (Becker, 1964): Perusahaan yang memiliki citra baik sebagai tempat kerja menarik akan lebih mudah mendapatkan dan mempertahankan sumber daya manusia berkualitas.

Menurut Rumangkit dan Dwiyan (2019), ada beberapa indikator yang bisa digunakan untuk mengevaluasi *employer branding*, yaitu: 1. Nilai ketertarikan 2. Nilai sosial 3. Nilai ekonomi 4. Nilai pengembangan 5. Nilai pencari kerja

(Jannavi et al. 2025).

Employee Experience

Employee Experience (pengalaman karyawan) merujuk pada keseluruhan rangkaian pengalaman yang dialami oleh karyawan selama mereka bekerja di suatu organisasi. Ini mencakup semua interaksi dan pengalaman yang dimiliki karyawan, mulai dari proses perekrutan, orientasi, pelatihan, hingga pengembangan karir dan pengalaman sehari-hari di tempat kerja.

Menurut pendapat Martoyo (Wirawan et al. , 2018), pengalaman kerja adalah lamanya waktu seorang karyawan bekerja di tempat kerjanya mulai dari saat pertama kali diterima hingga saat ini (Sihotang et al. 2024).

Menurut (Foster Sasongko, 2018), pengalaman kerja adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa lama seseorang telah menghabiskan waktu untuk memahami tugas-tugas dalam suatu pekerjaan serta telah mampu melaksanakannya dengan baik (Sihotang et al. 2024).

Menurut pendapat Sutrisno (Suwanto et al. 2021), Pengalaman kerja adalah kemampuan seorang karyawan dalam menjalankan semua tugas dan tanggung jawab yang diberikan, yang didasarkan pada pengalaman mereka di bidang pekerjaan tertentu. (Sihotang et al. 2024).

Jadi dapat di simpulan menurut para ahli di atas bahwa pengalaman kerja menunjukkan bahwa pengalaman kerja mencakup durasi waktu seorang karyawan bekerja di suatu perusahaan, tingkat pemahaman dan kemampuan dalam melakukan tugas pekerjaan, serta kemampuan untuk menjalankan tugas-tugas berdasarkan pengalaman di bidang tertentu. Pengalaman kerja berperan penting sebagai penanda dalam mengevaluasi kemampuan dan performa seorang karyawan (Sihotang et al. 2024).

Teori Social Exchange Theory (Blau, 1964) Karyawan akan memberikan kontribusi lebih besar kepada organisasi bila mereka merasa diperlakukan dengan baik dan mendapatkan pengalaman kerja positif. Adapun Indikator pengalaman kerja menurut foster (Sasongko, 2018)

- 1.Masa kerja yang telah dijalani
- 2.Tingkat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki
- 3.Kemampuan menguasai pekerjaan dan alat yang digunakan (Sihotang et al. 2024).

Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi menurut (Triatna 2015) adalah kondisi di mana seorang pegawai mendukung suatu lembaga tertentu beserta misinya dan berkeinginan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam lembaga tersebut. Komitmen organisasi menjadi sangat signifikan terutama untuk lembaga-lembaga saat ini karena dengan mengamati sejauh mana dukungan seorang pegawai terhadap kelembagaan, serta sejauh mana pegawai tersebut ingin mempertahankan keanggotaannya, maka dapat diukur seberapa besar komitmen pegawai tersebut terhadap organisasi (Jannavi et al. 2024).

Menurut (Kreitner dan Kinichi, 2011) menegaskan bahwa komitmen organisasi adalah bentuk ketika karyawan merasa terhubung dengan organisasi dan memiliki ikatan terhadap tujuannya. Hal ini merupakan sikap kerja yang sangat penting karena seseorang yang memiliki komitmen akan menunjukkan

kemauan untuk bekerja keras demi mencapai tujuan perusahaan atau organisasi, serta memiliki semangat tinggi untuk tetap berada di dalam organisasi tersebut.

Menurut (Robins dan Judge 2011) menyatakan bahwa komitmen organisasi adalah kondisi yang ada dalam diri seseorang untuk mendukung organisasi atau tujuannya, serta keinginan untuk tetap menjadi anggota dalam organisasi tersebut (Dami et al. 2022).

