



**PENGARUH PROPOSISI NILAI KARYAWAN TERHADAP
ATRAKTIVITAS KARYAWAN GO-JEK INDONESIA
DI KOTA BOGOR**

Skripsi

Dibuat oleh :

Siska Lavenia
021117043

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JANUARI 2022**



**PENGARUH PROPOSISI NILAI KARYAWAN TERHADAP
ATRAKTIVITAS KARYAWAN GO-JEK INDONESIA
DI KOTA BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

A blue circular stamp of the Faculty of Economics and Business, Universitas Pakuan, is placed over a signature. The stamp contains the text 'FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS' and 'UNIVERSITAS PAKUAN' around a central emblem. A black ink signature is written across the stamp and extends to the right, ending at a horizontal line.

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

**PENGARUH PROPOSISI NILAI KARYAWAN TERHADAP
ATRAKTIVITAS KARYAWAN GO-JEK INDONESIA
DI KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Jumat, tanggal 18 Januari 2022

Siska Lavenia
021117043

Menyetujui

Ketua Penguji Sidang
(Dr. Edy Sudaryanto, Drs., Ak., MM,CA)

Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. Drs. Wonny Ahmad Ridwan. MM)

Anggota Komisi Pembimbing
(Dr. Herman.,SE.,MM)




LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PAKUAN

Nomor : /KEP/REK/I/2021

**Tentang : PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siska Lavenia

NPM : 021117043

Judul Skripsi/Tesis Desertasi : Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir Skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Januari 2022



Siska Lavenia
021117043

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan

ABSTRAK

SISKA LAVENIA. 021117043. Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor. Di bawah bimbingan: WONNY AHMAD RIDWAN dan HERMAN.

Perusahaan harus menyiapkan strategi dengan baik untuk menarik calon karyawan. Sebuah perusahaan harus mampu menciptakan *branding* pemberi kerja yang baik sebagai kunci untuk membuat masyarakat tertarik untuk bergabung di perusahaannya. Kerangka proposisi nilai atau penawaran pekerjaan harus direncanakan sesuai dengan preferensi nilai agar dapat menarik dan mempertahankan talent yang telah bergabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh preposisi nilai karyawan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Objek dalam penelitian ini merupakan PT Gojek Indonesia. Sumber data penelitian ini yaitu data primer melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*.

Hasil penelitian menunjukkan 1) *Interest Value* (IV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan, 2) *Social Value* (SV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan, 3) *Economic Value* (EV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan, 4) *Development Value* (DV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan, 5) *Application Value* (AV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan. 6) Proposisi nilai karyawan berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor

Kata Kunci: *Interest Value, Social Value, Economic Value, Development Value, Application Value*

PRAKATA

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor**” guna menyelesaikan Pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pakuan.

Banyak hambatan dalam proses pembuatan skripsi ini yang disebabkan kendala-kendala baik internal maupun eksternal. Namun meskipun demikian penulis dapat melalui serangkaian proses tersebut dengan bantuan Do’a, dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kepada Orang Tua yang tiada henti memberikan doa selama ini, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Bibin Rubini, M. Pd. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Doni Wihartika, SE., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manejemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Dr. Wonny Ahmad Ridwan, SE., MM., selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberi arahan, membimbing dan memberikan waktu dan pikirannya bagi penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak Dr. Herman, SE.,MM. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang juga telah membantu dan memberi masukan dalam bentuk bimbingan terhadap penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen yang saya hormati, yang telah berjasa dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.
9. Kepada suami saya yaitu Akbar Mubarak yang telah memberikan dukungan dan semangat dengan sepenuh hati.
10. Kepada anak saya Asshauqi Razzan Mubarak yang selalu menjadi penyemangat saya selama ini.
11. Untuk semua sahabat saya di kelas Manajemen Ekstensi 2017 yang selalu memberikan semangat walaupun jarang bertemu di saat pandemi seperti ini.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kerja samanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna mengurangi kesalahan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat kepada pembaca terutama penulis.

Bogor, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	iError! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Perumusan masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	7
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	9
2.2 Konsep <i>Employee Value Proposition</i>	11
2.3 Konsep Atraktivitas Karyawan	12
2.4 Penelitian sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	14
2.4.1 Penelitian Sebelumnya.....	14
2.4.2 Kerangka Pemikiran.....	17
2.5 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	20
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	21
3.5 Metode Penarikan Sampel.....	22
3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Singkat Perusahaan	29
4.1.1. Gambaran Umum PT. Gojek Indonesia	29
4.1.2. Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia	30
4.1.3. Logo PT. Gojek Indonesia.....	30
4.1.4. Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia	31
4.2. Analisis Deskriptif	33
4.3. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)	49
4.4. Pembahasan.....	54
4.5. Interpretasi Hasil	57
BAB V SIMPULAN	
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Rate of Salary for Entry Level</i>	2
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey 30 Responden tentang Proposisi Nilai Karyawan	5
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1	Operasional Variabel Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor.	14
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Preposisi Nilai Karyawan (X)	23
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Atraktivitas Karyawan (Y)	24
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preposisi Nilai Karyawan (X).....	25
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atraktivitas Karyawan (Y).....	25
Tabel 3.6	Skala Likert	26
Tabel 4.1.	Gojek memudahkan driver dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang baik	33
Tabel 4.2.	Gojek selalu melakukan inovasi produk	34
Tabel 4.3	Gojek memberikan kesempatan meningkatkan kreativitas.....	34
Tabel 4.4.	Hubungan antara atasan dan bawahan yang memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan	35
Tabel 4.5.	Menjadi karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja	36
Tabel 4.6.	Suasana kerja menjadi karyawan Gojek nyaman dan memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir	36
Tabel 4.7.	Komisi/insentif /bonus yang besar yang disediakan Gojek bagi karyawannya	37
Tabel 4.8.	Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir	38
Tabel 4.9.	Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas	38
Tabel 4.10.	Menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri.....	39
Tabel 4.11.	Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya	40
Tabel 4.12.	Gojek memberikan kesempatan untuk peningkatan karir.....	40
Tabel 4.13.	Gojek memberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya	41
Tabel 4.14.	Gojek mementingkan kepuasan konsumen	42
Tabel 4.15.	Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat	42
Tabel 4.16	Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Prepoisis Nilai Karyawan	43
Tabel 4.17.	Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan	44
Tabel 4.18.	Gojek memiliki produk dan servis yang baik	44
Tabel 4.19	Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas	45
Tabel 4.20	Gojek dapat mempengaruhi calon pegawai melalui sistem pengelolaan yang baik.....	46
Tabel 4.21	Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja.....	46

Tabel 4.22	Gojek mempengaruhi calon pegawai dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik.....	47
Tabel 4.23	Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar	48
Tabel 4.24	Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik	48
Tabel 4.25	Total Jawaban Responden terhadap Indikator Atraktivitas karyawan	49
Tabel 4.26.	Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.27.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.28.	Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
Tabel 4.29	Model Summary	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 4.1. Logo Gojek.....	30
Gambar 4.2. Organisasi PT. Gojek Indonesia.....	31

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis bisa dengan mudah berubah pada era globalisasi. Situasi ini membuat beberapa bisnis tumbuh dengan baik. Salah satu bisnis yang sedang menjadi trend saat ini adalah perusahaan teknologi digital. Perusahaan teknologi digital telah menjadi penanda era baru bisnis (Bharadwaj et al., 2015). Keberadaan perusahaan teknologi digital memberikan berbagai dampak bagi masyarakat mulai dari perilaku konsumen, peluang kerja, efisiensi, dll (Jaya et al., 2017).

Saat ini, orang cenderung memenuhi kebutuhan mereka secara digital. Masyarakat menyadari bahwa terdapat banyak keuntungan dari transaksi digital, seperti variasi produk dengan paket pengiriman yang beragam, dan efisiensi waktu (Guntoro, 2015). Ini akan sangat membantu bagi sebagian orang dan sangat bermanfaat. Kini masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya hanya dengan menggunakan perangkat seluler.

GO-JEK merupakan platform transportasi online yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menemukan transportasi sesuai dengan kebutuhannya. Mulai dari sepeda motor, mobil, atau bahkan taksi. Bisnis tersebut berkembang menjadi beberapa layanan lain seperti pengiriman makanan, layanan logistik, pembayaran online, dll. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat dapat memperoleh manfaat dari layanan tersebut. Menurut Tech in Asia Indonesia (2018), GO-JEK merupakan salah satu dari 4 startup di Indonesia yang telah berstatus unicorn bersama Traveloka, Tokopedia, dan Bukalapak. Status unicorn akan diberikan kepada perusahaan teknologi digital yang telah mencapai valuasi \$ 1 miliar.

GO-JEK adalah perusahaan teknologi digital besar, namun tingkat gaji industri masih lebih rendah dibandingkan beberapa industri lainnya. Berdasarkan survei yang diselenggarakan Majalah SWA (2019), besaran gaji menurut industri perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Rate of Salary for Entry Level

No	Industry	Salary/Year
1.	Mining	IDR 117,409,140
2.	Automotive	IDR 114,512,000
3.	Banking and Finance	IDR 105,508,000
4.	Oil and Gas	IDR 102,114,000
5.	Chemical	IDR 100,999,510
6.	Digital Technology & Telecommunication	IDR 99,047,710
7.	FMCG	IDR 74,657,000
8.	Pharmacy	IDR 69,940,190
9.	Other Industry	IDR 68,090,000
10.	Shopping & Logistic	IDR 60,553,000

Source: SWA Magazine (2019)

Berdasarkan tabel, angka tersebut menunjukkan bahwa gaji dari teknologi digital tidak setinggi industri lain seperti pertambangan, dll. Namun, bukan berarti perusahaan tidak bisa meraih prestasi. Survei lain dari Fortune (2017) bahwa GO-JEK menduduki peringkat ke-17 dari 50 perusahaan yang mengubah dunia. Ada 3 kriteria skor penilaian. Pertama adalah dampak sosial perusahaan, dan kemudian nilai bisnis, serta nilai inovasi (Fortune, 2017). Berdasarkan dua survey di atas, ada beberapa keunikan dari GO-JEK karena perusahaan menunjukkan pengaruh yang besar meski tingkat gaji masih belum setinggi industri lainnya.