Menurut teori dari para peneliti terdahulu di atas, komitmen organisasi merujuk pada keadaan mental di mana para pegawai merasa terhubung, mendukung misi organisasi, serta memiliki hasrat yang kuat untuk terus menjadi anggota dari organisasi tersebut. Rasa komitmen ini terlihat dari loyalitas, dukungan, dan semangat para karyawan dalam meraih tujuan organisasi.

Teori Organizational Identification Theory (Ashforth & Mael, 1989) Karyawan akan memiliki komitmen lebih tinggi jika mereka mengidentifikasi diri dengan organisasi dan merasa menjadi bagian dari keberhasilan organisasi.

(Robbins 2006) mengatakan bahwa indikator pengukuran komitmen organisasi, seperti:

1. Komitmen Afektif
2. Komitmen yang berkesinambungan
3. Komitmen normative (Dami et al. 2022).

Kinerja karyawan

Menurut Sedarmayanti (Akbar, 2018), kinerja adalah hasil dari usaha seorang karyawan atau seluruh proses manajemen perusahaan yang bisa dibuktikan secara nyata dan terukur dengan membandingkan hasil yang dicapai dengan standar yang telah ditentukan oleh Perusahaan (Kharisma et al. 2023).

Menurut Siagian, seperti yang dikutip oleh Ririn, kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kompensasi, pelatihan karyawan, lingkungan kerja, budaya kerja, kepemimpinan, motivasi, disiplin, serta kepuasan kerja (Yanuari, 2019).

Menurut Desfitriady & Pandini (2023), kinerja adalah proses mengevaluasi seberapa baik karyawan melakukan pekerjaannya dibandingkan dengan serangkaian standar, dan kemudian mengkomunikasikan evaluasi ini kepada karyawan (Eius Lestari et al. 2024).

Menurut teori dari para peneliti terdahulu di atas, kinerja karyawan merupakan hasil nyata dan terukur dari usaha atau aktivitas kerja yang dilakukan oleh individu atau organisasi, yang dievaluasi berdasarkan standar tertentu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja tidak hanya mencerminkan hasil akhir pekerjaan, tetapi juga merupakan bagian dari proses manajerial yang mencakup penilaian dan komunikasi atas pencapaian karyawan.

Teori Harapan (Expectancy Theory) – Vroom (1964) Teori ini menjelaskan bahwa kinerja seseorang tergantung pada harapan bahwa usaha akan menghasilkan kinerja yang baik, dan bahwa kinerja tersebut akan menghasilkan imbalan yang diinginkan.

Resti Lutfitasari (Laksono et al. 2021) menyebutkan bahwa ada beberapa indikator kinerja karyawan yaitu: 1. Jumlah pekerjaan 2. Hadir tepat waktu 3. Kehadiran 4. Kerja sama antara rekan (Ilham, 2022).

Hipotesis penelitian

Berdasarkan tinjauan Pustaka yang telah disimpulkan di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

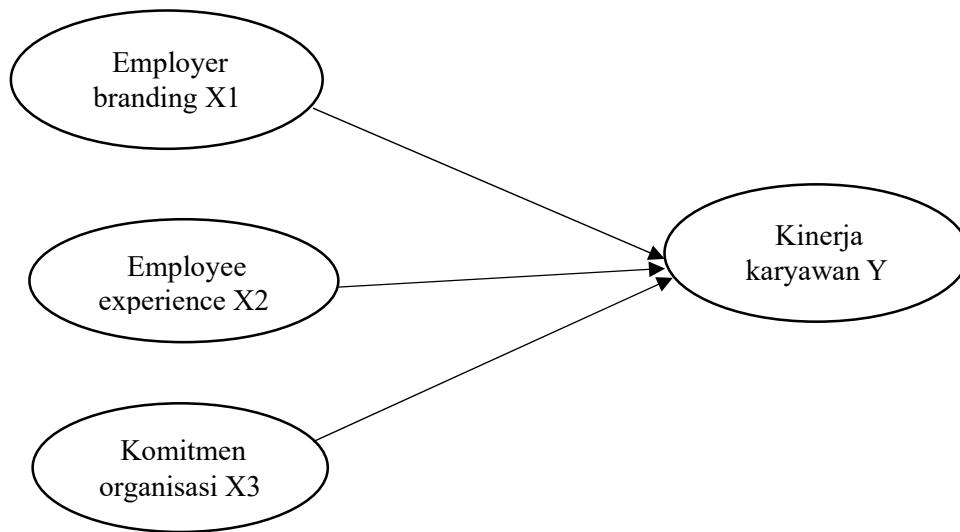
H₁: Diduga bahwa *Employer Branding* berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan di PLN (Persero) UP3 Kota Palopo.