Perkembangan perusahaan tidak lepas dari berbagai aspek di dalamnya, termasuk karyawan. Yuenardy (2018) percaya bahwa karyawan adalah aset terpenting dalam organisasi. Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya terpenting dalam memperoleh keunggulan kompetitif atas perusahaan pesaing. Pengenalan organisasi pada HR menjadi salah satu tugas kunci dari organisasi kunci dan HR mengharapakan bagian dasar dalam setiap keputusan kunci.

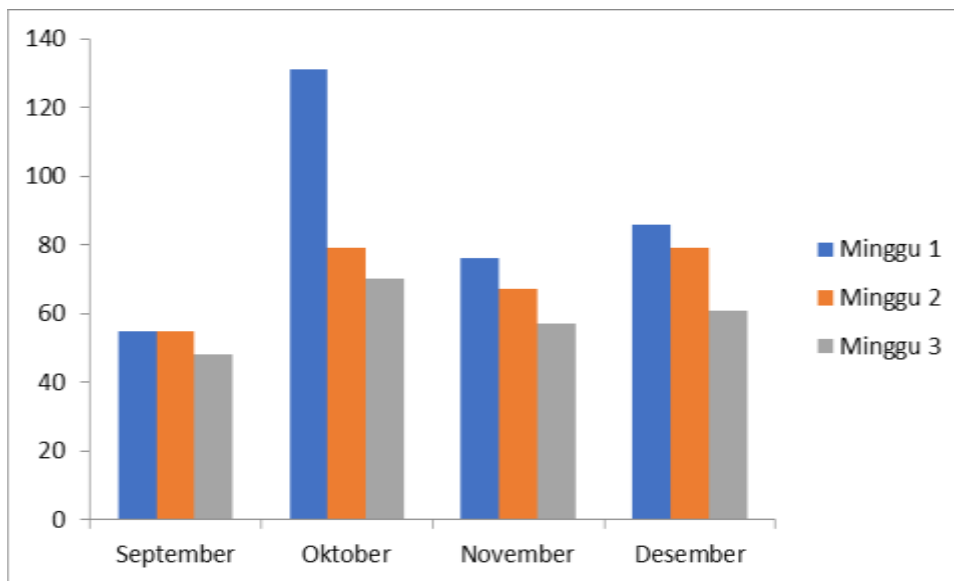
Bekerja untuk perusahaan teknologi digital akan menjadi tantangan bagi sebagian pencari kerja. Mereka dituntut untuk lebih berinovasi, yang tentunya berbeda dengan perusahaan yang sudah cukup stabil. Dalam hal ini, inovasi menjadi kunci pertumbuhan perusahaan. Ini lebih tentang bagaimana setiap orang dapat memberikan dampak kepada perusahaan dengan menerapkan ide mereka untuk membuatnya menjadi berguna. Tantangan lain yang mungkin timbul bahwa bekerja di perusahaan teknologi digital membuat setiap orang memiliki tanggung jawab yang lebih besar karena mereka akan bekerja di tim yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan (Jaya et al., 2017). Karena tim yang kecil akan membuat karyawan memiliki keterbatasan orang yang dapat bertukar idenya. Meskipun mengerjakan teknologi digital akan menjadi tantangan bagi sebagian karyawan, tetap ada manfaatnya untuk pengembangan pribadi. Dengan sumber belajar yang terbatas, karyawan dapat lebih mampu menyelesaikan masalah dengan caranya sendiri, sehingga memberikan kesempatan lebih bagi karyawan untuk mengimplementasikan

idenya. Dengan adanya kesempatan ini juga akan baik bagi karyawan tersebut karena mereka lebih banyak belajar dari kegagalan, dan mereka akan tahu solusinya. Hal ini membuat setiap karyawan semakin bersemangat untuk belajar. Menurut Jaya et al., (2017) dalam penelitiannya, 50% responden merasa cukup dengan belajar mandiri, belajar bersama anggota tim lain, atau belajar dari pengalaman sebagai cara melakukan pembinaan terhadap sumber daya manusianya, Hal ini dikarenakan terbatasnya anggaran pelatihan pada startup.

Budaya perusahaan teknologi digital akan berbeda dengan institusi korporat, perusahaan teknologi digital berpotensi mengubah cara pandang pencari kerja dan membuat sebagian dari mereka mempertimbangkan untuk mencoba bergabung dengan perusahaan teknologi digital. Perusahaan teknologi digital secara tidak langsung dapat meningkatkan kualitas karyawan (Guntoro, 2015). Sebagian besar perusahaan teknologi digital memiliki budaya yang sesuai dengan generasi milenial (Jaya et al., 2017). Dalam hal ini, GO-JEK sebagai perusahaan teknologi digital ternama di Indonesia telah menunjukkan bahwa GO-JEK sebagai salah satu pionir bisnis transportasi online di Indonesia dapat memberikan pengaruh yang lebih besar bagi banyak orang. Tidak hanya untuk layanan yang mereka miliki, tetapi juga untuk peluang karir itu sendiri. Mereka berhasil membuat sudut pandang baru bagi masyarakat bahwa Bisnis Teknologi Digital dapat bermanfaat bagi karyawan itu sendiri.

Dalam hasil wawancara dengan karyawan Gojek, alasan responden tertarik untuk melamar di perusahaan adalah dengan mempertimbangkan reputasi perusahaan, mereka berpendapat bahwa tidak ada orang yang ingin melamar di sebuah perusahaan dengan reputasi yang tidak baik. Sehingga membangun reputasi perusahaan sangat penting karena dapat mempengaruhi *intention to apply for a job* dari calon karyawan, *intention to apply* terjadi ketika kebutuhan, kepribadian dan nilai dari karyawan potensial sesuai dengan citra organisasi, kemudian organisasi tersebut menjadi menarik bagi orang tersebut.

Namun terdapat penurunan jumlah kandidat sepanjang tahun 2020 yang melamar di Gojek. Berikut data jumlah kandidat yang melamar di GOjek



Gambar 1.1. Jumlah Kehadiran Kandidat Tahun 2020

Sumber: Data Perusahaan, 2021

Menurut data perusahaan, *recruitment record* di Gojek terjadi penurunan kehadiran kandidat tiap bulannya, pada bulan September di minggu pertama dan kedua dihadiri 55 kandidat dan di minggu ketiga dihadiri oleh 48 kandidat. Selanjutnya penurunan yang signifikan juga terdapat pada bulan Oktober yang minggu pertama dihadiri oleh 131 kandidat, minggu kedua dihadiri 79 kandidat dan minggu ketiga dihadiri 70 kandidat. Kemudian disusul dengan kehadiran kandidat psikotes pada bulan November dan Desember yang mengalami penurunan, yaitu untuk bulan November pada minggu pertama sampai ketiga dihadiri oleh 76, 67, dan 57 kandidat psikotes. Juga pada bulan Desember di minggu pertama sampai ketiga dihadiri 86, 79, dan 61 kandidat yang melamar di Gojek. Hal ini menunjukkan ketertarikan seseorang untuk menjadi Driver Gojek menurun. Hal ini tentu akan berdampak terhadap kemajuan perusahaan.

Penurunan jumlah kehadiran kandidat karyawan didukung hasil wawancara dengan 10 karyawan, yang menyatakan kurang tertariknya menjadi karyawan di Gojek karena tidak ada kejelasan jenjang karir bagi karyawan. Gojek tidak bisa menjelaskan secara rinci imbalan yang akan diberikan jika karyawan memenuhi target yang ditentukan perusahaan. Terlebih skema bonus poin Gojek yang dirasa memberatkan bagi para karyawan untuk meningkatkan penghasilan gaji mereka (Wawancara dengan Calon Karyawan Gojek, 2021).

Pada tahun 2020, berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional 2020 (oleh Badan Pusat Statistik), jumlah Driver Gojek di Indonesia mencapai 4.572.202. Dilihat dari karakteristiknya, sangat beragam, baik dari komposisi jenis kelamin pengemudi, jumlah pengemudi di provinsi-provinsi di Indonesia, daerah tempat tinggal dan jumlah jam kerja dalam 1 minggu. Pencapaian driver Gojek tersebut

tidak diimbangi kebutuhan driver, seperti tidak ada tunjangan kesehatan, tunjangan kinerja, serta keterbukaan peluang dalam pengembangan karir.

Berikut ini merupakan hasil pra survey yang dilakukan kepada 30 kandidat driver Gojek mengenai *employer attractiveness*.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey 30 Responden tentang Proposisi Nilai Karyawan

No	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Penawaran insentif yang tinggi	5	6	9	6	4	30
2	Budaya kerja menyenangkan	6	5	14	5	0	30
3	Kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas	11	2	14	3	0	30

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Survey, 2021

Hasil pra survey penelitian di atas menunjukkan, pada pernyataan pertama 19 responden menyatakan bahwa insentif yang ditawarkan Gojek memang tinggi. Target mendapatkan insentif tersebut sangat berat untuk tercapai, ketentuan insentif tersebut memberatkan bagi driver karena target terlalu tinggi untuk mendapatkan insentif. Pada pernyataan kedua, 19 responden menyatakan budaya kerja tidak menyenangkan. Hal ini dilihat pada saat terdapat complain konsumen yang belum jelas duduk perkaranya, pihak Gojek langsung memberi rating yang jelek kepada driver sehingga susah mendapat konsumen selanjutnya. Pernyataan ketiga, 17 responden menyatakan bahwa tidak adanya promosi dan jenjang karir yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat masalah terhadap *employer attractiveness* driver Gojek.