H₂: Diduga bahwa Employee Experience berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan di PLN (Persero) UP3 Kota Palopo.

H₃: Diduga bahwa Komitmen Organisasi Berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan di PLN (Persero) UP3 Kota Palopo.

H₄: Diduga bahwa Employer Branding, Employee Experience dan Komitmen Organisasi Berpengaruh Terhadap Kinerja Karyawan di PLN (Persero) UP3 Kota Palopo.

Gambar: kerangka berpikir



METODE PENELITIAN

Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan selama lebih dari tiga bulan sejak ijin penelitian dikeluarkan. Satu bulan digunakan untuk mengumpulkan data, dan dua bulan berikutnya digunakan untuk mengolah data, termasuk penyusunan dalam bentuk riset atau tesis serta proses bimbingan yang berlangsung.

Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo, yang beralamat di Jalan Andi Kambo Nomor 70, Kota Palopo.

Populasi penelitian

Populasi penelitian adalah suatu kelompok yang ditentukan oleh peneliti dan terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu. Kelompok ini dipilih untuk diteliti dan dari sana akan diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan PT. PLN (Persero) Kota Palopo, yang jumlahnya mencapai 119 orang.

Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama atau mewakili keseluruhan populasi. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terlalu besar yaitu 119 orang, maka digunakan metode sampel random sampling. Teknik sampel random sampling adalah metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan karakteristik individu.

Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode random sampling. Metode ini mengacu pada cara memilih sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 119 karyawan di PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo, dan dari jumlah tersebut, sebanyak 52 orang diambil secara acak sebagai responden.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data yang berisi daftar pertanyaan tertulis. Alat ini digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pendapat, persepsi, sikap, atau karakteristik tertentu dari seseorang atau kelompok. Kuesioner membantu mengumpulkan informasi dari responden secara sistematis.

Dokumentasi

Data dikumpulkan dengan cara teknik dokumentasi. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mengambil dokumen-dokumen, seperti struktur Organisasi.

Kepustakaan

Data yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian ini adalah yang dikumpulkan langsung seperti Jurnal dan buku-buku yang terkait penelitian ini. Selain itu, terdapat pula data yang dikumpulkan dari media online (website).

Tabel 1. Tingkat Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang disebar	60
Kuesioner yang kembali	55
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	3
Kuesioner yang dapat diolah	52

TEKNIK ANALISIS DATA

Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan software statistik SPSS.

Proses analisis data dilakukan dengan beberapa langkah seperti berikut.

1. Uji regresi linear berganda, yaitu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan dan secara individu dari employer branding, employee experience, dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. Model regresi linear berganda dapat dituliskan dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan

X₁ = Employer Branding

X₂ = Employer Experince

X₃ = Komitmen Organisasi

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel Employer Branding

b₂ = Koefisien regresi variabel Employee Experience

b₃ = Koefisien regresi variabel Komitmen organisasi

e = error

2. Uji Hipotesis

Uji T untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap dependen.

Uji F untuk menguji secara simultan atau Bersama-sama yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.

3. Uji koefisien determinisasi (R²) adalah langkah dalam analisis yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi pada variabel dependen (Kinerja Karyawan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Employer Branding, Employee Experience dan Komitmen Organisasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data

Uji validitas

Pernyataan-pernyataan dan jumlah total item pada setiap variabel yaitu employer branding (X₁), employee experience (X₂), komitmen organisasi (X₃), dan kinerja karyawan (Y), uji validitasnya untuk menentukan seberapa kuat hubungan antara variabel tersebut.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Employer Branding (X₁)

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	keterangan
E1	0,929	0,273	r hitung > r tabel	Valid
E2	0,867	0,273	r hitung > r tabel	Valid
E3	0,832	0,273	r hitung > r tabel	Valid

E4	0,926	0,273	r hitung>r tabel	Valid
E5	0,940	0,273	r hitung>r tabel	Valid

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Employer Branding (X1) dapat diperoleh nilai r-hitung lebih > dari pada r-tabel (0,273). Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan (E1–E5) memiliki validitas yang baik, sehingga seluruh item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Employee Experience (X2)

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	keterangan
E1	0,877	0,273	r hitung>r tabel	Valid
E2	0,889	0,273	r hitung>r tabel	Valid
E3	0,865	0,273	r hitung>r tabel	Valid
E4	0,880	0,273	r hitung>r tabel	Valid
E5	0,795	0,273	r hitung>r tabel	Valid

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Employee Experience (X2) hingga diperoleh nilai r-hitung lebih > dari pada r-tabel (0,273). Dengan demikian, seluruh item pertanyaan (E1–E5) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Komitmen Organisasi (X3)

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	keterangan
K1	0,903	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K2	0,807	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K3	0,805	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K4	0,830	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K5	0,893	0,273	r hitung>r tabel	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Komitmen Organisasi (X3, hingga dapat diperoleh nilai r-hitung lebih > dari pada r-tabel (0,273). Hal ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan (K1–K5) valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	keterangan
K1	0,822	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K2	0,889	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K3	0,886	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K4	0,829	0,273	r hitung>r tabel	Valid
K5	0,886	0,273	r hitung>r tabel	Valid

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kinerja Karyawan (Y) , seluruh nilai r-hitung lebih > dari pada r-tabel (0,273). Dengan demikian, semua item pertanyaan (K1–K5) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Realibilitas

Realibilitas adalah pengukuran yang menunjukkan seberapa baik suatu alat, terutama kuesioner, bisa memberikan hasil yang tetap dan konsisten ketika digunakan untuk mengukur suatu konstruksi pernyataan. Hal ini menunjukkan sejauh mana jawaban responden tetap konsisten terhadap berbagai item yang disusun untuk mengukur variabel atau konstruksi yang sama.

Tabel 6 uji realibilitas

No	Variabel	r alpha	Nilai reliabilitas	Keterangan
1.	Employer branding	0,941	0,60	Reliabel
2.	Employee experience	0,911	0,60	Reliabel
3.	Komitmen organisasi	0,903	0,60	Reliabel
4	Kinerja karyawan	0,908	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah 2025

Cara menentukan keputusan:

Jika nilai r alpha > dari 0,60, maka instrumen dianggap reliabel.

Jika nilai r alpha < dari 0,60, maka instrumen tidak reliabel.

Tabel 6 menunjukkan hasil uji reabilitas terhadap kuesioner menggunakan nilai Cronbach's alpha atau disebut juga r alpha.

Hasil ini menunjukkan bahwa kuesioner memiliki validitas karena nilai r alpha lebih besar dari 0,60.

Berdasarkan data di atas pada tabel 4.6, dilakukan uji reliabilitas pada setiap variabel. Nilai Cronbach's alpha untuk variabel employer branding (X1) adalah 0,941, employee experience (X2) adalah 0,911, komitmen organisasi (X3) adalah 0,901, dan variabel kinerja karyawan (Y) adalah 0,908. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada setiap variabel telah memenuhi syarat untuk reliabilitas instrumen.

Uji Regresi linear berganda

Penelitian ini membahas tentang analisis regresi yang digunakan untuk mengevaluasi data yang memiliki banyak variabel. Tujuannya utama adalah memprediksi nilai variabel yang dikenal sebagai variabel dependen (Y) dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen, setidaknya tiga variabel. Analisis ini dikenal sebagai analisis multivariat karena perubahan pada variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh beberapa variabel bebas (X). Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat (Y), dilakukan pengujian secara terukur.