Hasil riset Randstad berjudul *Employer Brand Research* pada tahun 2019 yang dilakukan secara global dengan sebanyak 200.000 responden di 32 negara, menyatakan bahwa faktor-faktor yang paling dianggap menarik oleh calon karyawan dalam memilih suatu perusahaan sebagai tempatnya bekerja yaitu gaji dan tunjangan yang menarik, *work-life balance*, dan keamanan kerja. Maka dari itu, penelitian Wilden et al. (2015) menunjukkan bahwa perusahaan yang berinvestasi dalam kegiatan *employer attractiveness* untuk membangun *employer brand* merupakan salah satu alasan utama untuk menarik calon karyawan yang lebih besar dan lebih baik.

Survey dari LinkedIn (2020) menyatakan bahwa 75% dari responden akan mengamati terlebih dahulu tentang informasi, reputasi serta employer brand dari suatu perusahaan sebelum memasukkan lamaran kerja. Disamping itu, 83% dari responden menyatakan bahwa *employer attractiveness* memiliki peranan yang sangat penting untuk merekrut *talent*. Sementara sebanyak 69% dari responden tidak akan menerima pekerjaan di perusahaan yang memiliki reputasi kurang baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa *employer attractiveness* memiliki peranan yang signifikan dalam hal menarik kandidat untuk masuk bekerja dalam suatu perusahaan.

Perusahaan harus menyiapkan strategi dengan baik untuk menarik calon karyawan (Yunardy, 2018). Sebuah perusahaan harus mampu menciptakan *branding* pemberi kerja yang baik sebagai kunci untuk membuat masyarakat tertarik untuk bergabung di perusahaannya. Untuk menyadarkan masyarakat akan perusahaan, perusahaan harus memiliki nilai bagus yang akan ditawarkan kepada calon potensial. Nilai itu sendiri dinamakan *Employee Value Proposition* (EVP). Kerangka proposisi nilai atau penawaran pekerjaan harus direncanakan sesuai dengan preferensi nilai agar dapat menarik dan mempertahankan talent yang telah bergabung saat ini dan yang potensial (Sengupta, Bamel, & Singh, 2015). Proposisi Nilai Karyawan bertindak sebagai kunci jika perusahaan ingin menyiapkan strategi *Employer Attractiveness*.

Berdasarkan pernyataan di atas, penelitian ini akan memfokuskan pada *Employer Value Proposition* yang ditawarkan oleh GO-JEK kepada para kandidat dengan menunjukkan citra perusahaannya yang baik sehingga para pelamar dapat tertarik untuk bergabung dengan GO-JEK.

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

Berikut ini adalah paparan mengenai perumusan masalah serta identifikasi penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dengan uraian masalah yang telah dipaparkan, peneliti menyimpulkan beberapa identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Terjadi penurunan kehadiran kandidat driver Gojek setiap bulan;
2. Tidak adanya peluang dalam pengembangan karir;
3. Skema bonus poin Gojek yang dirasa memberatkan bagi para driver Gojek.

1.2.2 Perumusan Masalah

Peneliti mengemukakan perumusan masalah yang akan dianalisis melalui penelitian ini, yaitu:

1. Apakah nilai minat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia?
2. Apakah nilai sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia?
3. Apakah nilai ekonomi berpengaruh signifikan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia?
4. Apakah nilai pengembangan berpengaruh signifikan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia?
5. Apakah nilai aplikasi berpengaruh signifikan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia?

6. Apakah nilai minat, nilai sosial, nilai ekonomi, nilai pengembangan dan nilai aplikasi memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Dalam topik penelitian yang terdiri dari variable *preposisi nilai karyawan* dan variabel atraktivitas karyawan adalah untuk menganalisis keterkaitan/hubungan di antara variabel-variabel tersebut, menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, berikut adalah tujuan yang ingin diperoleh peneliti dari penelitian ini. Ada:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai minat terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai sosial terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai ekonomi terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *development value* terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh nilai aplikasi terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh yang simultan dari *preposisi nilai karyawan* terhadap atraktivitas karyawan di GO-JEK Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Untuk Pencari Kerja

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi para pencari kerja untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang proposisi nilai pemberi kerja yang dimiliki GO-JEK guna mempertimbangkan keputusan mereka untuk bergabung dengan GO-JEK sebagai tempat untuk mengembangkan karirnya.

2. Bagi Perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaannya. Juga untuk menarik lebih banyak karyawan di masa depan.

Peneliti juga berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat membantu GO-JEK dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan kontribusi terhadap laju pertumbuhan perusahaan secara tidak langsung. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi GO-JEK tentang nilai-nilai yang harus mereka tingkatkan agar dapat menjangkau lebih banyak calon potensial.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Penelitian ini cukup banyak membahas tentang *employer branding* serta faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik serupa, khususnya untuk Universitas Pakuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Dessler (2015), manajemen sumber daya manusia adalah proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan mengompensasi karyawan dan untuk mengurus relasi tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan, serta hal-hal yang berhubungan dengan keadilan. Menurut Simamora dalam Sutrisno (2015), manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja. Menurut Hasibuan (2016) manajemen sumber daya manusia adalah “ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat”.

Selanjutnya Siagian (2018), Manajemen sumber daya manusia yaitu suatu prosedur berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi atau perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya.

Handoko (2018) menjelaskan manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi.

Menurut Mangkunegara (2017) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengkoordinasian, pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah suatu kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan serta penggunaan Sumber Daya Manusia untuk mencapai suatu tujuan dari organisasi individu, dan tercapainya kepuasan individu.

Salah satu alasan utama berdirinya organisasi adalah untuk mencapai tujuan. Usaha untuk mencapai tujuan tersebut dilaksanakan melalui pelaksanaan berbagai macam tugas. Berbagai macam tugas itu tentu saja berbeda-beda, dan tugas-tugas itu harus dilakukan secara efektif dan efisien untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Supaya bisa efektif dan efisien, tugas-tugas itu harus dilakukan oleh orang atau pelaksana yang tepat, yang memiliki kemampuan sesuai dengan beban tugas yang harus dilaksanakan, sehingga para pelaksana memiliki dorongan atau motivasi yang tinggi untuk menjalankannya. Selain dipengaruhi oleh adanya kesesuaian dengan kemampuan, juga harus sesuai dengan ganjaran yang diterima, dan tidak ada hambatan-hambatan yang serius dalam pelaksanaan pekerjaan dan lain-lain (Jahari dan Sutikno, 2015).

Tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi pegawai terhadap organisasi dalam rangka meningkatkan produktivitas organisasi. Meningkatkan kontribusi pegawai bagi organisasi sangat penting karena semua kegiatan organisasi dalam mencapai tujuannya, tergantung kepada manusia yang mengelola organisasinya. Sumber daya manusia tersebut harus dikelola agar dapat berdaya guna dan berhasil guna dalam mencapai tujuan organisasi. Tujuan tersebut dapat dijabarkan ke dalam empat tujuan yang lebih operasional, yaitu :

1. Tujuan Masyarakat (*Societal Objective*)
 Tujuan masyarakat adalah untuk bertanggung jawab secara sosial, dalam hal kebutuhan dan tantangan yang timbul dari masyarakat. Maksudnya suatu organisasi yang berada pada lingkungan masyarakat diharapkan membawa manfaat dan keuntungan bagi masyarakat, oleh sebab itu suatu organisasi yang berada ditengah-tengah masyarakat diharapkan mempunyai tanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusianya agar tidak mempunyai dampak negatif terhadap masyarakat.
2. Tujuan Organisasi (*Organization Objective*)
 Tujuan organisasi adalah untuk melihat bahwa manajemen sumber daya manusia itu ada (*exist*), maka perlu adanya kontribusi terhadap pendayagunaan organisasi secara keseluruhan. Manajemen sumber daya manusia bukan suatu tujuan akhir dari suatu organisasi, yaitu sebagai suatu alat yang membantu tercapainya tujuan dari organisasi secara keseluruhan. Suatu unit dari manajemen sumber daya manusia merupakan suatu organisasi yang diwujudkan untuk melayani bagian lain dalam organisasi.
3. Tujuan Fungsi (*Functional Objective*).
 Tujuan fungsi adalah untuk memelihara kontribusi bagian lain agar mereka (sumber daya manusia dalam tiap organisasi) melaksanakan tugasnya secara optimal (Sedarmayanti, 2015). Tujuan fungsi dari manajemen sumber daya tersebut menyatakan bahwa setiap unit dapat menjaga peranannya yaitu sumber daya manusia dalam suatu organisasi diharapkan dapat menjalankan fungsinya dengan baik
4. Tujuan Personal (*Personal Objective*)
 Tujuan personal adalah untuk membantu pegawai dalam mencapai tujuan pribadinya, guna mencapai tujuan organisasi (Sedarmayanti, 2015). Bekerja dalam suatu organisasi dengan memperoleh imbalan dalam bidang materiil seperti sandang, papan, pangan dan kebutuhan kebendaan lainnya, akan tetapi juga berbagai kebutuhan lainnya yang bersifat sosial, prestise, kebutuhan psikologis dan intelektual. Tujuan pribadi pegawai tersebut diharapkan dapat terpenuhi dan itu merupakan suatu motivasi dan pemeliharaan terhadap aparatur (Sedarmayanti, 2016).