Analisis ini menunjukkan bahwa variabel yang diukur akan dipengaruhi oleh beberapa variabel lainnya. Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk menggambarkan hubungan tersebut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan

X1 = *Employer Branding*

X2 = *Employer Experince*

X3 = Komitmen Organisasi

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel Employer Branding

b₂ = Koefisien regresi variabel Employee Experience

b₃ = Koefisien regresi variabel Komitmen organisasi

e = error

Dari data yang telah diperoleh, diolah menggunakan program SPSS 26 dan dimasukkan ke dalam model perhitungan komputer, dapat dilihat pada tabel berikut;

tabel 7 regresi linear berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.458	2.025		2.696

Employer branding	.048	.111	.059	437	.664
Employee Experience	.047	129	.046	360	720
Komitmen Organisasi	.650	.112	.726	5.815	.000
a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan					

Sumber : Data diolah 2025

Hasil estimasi model dapat disajikan dalam tabel di atas sebagai berikut:

$$Y = 5,458 + 0,048X_1 + 0,047X_2 + 0,650X_3 + e$$

Interpretasi model tersebut di atas, yaitu:

1. Nilai konstanta sebesar $b_0 = 5,458$, Artinya, jika variabel Employer Branding, Employee Experience, dan Komitmen Organisasi bernilai nol, maka Kinerja Karyawan diperkirakan sebesar 5,458 satuan.
2. Nilai koefisien b_1 adalah 0,048 artinya, setiap kenaikan satu satuan pada Employer Branding akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,048 satuan, dengan asumsi variabel X_2 dan X_3 tetap.
3. Employee Experience memiliki koefisien $b_2 = 0,047$ artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Employee Experience hanya meningkatkan Kinerja Karyawan sebesar 0,047 satuan, dengan asumsi variabel X_1 dan X_3 tetap.
4. Komitmen Organisasi memiliki koefisien b_3 sebesar 0,650, artinya, Setiap kenaikan satu satuan pada Komitmen Organisasi akan meningkatkan Kinerja Karyawan sebesar 0,650 satuan secara nyata. dengan syarat bahwa variabel X_1 dan X_2 tetap.

Uji hipotesis

Uji T (Parsial) statistik

Diketahui bahwa nilai (uji t), employer branding (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,437 dengan signifikansi 0,664. Nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel sebesar 2,009 serta signifikansinya lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ditolak. Hal ini berarti employer branding tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Demikian pula, variabel employee experience (X_2) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 0,360 dengan signifikansi 0,720. Karena nilai t-hitung < t-tabel dan signifikansi > 0,05, maka hipotesis juga ditolak. Dengan kata lain, pengalaman kerja karyawan tidak terbukti memberikan pengaruh yang nyata terhadap peningkatan kinerja.

Sebaliknya, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh variabel komitmen organisasi (X_3). Variabel ini memiliki nilai t-hitung sebesar 5,815 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel ($5,815 > 2,009$) dan signifikansinya jauh lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Artinya, komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat komitmen organisasi yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi pula kinerja yang mereka hasilkan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

Uji F (Simultan) statistik

Tabel 8 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	162.457	2	54.152	28.181	.000 ^b
	Residual	92.235	48	1.922		
	Total	254.692	51			
a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan						

b. Predictors: (Constant), Employer Branding, Employee Experience dan Komitmen Organisasi

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan tabel 8, hasil pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan nilai sig sebesar 28,181, sedangkan alpha yang digunakan adalah 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai sig lebih besar dari alpha, yaitu 28,181 lebih besar dari 0,05. dapat disimpulkan terdapat pengaruh employer branding (X1), Employee Experience (X2) dan komitmen organisasi (X3) terhadap kinerja karyawan (Y) di PLN (Persero) UP3 Palopo.

Uji koefisien determinisasi R^2

Tabel berikut menyajikan informasi yang diperoleh dari hasil pengumpulan data dan diolah menjadi model perhitungan menggunakan aplikasi SPSS versi 2025

Tabel 9 Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,799 ^a	,638	,615	1,38621
a. Predictors: (Constant), Employer Branding, Employee Experience dan Komitmen Organisasi				
b. Dependent variabel : Kinerja Karyawan				

Sumber : Data diolah 2025

Koefisien korelasi R Square sebesar 0,638 menunjukkan bahwa variabel Employer Branding, Employee Experience, dan Komitmen Organisasi secara simultan mampu menjelaskan 63,8% variasi yang terjadi pada Kinerja Karyawan, sedangkan sisanya 36,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Employer Branding (X1) terhadap kinerja karyawan (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel Employer Branding memiliki koefisien sebesar 0,048 dengan nilai t - 0,437 dan signifikansi 0,664. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PLN (Persero) UP3 Palopo. Artinya, peningkatan Employer Branding belum mampu meningkatkan kinerja karyawan secara nyata, kemungkinan karena program yang ada belum menyentuh aspek internal karyawan seperti motivasi kerja dan pencapaian target kinerja.