Guna mencapai tujuan manajemen sumber daya manusia di atas, maka sumber daya manusia harus dikembangkan dan dipelihara agar semua fungsi organisasi dapat berjalan seimbang. Kegiatan sumber daya manusia merupakan bagian proses manajemen sumber daya manusia yang paling sentral, dan merupakan suatu rangkaian dalam mencapai tujuan organisasi.

2.2 Employee Value Proposition

Goswami (2015), mendefinisikan *employee value proposition* mengacu pada cara untuk menciptakan keseimbangan antara kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan pada budaya kerja perusahaan, *employee value proposition* dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk kerja *branding* karena menguraikan kebutuhan yang diinginkan oleh karyawan terkait dengan pekerjaan. Menurut Hiil dan Tande (2016) dalam Aloo dan Moronge (2016), *employee value proposition* adalah keseimbangan antara *reward*, manfaat dan kebijakan kerja untuk pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan sebagai imbalan atas kinerja mereka. Agar dapat menerapkan *employee value proposition* yang baik maka perusahaan harus mampu mengkomunikasikan kepada para karyawan maupun pasar tenaga kerja bahwa merekalah perusahaan yang diidamkan oleh masyarakat dengan kondisi lingkungan yang positif, kepedulian yang besar terhadap karir dan kesempatan yang lebar untuk berkembang.

Employee Value Proposition adalah sebuah realitas yang hidup dari suatu merek perusahaan. *Employee Value Proposition* merupakan suatu bentuk janji yang diberikan kepada para karyawannya, maupun pihak-pihak stakeholder mengenai suatu yang akan diberikan dari merek tersebut. *Employee Value Proposition* juga dapat diartikan sebagai perspektif karyawan di dalam suatu perusahaan yaitu ada suatu manfaat pada diri karyawan jika bekerja di perusahaan, serta janji seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

Saat ini dengan kondisi bisnis yang tidak terbatas, didorong oleh teknologi, dan cepat berubah, salah satu kesulitan utama perusahaan adalah untuk memenuhi permintaan yang meningkat akan tenaga kerja yang berbakat dan terampil. Sama pentingnya bagi asosiasi untuk mencari pesaing yang tepat, hal yang sama pentingnya bagi kandidat untuk ditarik ke asosiasi tersebut. Saat ini manajer menggunakan teknik *branding* perusahaan untuk menarik dan mempertahankan masing-masing karyawan dan calon karyawan (Chhabra dan Sharma, 2016).

Setiap perusahaan yang beroperasi di pasar kompetitif yang disurvei di berbagai zona. Citranya sebagai pemberi kerja dievaluasi, serta produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan (Figurska & Matuska, 2016). Organisasi perlu meningkatkan citra perusahaan untuk mendapatkan bakat terbaik guna mendukung kebutuhan perusahaan.

Menurut Berthon et al. (2005) dalam Kusuma (2017), terdapat 25 item yang terbagi dalam 5 dimensi yaitu manfaat psikologis, fungsional dan ekonomi. Dimensi ini dapat didefinisikan sebagai *Employee Value Proposition* (EVP). Dimana terdiri dari :

1. Nilai minat: Untuk mengukur ketertarikan seseorang pada pemberi kerja berdasarkan faktor kualitas produk, inovasi produk dan layanan, serta lingkungan kerja yang menarik, dan praktik kerja.

2. Nilai sosial: Untuk mengukur ketertarikan seseorang pada pemberi kerja berdasarkan lingkungan kerja yang menyenangkan dan bahagia, suasana tim dan hubungan antara setiap karyawan.
3. Nilai ekonomi: Untuk mengukur seseorang tertarik pada majikan berdasarkan keamanan kerja, gaji, kompensasi dan paket tunjangan, peluang promosi.
4. Nilai pengembangan: Untuk mengukur seseorang yang tertarik pada pemberi kerja berdasarkan penghargaan, kepercayaan diri, ditambah dengan pengalaman yang meningkatkan karier dan papan loncatan menuju pekerjaan di masa depan.
5. Nilai aplikasi: Untuk mengukur ketertarikan seseorang pada pemberi kerja berdasarkan peluang bagi karyawan untuk menerapkan apa yang telah mereka pelajari dan untuk berbagi pengetahuan satu sama lain, dalam lingkungan yang berorientasi pada pelanggan dan kemanusiaan.

Employee Value Proposition mengarah kepada serangkaian program yang dilakukan organisasi atau ditawarkan organisasi dalam mempekerjakan karyawan. Terdapat lima atribut saat menciptakan EVP:

1. *Leadership*: prospek dan keuntungan personal yang didapat dari hubungan kerja dengan pimpinan (*current and prospective employees gain personal benefits from the relation to their leader*).
2. *Rewards*: prospek dan keuntungan yang didapat dari kepuasan kerja serta kompensasi yang diberikan (*current and prospective employees gain personal benefits of higher satisfaction and more enjoyment from work when the company provides both superior tangible and intangible rewards*).
3. *Performance Evaluation*: prospek dan keuntungan yang didapat dari penilaian kinerja yang adil, (*current and prospective employees gain personal benefits from fair performance evaluation, company do base on their performance both individual or team*).
4. *Company*: prospek dan keuntungan yang didapat dari reputasi perusahaan (*current and prospective employees gain personal benefits from how far others outside company know of and admire of the company and its reputation. Also how far the reputation, culture, climate and environment of the firm matches with employees personal*).
5. *Job*: prospek dan keuntungan yang didapatkan dari pekerjaan yang menarik, adanya desain kerja, rotasi dan kesempatan untuk pengembangan (*current and prospective employees gain personal benefits of higher satisfaction and more enjoyment from work when the company provides interesting jobs with desirable levels of discretion, job design, job rotation, and actual growth opportunities and development*) (Putri, 2017).

2.3 Atraktivitas Karyawan

Atraktivitas karyawan didefinisikan sebagai manfaat yang dibayangkan yang dilihat oleh calon karyawan saat bekerja untuk organisasi tertentu. (Sokro, 2015). Menurut (Buren, 2016) Atraktivitas karyawan merupakan sebuah persepsi karyawan

mengenai sebuah organisasi dengan membayangkan bagaimana apabila karyawan tersebut bekerja disana. Hal tersebut meliputi apa saja yang mereka percayai dan pikirkan dalam pengambilan keputusan untuk bekerja di perusahaan tersebut atau tidak.

Atraktivitas karyawan ini dapat mengefektifitas dari niatan calon karyawan untuk melamar pekerjaan. Maka dari itu, *employer branding* yang efektif dapat dicapai apabila perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang berkontribusi terhadap atraktivitas karyawan. Menggunakan komponen atraktivitas karyawan, perusahaan dapat mengembangkan *brand* sebagai pemberi kerja menjadi lebih menarik sehingga membuat calon karyawan untuk melamar dan bergabung sebagai bagian dari perusahaan. Hal tersebut didukung oleh Sharma dan Prasad (2018) yang menyatakan bahwa atraktivitas karyawan menjadi faktor umum dibawah *employer brand* dan *intent to join*, dengan demikian telah bertindak sebagai alasan kuat hubungan antara keduanya. Singkatnya, semakin menarik suatu perusahaan yang dipertimbangkan oleh calon karyawan maka semakin kuat *employer brand equity* perusahaan (Backhaus & Tikoo, 2016; Berthon et al., 2015). Jiang dan Iles (2016) mendefinisikan atraktivitas karyawan yaitu kekuatan yang dapat menarik perhatian calon karyawan untuk fokus pada *employer branding* dan dapat mendorong karyawan yang memang sudah bekerja untuk tetap loyal.

Dalam atraktivitas karyawan terdapat 5 dimensi yang dapat digunakan sebagai pengukuran tingkat atraktivitas karyawan sebuah organisasi. Dalam buku *Organizational Behaviour* (2015), Value diartikan sebagai keyakinan bahwa mode perilaku atau keadaan akhir tertentu secara pribadi atau sosial lebih disukai daripada mode perilaku yang berlawanan atau keadaan akhir sesuatu (Robbins and Judge, 2015). Berikut 5 uraian singkat mengenai 5 dimensi atraktivitas karyawan:

1. *Interest Value*

Interest Value menilai sejauh mana seorang individu tertarik kepada pemberi kerja yang menyediakan lingkungan kerja yang menyenangkan, praktik kerja baru serta yang menggunakan kreativitas karyawannya untuk menghasilkan inovasi produk dan jasa yang berkualitas tinggi (Berthon et al., 2015)

2. *Social Value*

Social Value menilai sejauh mana seorang individu tertarik kepada pemberi kerja yang menyediakan lingkungan kerja yang menyenangkan yang memungkinkan karyawannya untuk memiliki hubungan yang baik antar koleganya dan merasakan suasana tim yang baik (Berthon et al., 2015).

3. *Economic Value*

Economic Value menilai sejauh mana seorang individu tertarik kepada pemberi kerja yang menawarkan gaji diatas rata-rata, paket promosi, keamanan kerja dan kesempatan promosi (Berthon et al., 2015)

4. *Development Value*

Development Value menilai sejauh mana seorang individu tertarik kepada pemberi kerja yang memberikan pengakuan yang mampu meningkatkan harga diri dan keyakinan pada setiap karyawannya serta pengalaman karir yang

mampu menjadi batu loncatan karyawan dalam bekerja di masa depan (Berthon et al., 2015).