Namun hasil penelitian sejalan oleh (Diansyah & Admiral, 2024) menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap kinerja karyawan, karena citra perusahaan dibangun melalui persepsi publik terhadap layanan dan reputasi, dampaknya terhadap perilaku kerja internal (kinerja). Persepsi eksternal (pelanggan bukan perusahaan).

Namun, hasil yang berbeda diperoleh oleh (Soniya et al., 2025) Menunjukkan bahwa branding perusahaan sebagai tempat kerja memengaruhi positif dan signifikan pada prestasi karyawan. Artinya, semakin baik gambaran perusahaan sebagai tempat bekerja yang menarik, semakin baik pula hasil kerja karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan diberi kesempatan tumbuh akan lebih termotivasi, setia, serta meningkatkan hasil kerja mereka.

Pengaruh Employee Experience (X2) terhadap kinerja karyawan (Y)

Variabel Employee Experience memiliki koefisien 0,047 dengan nilai t 0,360 dan signifikansi 0,720. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PLN (Persero) UP3 Palopo. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengalaman kerja yang baik dapat meningkatkan kepuasan, faktor lain seperti budaya organisasi, kepemimpinan, dan sistem penghargaan lebih dominan dalam memengaruhi kinerja karyawan.

30 Namun hasil penelitian ini sejalan oleh (Hartono & Hartati, 2024) Pengalaman kerja yang tidak berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, disebabkan karena pengalaman kerja seseorang tidak menjamin kemampuannya bekerja secara maksimal serta menghasilkan kinerja yang berkualitas.

Namun, hasil yang berbeda diperoleh oleh (Muhammad Agus Pambudi et al., 2022) bahwa pengalaman kerja (X2) memengaruhi terhadap kinerja karyawan. Hal ini terjadi karena pengalaman kerja membantu meningkatkan kinerja karena para karyawan sudah memiliki ilmu dan pengetahuan yang cukup. Dengan demikian, karyawan menjadi lebih mahir dalam meningkatkan produktivitas perusahaan atau memperbaiki kinerja mereka sendiri.

Pengaruh Komitmen Organisasi (X3) Terhadap Kinerja karyawan (Y)

Variabel Komitmen Organisasi memiliki koefisien 0,650 dengan nilai t 5,815 dan signifikansi 0,000, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PLN (Persero) UP3 Palopo. Artinya, peningkatan komitmen organisasi sebesar satu satuan akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,650 satuan secara nyata. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya komitmen organisasi mendorong tanggung jawab, loyalitas, dan ikatan karyawan yang lebih kuat sehingga meningkatkan kinerja mereka.

Namun Hasil penelitian sejalan oleh (UmpuSInga, 2022) Menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki pengaruh positif dan penting terhadap hasil kerja karyawan di Klinik Kosasih Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi komitmen organisasi, semakin baik pula hasil kerja karyawan di Klinik Kosasih Bandar Lampung.

Namun hasil yang berbeda diperoleh oleh (Suhardi et al., 2021) komitmen organisasi tidak mempengaruhi terhadap kinerja karyawan. Karna komitmen organisasi tidak selalu meningkatkan kinerja bila tidak diiringi oleh sistem penghargaan dan kesempatan berkembang. Karyawan bisa loyal, tetapi tidak produktif, karena merasa aman tanpa perlu berprestasi lebih.

Pengaruh Employer branding, Employee experience dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan.

17 Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 28,181 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel Employer Branding, Employee Experience, dan Komitmen Organisasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan di PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo. Nilai R Square sebesar 0,638 mengindikasikan bahwa 63,8% variasi kinerja karyawan dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 36,2% dipengaruhi faktor lain di luar model. Hasil ini menegaskan bahwa citra perusahaan yang baik, pengalaman kerja positif, dan komitmen organisasi yang tinggi secara simultan mampu meningkatkan kinerja karyawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Utari & Heryanda, 2021) serta (Soniya et al., 2025) yang menyimpulkan bahwa kombinasi ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan produktivitas, tanggung jawab, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *employer branding* dan *employee experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan *komitmen organisasi* berpengaruh positif dan signifikan. Di mana komitmen organisasi menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun citra perusahaan dan pengalaman kerja penting, namun loyalitas dan keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi memiliki pengaruh yang lebih besar dalam mendorong peningkatan kinerja. Oleh karena itu, PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo perlu memprioritaskan penguatan komitmen organisasi sebagai strategi utama dalam pengelolaan sumber daya manusia.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar PT PLN (Persero) UP3 Kota Palopo lebih memfokuskan upaya pada peningkatan komitmen organisasi melalui program yang memperkuat rasa memiliki, loyalitas, dan keterlibatan karyawan terhadap perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu memperbaiki strategi *employer branding* agar lebih sesuai dengan kondisi kerja nyata serta menciptakan pengalaman kerja yang lebih positif, sehingga dapat mendorong peningkatan kinerja karyawan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- (Aisyah Nur Jannavi & Kristiana Sri Utami, 2025) Pengaruh Employer Branding dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(3), 563–578. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2443>
- Citta, A. B., Brasit, N., Nurdjanah, H., & Yusuf, R. M. (2020). Penerapan Employer Branding Dalam Suatu Perusahaan : Studi Beberapa Literature. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(2), 122–136
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Dami, W. D., FoEh, J. E., & Manafe, H. A. (2022). The Influence of Employee Engagement, Organizational Commitment, and Organizational Culture on Employee Performance Through Job Satisfaction as a Mediating Variable. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 514–526.
- Deswanti, A. I., Novitasari, D., Asbari, M., & Purwanto, A. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan: Narrative Literature Review. *Journal of Information Systems and Management (Jisma)*, 2(3), 34–40.
- Dzulfian Syafrian, dkk. (2025). No Analisis struktur kovariansi indikator terkait kesehatan pada lansia di rumah berpusat pada persepsi kesehatan subjektif Title. In *Sustainability (Switzerland)*.
- Diansyah, & Admiral, M. I. (2024). The Influence of The Work Environment and Company Image on Employee Performance with Work Motivation as a Moderator at The Nizam Zachman Samudera Fishing Port Jakarta. *Journal of Business & Behavioral Entrepreneurship*, 8(2), 1–13
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jobbe/article/view/47288>
- Eius Lestari, & Desty Febrian, W. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PT Billy Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(1), 46–64. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i1.895>
- Fajar, R. N., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Kualitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (Bpbd) Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Economina*, 2(6), 1343–1355. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.607>
- Hartono, M. D., & Hartati, C. S. (2024). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Karya Sukses Sejahtera Surabaya. *Jebs (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial)*, 1(4), 24–34.
- Ilham, M. (2022). Peran Pengalaman Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan: Suatu Tinjauan Teoritis Dan Empiris. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(1), 13–20. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i1.695>
- Jannah, N., Wahyono, T., & Rizky, M. C. (2024). Pengaruh Komitmen Organisasi , Pengembangan Karir Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Le Polonia Hotel Medan. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(September), 191–202
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/Maneggio/article/view/21451/12032>
- Kharisma, I. M., & Wening, N. (2023). Peran Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 61–80.
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1111>
- Muhammad Agus Pambudi, Lina Saptaria, & Agung Pambudi Mahaputra. (2022). Pengaruh Kompensasi, Pengalaman Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perum Jasa Tirta 1 Wilayah Sub Ii/I. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 99–115. <https://doi.org/10.30640/digital.v1i4.406>
- Nafiuddin, N., Huddin, M. N., & Khairuniswah, I. (2023). Literatur Review Pengaruh Employer Branding, Gaya Kepemimpinan Terhadap Turnover Intention Dan Employee Engagement Sebagai Variabel