5. *Application Value*

Application Value menilai sejauh mana seorang individu tertarik kepada pemberi kerja yang memberikan kesempatan bagi karyawan untuk menerapkan apa yang telah dipelajari dan untuk mengajari orang lain dalam lingkungan yang berorientasi pada pelanggan ataupun kemanusiaan (Berthon et al., 2015)

Untuk melihat sebuah ketertarikan pada suatu perusahaan terdapat 6 indikator dari *Employer Attractiveness* yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih sebuah perusahaan menurut (Alifahmi, 2018) yaitu :

1. *Emotional Appeal* Mempengaruhi calon pegawai melalui perasaan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan.
2. *Product and Services* Mempengaruhi calon pegawai melalui produk dan servis yang dimiliki oleh perusahaan.
3. *Vision and Leadership* Mempengaruhi calon pegawai melalui anggapan bahwa perusahaan memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas dan mampu memanfaatkan peluang yang ada dipasar.
4. *Workplace Environment* Mempengaruhi calon pegawai melalui anggapan bahwa perusahaan memiliki sistem pengelolaan yang baik, layak untuk dijadikan tempat bekerja, dan juga memiliki para karyawan yang kompeten.
5. *Social and Enviromental Responsibillity* Mempengaruhi calon pegawai melalui anggapan bahwa perusahaan memiliki tujuan yang baik dalam menyelesaikan sebuah permasalahan sosial, memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar, dan perusahaan mampu menjaga etika dan juga memperlakukan karyawan dengan baik.
6. *Financial Performance* Mempengaruhi calon pegawai melalui anggapan bahwa perusahaan memiliki catatan keuntungan finansial pada masa lalu (*track record* yang baik), memiliki resiko investasi yang rendah, mampu melebihi kinerja dari kompetitor dan juga memiliki prospek pertumbuhan yang baik dimasa depan.

2.4 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1 Penelitian Sebelumnya

Berikut ini adalah penelitian penelitian dengan topik serupa yang telah dilakukan sebelumnya dari banyak penulis dan peneliti :

Tabel 2.1.
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel	Perbedaan dan Persamaan	Hasil Penelitian
1	Anton Schlechter (2016) <i>Understanding talent attraction : the influence of financial rewards elements on perceived job attractiveness : original research</i>	X : <i>Economic Value</i> Y : <i>Job attractiveness.</i>	<p>Persamaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persamaan variable economic value. - Persamaan metode regresi linear berganda - Persamaan teknik pengumpulan data <p>Perbedaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi dan objek penelitian - Ruang lingkup variable yang lebih sempit 	Peserta menganggap tingkat remunerasi yang tinggi, penyertaan tunjangan dan gaji variabel menjadi faktor daya tarik kerja yang signifikan. Remunerasi ternyata memiliki pengaruh utama terbesar pada daya tarik kerja disbanding kedua factor lainnya.
2	Nicola Claire Thompson (2018) <i>Attractiveness of non-financial rewards for prospective knowledge workers: An experimental investigation</i>	X : Keseimbangan kehidupan kerja, pembelajaran, dan kemajuan karir Y : Atraktivitas karyawan	<p>Persamaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persamaan <i>variable non-economic value.</i> - Persamaan metode regresi linear berganda - Persamaan teknik pengumpulan data 	Elemen penghargaan non-finansial (keseimbangan kehidupan kerja, pembelajaran, dan kemajuan karir) ditemukan memiliki efek utama yang signifikan secara statistik pada daya tarik yang dirasakan karyawan dari tawaran pekerjaan. Gender

			Perbedaan : - Lokasi dan objek penelitian - Ruang lingkup variable yang lebih sempit	selanjutnya ditemukan juga memiliki pengaruh utama yang signifikan, yang menunjukkan bahwa adanya penghargaan non-finansial lebih menarik dalam penawaran pekerjaan untuk wanita daripada pria.
3	Tamoniene (2015). <i>Employer branding: current and future employees' perceptions of employer's attractiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Interest Value • Social Value • Economic Value • Development Value • Application Value 	Persamaan : - Persamaan metode regresi linear berganda - Persamaan teknik pengumpulan data Perbedaan : - Lokasi dan objek penelitian	Hasil survei menunjukkan hubungan positif di antara kelima nilai tersebut
4	Neerja Kashive (2017) <i>Building Employee Brand Equity to influence Organization Attractiveness and Firm Performance</i>	X : <i>Internal Branding (IB), Brand Commitment (BC) dan Brand Support Behavior (BSB)</i> Y : Daya tarik organisasi.	Persamaan : - Persamaan metode regresi linear berganda - Persamaan teknik pengumpulan data Perbedaan : - Lokasi dan objek penelitian - Terdapat perbedaan indicator dalam variabel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Internal Branding (IB), Brand Commitment (BC) dan Brand Support Behavior (BSB)</i> berdampak pada daya tarik organisasi.
5	Matthias Sohn (2017) <i>The influence of corporate</i>	X : CSR Y : Daya tarik perusahaan	Persamaan : - Persamaan metode regresi linear berganda	CSR memiliki pengaruh secara signifikan dalam tingginya daya tarik

<i>social performance on employer attractiveness in the transport and logistics industry: Insights from German junior talent</i>	- Persamaan teknik pengumpulan data - Persamaan variable social value	perusahaan.
	Perbedaan : - Lokasi dan objek penelitian - Variabel yang lebih sempit	

2.4.2 Kerangka Pemikiran

Moronge (2014), preposisi nilai karyawan adalah keseimbangan antara *reward*, manfaat dan kebijakan kerja untuk pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan sebagai imbalan atas kinerja karyawan. Agar dapat menerapkan *employee value proposition* yang baik maka perusahaan harus mampu mengkomunikasikan kepada para karyawan maupun pasar tenaga kerja bahwa merekalah perusahaan yang diidamkan oleh masyarakat dengan kondisi lingkungan yang positif, kepedulian yang besar terhadap karir dan kesempatan yang lebar untuk berkembang.

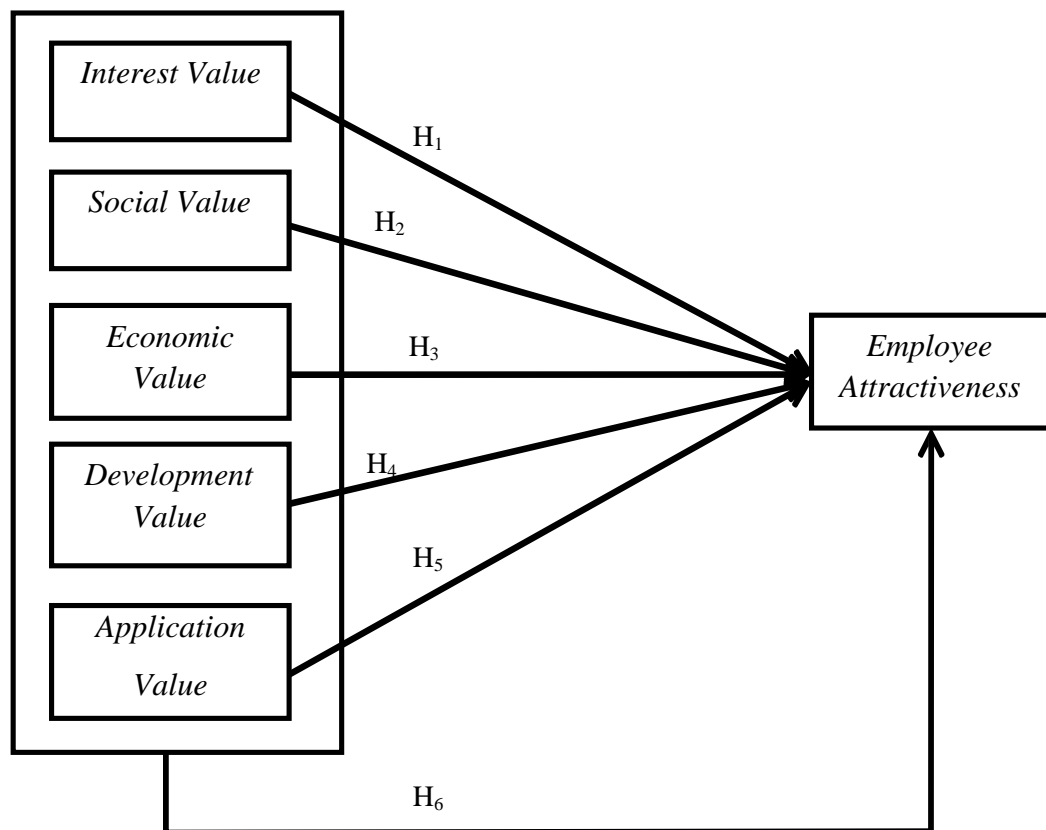
Preposisi nilai karyawan sudah menjadi keharusan karena organisasi yang ada sekarang ini harus melakukan identifikasi kebutuhan karyawan saat ini dan juga di masa mendatang serta membangun image sebagai organisasi pilihan untuk bekerja. Agar dapat menerapkan preposisi nilai karyawan yang baik maka perusahaan harus mampu mengkomunikasikan kepada para karyawan maupun pasar tenaga kerja bahwa merekalah perusahaan yang diidamkan oleh masyarakat dengan kondisi lingkungan yang positif, kepedulian yang besar terhadap karir dan kesempatan yang lebar untuk berkembang.