- Mediasi. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 92–104. <https://doi.org/10.30656/jm.v13i2.7718>
- NURUL FITRI RAMDHANI. (2022). *Pengaruh Employer Branding Terhadap Employee Engagement Dan Kinerja Karyawan Pada Pt Pegadaian Kantor Wilayah Vi Makassar*. 135.
- Riza, S., Desreza, N., Asnawati, Sudiyanto, H., Andrio, Osuke Komazawa, Ni Wayan Suriastini, Endra Dwi Mulyanto, Ika Yulia Wijayanti, Maliki, D. D. K., Statistik, B. P., Muszalik, M., Dijkstra, A., Kdziora-Kornatowska, K., Zielińska-Wiczowska, H., Kornatowski, T., Ritonga, N. L., Marlita, L., Saputra, R., Yamin, M., Susyanti, S., Nurhakim, D. L., Syamsidar, ... Indrawati, L. (2019). No Analisis struktur kovariansi indikator terkait kesehatan pada lansia di rumah berpusat pada persepsi kesehatan subjektif Title. *BMC Public Health*, 5(1), 1–11.
<https://doi.org/10.1186/s12889-021-12260-z%250Ahttps://doi.org/10.1186/s12889-022-13062-7%250Ahttps://doi.org/10.1016/j.cegh.2021.100907%250Ahttp://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jnursing%250Ahttps://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/Jkep/article/v>
- Safril, S., & Hidayat, M. fadhil. (2025). Journal of Management Science and Business Review Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Sektor Perbankan: Sebuah Tinjauan Literatur. *Journal of Management Science and Business Review*, 3(1), 26–33
<https://jurnal.ypsms.or.id/index.php/Jmsbr>
- Samboan, H., Tandirerung, C. J., & Jaya, A. (2025). Pengaruh Employer Branding terhadap Kepuasan Kerja Karyawan CV. Bintang Rejeki Sejahtera Makassar. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(4), 225–235.
<https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i4.119>
- Sihotang, H., & Sitompul, P. (2024). Pengaruh Employer Branding Dan Work Life Balance Terhadap Turnover Intention Pada Generasi Z Di Kota Medan: Job Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 24(2), 271–284.
- Siswandaru, L. A. . F. T. . D. A. S. (2025). Employer Branding Terhadap Job Satisfaction Dan Employee Performance Pada Kantor Bri Cabang Klaten. *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 13(1), 416–420.
- Soniya, S., Sembiring, R., & Panjaitan, M. (2025). Pengaruh Kepemimpinan, Employer Branding, dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PTPN IV Regional II Medan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2804–2812
<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.923>
- Suhardi, A., Ismilasari, I., & Jasman, J. (2021). Analisis Pengaruh Loyalitas dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1117–1124.
- UmpuSInga, H. A. (2022). Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kompensasi Sebagai Variabel Moderasi. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 120–126.
<https://doi.org/10.24127/jm.v16i1.788>
- Utari, N. L. M., & Heryanda, K. K. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Edie Arta Motor. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–9.
- Viona, O., Abunawas, & Hastuti, D. (2023). Pengaruh Komitmen Organisasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Inspektorat Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(2), 66–77.
- WATI, N. I., & TILA, M. (2022). *Pengaruh Kompetensi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kabupaten*.
<http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/1655/%0Ahttps://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/1655/2/R.3856.FEB-MAN-bab 1 bab 2.pdf>

- Widiatmika, K. P. (2015). No Analisis struktur kovariansi indikator terkait kesehatan pada lansia di rumah berpusat pada persepsi kesehatan subjektif Title. *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, 16(2), 39–55.
- Wijendra, G. W., Anggraini, C. N., & Kusumaningrum, Y. F. (2024). Penerapan Eksternal Employer Branding Melalui LinkedIn Guna Menggaet Talent Pada Pt Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 656–677.
<https://doi.org/10.51353/kvg.v4i2.879>
- Windika Putri, S., & Frianto, A. (2023). Pengaruh Work Life Balance Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 293–305.
- Yanuari, Y. (2019). Analisis Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Baskara : Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), 45–54
<https://doi.org/10.54268/baskara.v2i1.6198>