Agar dapat menerapkan preposisi nilai karyawan yang baik maka perusahaan harus mampu mengkomunikasikan kepada para karyawan maupun pasar tenaga kerja bahwa merekalah perusahaan yang diidamkan oleh masyarakat dengan kondisi lingkungan yang positif, kepedulian yang besar terhadap karir dan kesempatan yang lebar untuk berkembang (Kusuma, 2017). Preposisi nilai karyawan agar karyawan memiliki daya tarik terhadap untuk melamar di perusahaan .

Atraktivitas karyawan adalah keuntungan yang didambakan oleh karyawan ketika dirinya bekerja disuatu organisasi (Berthon et.all, 2015). Atraktivitas karyawan terdiri dari dimensi nilai minat, nilai sosial, nilai ekonomis, nilai pengembangan dan nilai aplikasi (Berthon et.all, 2015). Nilai minat meliputi inovasi dan minat dalam produk dan layanan. Nilai sosial merujuk pada kondisi lingkungan

kerja dan hubungan dengan karyawan yang lain. Nilai ekonomis berkaitan dengan keuntungan secara ekonomi. Nilai pengembangan adalah kemungkinan untuk kesempatan kerja dimasa mendatang. Nilai aplikasi meliputi kemungkinan penggunaan sesuatu yang telah dipelajari dan indikasi pada seberapa jauh organisasi berorientasi pada konsumen (Tikson, 2018).

Perusahaan dapat menentukan langkah- langkah selanjutnya agar perusahaan terlihat menarik. Berkaitan dengan usaha perusahaan untuk mendapatkan karyawan terbaik dan memenangkan *war for talent*, bahwa informasi mengenai atraktivitas karyawan dapat digunakan saat proses rekrutmen. Perusahaan mengkomunikasikan pada para kandidat bahwa perusahaannya memberikan tawaran- tawaran yang dapat menarik kandidat untuk dapat bekerja di perusahaan tersebut



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu suatu kesimpulan sementara, tetapi kesimpulan itu belum final, masih harus dibuktikan kebenarannya atau hipotesis adalah suatu jawaban sementara atau dugaan sementara dimana ada kemungkinannya benar dan juga kemungkinannya salah (Arikunto, 2016). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H₁: Nilai minat berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor
2. H₂: Nilai sosial berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor.
3. H₃: Nilai ekonomi berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor.
4. H₄: Nilai pengembangan berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor.
5. H₅: Nilai aplikasi berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor.
6. H₆: Nilai minat, nilai sosial, nilai ekonomi, nilai pengembangan dan nilai aplikasi berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016), Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini ingin melihat pengaruh EVP terhadap atraktivitas karyawan.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini merupakan PT Gojek Indonesia. Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Saat ini, Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa *individual*, yaitu sumber data yang unit analisisnya berasal dari respon individu/orang dalam suatu kelompok/organisasi. Lokasi penelitian adalah secara general di Indonesia.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kuantitatif sebagai strategi pengumpulan data. Berarti ada beberapa cara untuk mendapatkan datanya. Masih ada data primer dan data sekunder untuk mendukung penelitian ini. Peneliti akan menggunakan data statistik untuk menyimpulkan temuan.

1. Sumber Data Primer

Menurut Sekaran & Bougie (2016), data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung. Data dikumpulkan langsung dari sasaran penelitian itu sendiri. Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuisioner dengan menggunakan google form yang akan disebarakan kepada sampel, yaitu seluruh pencari kerja yang berminat untuk mendaftarkan diri ke PT Gojek Indonesia. Dan data yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan SPSS 25 sebagai alat analisis serta *Microsoft Excel*. Alat SPSS akan digunakan untuk menganalisis data, diawali dengan uji validitas dan reliabilitas angket, serta analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji hipotesis (uji f, uji t, uji koefisien determinasi ganda). Serta uji korelasi.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016), data sekunder merupakan data yang awalnya dikumpulkan untuk tujuan yang berbeda dan digunakan kembali untuk pertanyaan penelitian lain. Pengumpulan data dapat dilakukan dari

sumber lain seperti jurnal, media, penelitian lain dll. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder untuk mengumpulkan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu, peneliti menggunakan situs GO-JEK sebagai bagian dari penelitian ini.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Berikut ini merupakan table operasional variable yang digunakan dalam penelitian

Tabel 3.1

Operasional Variabel Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Proposisi Nilai Karyawan (X)	<i>Interest Value</i> (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk yang baik. - Inovasi produk - Meningkatkan rasa kreativitas. - Lingkungan kerja Menyenangkan. 	Skala Ordinal
	<i>Social Value</i> (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> - Budaya kerja menyenangkan - Fleksibel waktu kerja. - Suasana kerja yang nyaman. - Kepuasan Lingkungan kerja. 	Skala Ordinal
	<i>Economic Value</i> (X ₃)	<ul style="list-style-type: none"> - Penawaran benefit yang tinggi. - Penawaran gaji pokok. - Keamanan Karir - Kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas. 	Skala Ordinal
	<i>Development Value</i> (X ₄)	<ul style="list-style-type: none"> - Kebanggaan. - Perasaan dihargai. - Pengalaman peningkatan karir. - Loncatan karir di masa depan. 	Skala Ordinal
	<i>Application Value</i> (X ₅)	<ul style="list-style-type: none"> - Kesempatan untuk berbagi pengetahuan dengan rekan-rekan kerja. - Kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya. - Perusahaan <i>Consumer-oriented</i>. - Berkontribusi baik kepada masyarakat. 	Skala Ordinal
<i>Employee Attractiveness</i> (Y)	<i>Emotional Appeal</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mempengaruhi calon pegawai melalui perasaan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan 	Skala Ordinal
	<i>Product and Services</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mempengaruhi calon pegawai melalui produk dan servis yang dimiliki oleh perusahaan 	Skala Ordinal
	<i>Vision and Leadership</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mempengaruhi calon pegawai melalui kepemimpinan yang baik, 	Skala Ordinal

	<i>Workplace Environment</i>	visi dan misi yang jelas - Mempengaruhi calon pegawai melalui sistem pengelolaan yang baik	Skala Ordinal
		- Perusahaan layak untuk dijadikan tempat bekerja	Skala Ordinal
	<i>Social and Enviromental Responsibility</i>	- Mempengaruhi calon pegawai dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik	Skala Ordinal
		- Memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar	Skala Ordinal
		- Perusahaan mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik.	Skala Ordinal

3.5 Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuisioner dengan menggunakan google form yang akan disebarakan kepada sampel. Dan data yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan SPSS 25 sebagai alat analisis serta *Microsoft Excel*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Gojek di Kota Bogor merujuk pada dokumentasi data karyawan Gojek di Jl. KH Sholeh Iskandar No.88A RT.04/RW.09 Kedungbadak, RT.04/RW.09, Cibadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16164 berjumlah 560. Sebagai representasi dari populasi, dalam penelitian ini data yang diambil adalah data sample. Sampel menurut Sugiyono (2016) adalah sebagian dari keseluruhan objek yang menjadi perwakilan. Namun diperlukan batasan minimal berapakah sample yang menggambarkan keseluruhan populasi. Hal ini bisa diketahui melalui rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Dalam rumusan ini, n (dengan capital kecil) menjadi simbol yang mewakili jumlah sampel yang ingin diketahui. Sedangkan N (dengan capital besar) merepresentasikan jumlah populasi yang diketahui dari studi. Lalu simbol e yang merepresentasikan standart error atau batas kesalahan yang dapat diterima.

Dengan pendekatan yang dipakai yaitu tingkat kepercayaan sebesar 95% atau kata lain standart erorr sebesar 5% maka jika dimasukkan ke dalam rumus adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{560}{1 + (560 \cdot 0,05^2)}$$

$$n = \frac{560}{1 + (560 \cdot 0,0025)}$$

$$n = \frac{560}{1 + 1,40}$$

$$n = \frac{560}{2,40}$$

$$n = 233,33$$

Sampel penelitian ini berjumlah 233 responden.

3.7 Metode Pengolahan Analisis

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Drost (2016), Validitas berkaitan dengan kebermaknaan komponen penelitian. Ketika peneliti mengukur perilaku, perlu dipastikan apakah mereka mengukur apa yang memang ingin mereka ukur. Uji validitas merupakan tolak ukur untuk menganalisis pertanyaan layak atau tidak untuk digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Product Moment* dari Pearson untuk mengecek validitas tiap pertanyaan. Rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(N \sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(N \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah Sampel

$\sum x$ = Skor setiap item selama pre-test

$\sum y$ = Skor total dari semua variable

Jumlah r setiap soal akan dibandingkan dengan r_{tabel} . Menurut Sugiyono (2013), jumlah r_{tabel} dengan 30 sampel dan signifikansi 0,05 sama dengan 0,361. Artinya sebuah pertanyaan akan valid jika total r harus lebih dari 0,361.

Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Preposisi Nilai Karyawan (X)

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0,563	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0,633	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0,539	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0,279	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
5	Pernyataan 5	0,575	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

6	Pernyataan 6	0,597	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Pernyataan 7	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Pernyataan 8	0,335	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
9	Pernyataan 9	0,584	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Pernyataan 10	0,327	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
11	Pernyataan 11	0,617	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Pernyataan 12	0,691	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Pernyataan 13	0,560	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Pernyataan 14	0,603	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Pernyataan 15	0,645	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
16	Pernyataan 16	0,290	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
17	Pernyataan 17	0,204	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid
18	Pernyataan 18	0,566	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
19	Pernyataan 19	0,664	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
20	Pernyataan 20	0,657	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 20 pernyataan terdapat 5 pernyataan tidak valid karena nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ yaitu nomor 4,8,10,16,17.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Atraktivitas karyawan (Y)

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0,691	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0,660	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0,749	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0,645	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Pernyataan 5	0,657	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Pernyataan 6	0,680	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Pernyataan 7	0,633	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Pernyataan 8	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 8 pernyataan dapat dinyatakan semua butir pernyataan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Menurut Drost (2011), reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dapat diulang - ketika orang yang berbeda melakukan pengukuran, pada kesempatan yang berbeda, dalam kondisi berbeda, dengan instrumen alternatif yang seharusnya mengukur hal yang sama.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan rumus Cronbach-Alpha untuk mengukur reliabilitas masing-masing variabel. Menurut Garson (2012), alpha rate harus lebih dari 0,6. Rumus Cronbach-Alpha adalah:

$$\frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Dimana:

k = Jumlah total item tes

σ^2 = Jumlah Varians

σ^2 = Variansi Jumlah Skor

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preposisi Nilai Karyawan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	15

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2021

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,875, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,875 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atraktivitas karyawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	8

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2021

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,720, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,720 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

3.7.3 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Data yang diperoleh dari responden adalah data kualitatif, kemudian untuk keperluan analisis kuantitatif, maka ditentukan skor yang dimodifikasi menjadi tabel dibawah ini:

Tabel 3.6 Skala Likert

Pilihan	Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- a. Untuk jawaban (a) dengan kriteria sangat setuju diberi skor 5
- b. Untuk jawaban (b) dengan kriteria setuju diberi skor 4
- c. Untuk jawaban (c) dengan kriteria kurang setuju diberi skor 3
- d. Untuk jawaban (d) dengan kriteria tidak setuju diberi skor 2
- e. Untuk jawaban (e) dengan kriteria sangat tidak setuju diberi skor 1

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibuatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total responden dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Re sponden}}{\text{Skor Tertinggi Re sponden}} \times 100$$

Setelah diketahui tanggapan total responden, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata indeks variabel proposisi nilai karyawan dan variabel *employee attractiveness* untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik : Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) terhadap persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan uji grafik Histogram dan P-P plot untuk menguji residual model regresi. Tes normalitas dapat diklasifikasikan ke dalam tes berdasarkan chi-squared, momen, distribusi empiris, spasi, regresi dan korelasi dan tes khusus lainnya (Yap & Sim, 2011). Uji Normalitas

digunakan untuk menyimpulkan bahwa sebaran data 'normal' atau 'tidak normal' berdasarkan eksplorasi grafis dan uji normalitas formal (Yap & Sim, 2011). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji P-Plot dan histogram untuk menguji normalitas. Data akan normal jika hasil pengujian jika hasil P-Plot berada disekitar garis dan hasil histogram berupa diagram batang berbentuk lonceng. Jika data tidak berada di sekitar garis maka data akan dianggap tidak normal.

3.7.5 Regresi Linear Berganda

Model regresi berganda digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Supranto, 2016). Dalam penelitian ini akan digunakan regresi berganda karena terdapat lima variabel bebas dan satu variabel terikat. Oleh karena itu, rumus regresi berganda menyatakan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Dimana:

Y = Employee Attractiveness (EA)

α = Constanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Regression Coefficient

X_1 = *Interest Value* (IV)

X_2 = *Social Value* (SV)

X_3 = *Economic Value* (EV)

X_4 = *Development Value* (DV)

X_5 = *Application Value* (AV)

3.7.6 Uji t

Uji-t koefisien regresi parsial dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel independen (Nilai Minat, Nilai Sosial, Nilai Ekonomi, Nilai Pengembangan, dan Nilai Aplikasi) secara individual dalam menjelaskan variabel dependen (Atraktivitas karyawan). Hipotesis nol adalah koefisien variabel independen (kemiringan garis adalah 0). Jika taraf signifikansi untuk uji-t dibawah (taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), berarti menolak H_0 dan menyimpulkan bahwa hubungan linier tidak ada dan sebaliknya (Sekaran & Bougie, 2016).

3.7.7 Uji F

Sedangkan Uji-T untuk koefisien regresi parsial dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel secara independen terhadap variabel dependen, Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel

dependen secara simultan (Sekaran & Bougie, 2016). Tes ini akan menghasilkan dua kemungkinan hasil:

1. Sig. skor <0,05, Ho diterima, Ha ditolak. Berarti semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Sig. skor > 0,05, Ho ditolak, Ha diterima. Artinya semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.8 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independent dan variabel dependent. Seberapa besar kontribusi proposisi nilai karyawan dengan terhadap *employee attractiveness*. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut.

$$KD = rs^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

Jika Kd mendeteksi nol (0), maka hubungan variabel independent dengan variabel dependent lemah.

Jika Kd mendeteksi satu (1), maka hubungan variabel independent dengan variabel dependent kuat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Singkat Perusahaan

4.1.1. Gambaran Umum PT. Gojek Indonesia

PT. Gojek Indonesia merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Kala itu seorang pemuda kreatif Nadiem Makarim mempunyai pemikiran untuk membuat bisnis transportasi ojek yang dikarenakan ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim menemukan ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efektif dan efisien. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang.

Awal peluncurannya, Go-Jek hanya melayani lewat *call center* saja dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta saja. Tetapi pada tahun 2015 Go-Jek mulai berkembang dan membuat aplikasi Go-Jek dengan sistem yang tertata rapi. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan ojek secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan driver yang akan menjemput para pemesan.

Go-Jek bermitra dengan para tukang ojek menggunakan sistem bagi hasil dengan ketentuan 20/80, yang artinya 20% pendapatan yang diterima untuk perusahaan dan 80% untuk *driver* Go-Jek. Go-Jek juga melakukan pelatihan kepada mitra *driver* mereka untuk memberikan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan Go-Jek telah menuai prestasi sebagai Juara 1 dalam kompetisi bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali dalam perkembangannya yang pesat ini. Selain itu, Go-Jek telah memperoleh berbagai penghargaan dari komunitas bisnis maupun sosial Go-Jek dapat dipesan melalui Go-Jek App yang bisa diunduh melalui Play Store maupun App Store. Pada awal peluncuran aplikasi dalam waktu satu bulan aplikasi ini sudah berhasil mencapai 150.000 download, dengan rating 4,4 dari 5 bintang. Untuk pembayarannya pun memiliki dua cara yaitu secara *cash* atau menggunakan Go-Jek *Credit* atau Go-Pay. Go-Pay adalah metode pembayaran Go-Jek yang dibuat *cashless* dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.

Awal pendiriannya, Go-Jek melayani hanya 4 jenis layanan antara lain: layanan jasa kurir (90 minute delivery anywhere in the city), jasa transportasi (transparent pricing, free masker and shower cap), jasa delivery makanan (delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek) dan jasa belanja dengan nominal dibawah satu juta rupiah (shop for food, ticket, medicine, anything under Rp. 1.000.000, we'll pay for it first). Go-Jek terus berkembang dengan meluncurkan inovasi-inovasi baru dengan produk layanan jasa yang lain. Hingga saat ini sudah ada enam belas layanan jasa yang dapat dipesan melalui aplikasi Go-Jek, diantaranya : Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, Go-Glam, Go-Bills, Go-Pulsa, Go-Pay dan Go-Point.

Selain itu Aplikasi Go-Jek juga dilengkapi dengan fasilitas Go-Pay, Go-Bills, Go-Point, dan Go-Pulsa.

4.1.2. Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia

1. Visi PT. Gojek Indonesia

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia. Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia ke depannya.

2. Misi PT. Gojek Indonesia

PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan *startup* asli Indonesia dengan misi sosial. PT. Gojek Indonesia ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Untuk dapat mewujudkannya, PT. Gojek Indonesia memiliki misi:

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
3. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online

4.1.3. Logo PT. Gojek Indonesia

Logogram yang digunakan dalam identitas Go-Jek adalah seorang mengendarai sepeda motor dengan simbol beberapa garis melengkung di atas kepala berwarna hijau yang melambangkan transportasi ojek yang berbasis online dengan tulisan Go-Jek yang merupakan *branding* perusahaan dicetak secara tebal dengan huruf kapital yang mencolok tujuannya agar mampu dilihat dengan jelas dan mudah diingat masyarakat.

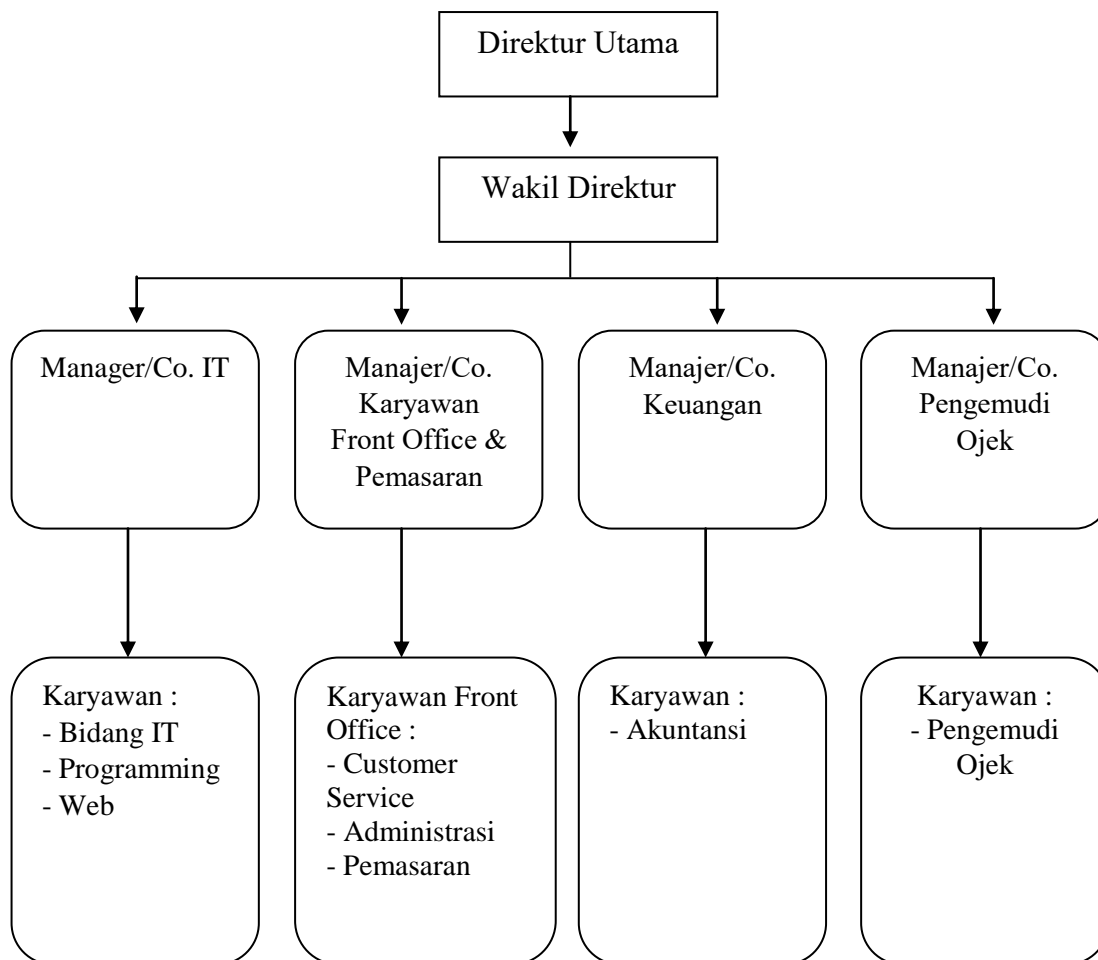


Gambar 4.1. Logo Gojek

Pemilihan warna pada logo Go-Jek adalah warna hijau. Warna hijau dipilih karena melambangkan pertumbuhan, kebangkitan, stabilitas dan ketahanan. Hijau juga dapat diartikan kemakmuran dan kombinasi warna yang positif seperti halnya gojek yang memiliki misi memakmurkan mitra pengojek mereka dan membawa pengaruh yang positif bagi lingkungan sekitarnya.

4.1.4. Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Gojek Indonesia adalah Struktur Organisasi Fungsional, yaitu pembagian tugas yang dibagi kedalam kelompok fungsional yang terpisah. Berikut ini akan digambarkan struktur organisasi PT. Gojek Indonesia



Gambar 4.2. Organisasi PT. Gojek Indonesia

4.1.5. Deskripsi Pekerjaan

A. Direktur Utama

1. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
2. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
3. Bertanggung jawab atas keuntungan dan juga kerugian yang dialami perusahaan.
4. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
5. Menentukan strategi untuk mencapai Visi-Misi perusahaan.
6. Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

B. Wakil Direktur

1. Membantu semua tugas direktur utama yang merupakan wakil di masing-masing area.

C. Manager IT

1. Mengembangkan dan menyusun strategi dan rencana IT Go-Jek dalam hal mempermudah pekerjaan dan dalam pelayanan kepada pelanggan.
2. Mengkoordinir dan mengelola pendayagunaan *software*, *hardware*, *braiware* dan jaringan di bidang TIK untuk mencapai kinerja optimum Go-Jek Indonesia.
3. Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.
4. Menyediakan data-data yang diperlukan oleh bagian lain yang menyangkut IT.

D. Manager Karyawan *Front Office* & Pemasaran

1. Melatih, menetapkan dan mengevaluasi karyawan front office.
2. Memastikan bahwasanya karyawan mengetahui sistem komputerisasi, etika menerima keluhan secara langsung atau via telepon dan standard operasional Go-Jek.
3. Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan bawahannya.
4. Membuat lapran daftar pelanggan.
5. Menjaga kedisiplinan petugas kantor dengan memberikan sanksi dan peringatan bagi yang melanggar.
6. Merencanakan dan menetapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran.

E. Manager Akuntansi

1. Mengkoordinasi perencanaan anggaran.
2. Mengembangkan format pengajuan dan pertanggung jawaban keuangan.
3. Mengkoordinasi pelaksanaan audit.
4. Melakukan sistem pencatatan keuangan.
5. Bertanggung jawab terhadap wakil direktur.
6. Merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan atas semua aktivitas akuntansi.
7. Menerima laporan arus kas keluar dan masuk ke perusahaan.

F. Manager Ojek

1. Membuat kelompok-kelompok tukang ojek.
2. Mengkoordinir semua karyawan tukang ojek.
3. Selalu melakukan pengontrolan di setiap lini pangkalan Go-Jek.
4. Bertanggung jawab kepada wakil direktur atas semua karyawan tukang ojek.

G. Karyawan

Bidang Programming :

1. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Programming.
2. Bertanggung jawab mengenai program kepada manajer IT.

Bidang Web :

1. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Web.
2. Bertanggung jawab mengenai program aplikasi maupun web go-jek.

Front office (CS. Administrasi & Pemasaran) :

1. Melaksanakan semua pekerjaan *front office* yang ditetapkan oleh Manajer Front Office dan Administrasi.
2. Bertanggung jawab kepada Manajer Front Office dan Administrasi.

Tukang Ojek :

1. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer bagian ojek.
2. Mengantarkan penumpang dan pesanan sesuai dengan waktu ditetapkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
3. Bertanggung jawab kepada atasannya

4.2. Analisis Deskriptif

4.2.1. Pendapat Responden Mengenai Proposisi Nilai Karyawan

Untuk pengukuran variabel proposisi nilai karyawan digunakan pendapat responden dengan menggunakan lima indikator, antara lain:

Interest Value

Gojek memudahkan driver dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang baik.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.1. Gojek memudahkan driver dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	60	26	180
Setuju	4	103	44	412
Sangat Setuju	5	70	30	350
Total		233	100	942

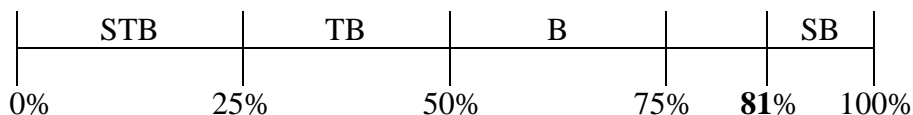
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{410}{5 \times 942} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memudahkan driver dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang baik menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya gojek mementingkan kualitas produk.

Gojek selalu melakukan inovasi produk.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.2. Gojek selalu melakukan inovasi produk

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	9	4	27
Setuju	4	132	57	528
Sangat Setuju	5	92	39	460
Total		233	100	1015

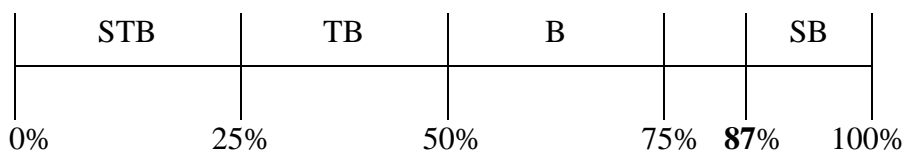
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{1015}{5 \times 233} \times 100\% = 87\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek selalu melakukan inovasi produk menunjukkan 87% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya Gojek dari tahun ke tahun selalu melakukan inovasi produk.

Gojek memberikan kesempatan meningkatkan kreativitas.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.3 Gojek memberikan kesempatan meningkatkan kreativitas

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	15	6	30
Kurang Setuju	3	55	24	165
Setuju	4	119	51	476
Sangat Setuju	5	44	19	220
Total		233	100	891

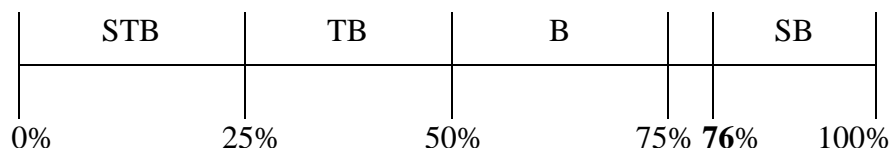
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{891}{5 \times 100} \times 100\% = 76\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memberikan kesempatan meningkatkan kreativitas menunjukkan 76% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya Gojek memberikan kebebasan kepada karyawan untuk melakukan kreativitas.

Social Value

Hubungan antara atasan dan bawahan yang memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.4. Hubungan antara atasan dan bawahan yang memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	5	2	10
Kurang Setuju	3	19	8	57
Setuju	4	175	75	700
Sangat Setuju	5	34	15	170
Total		233	100	937

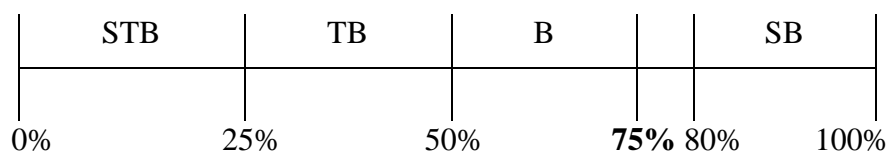
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{937}{5 \times 100} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Hubungan antara atasan dan bawahan yang memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan menunjukkan 80% atau memiliki penilaian baik pada pernyataan di atas, artinya hubungan antara atasan dan karyawan Gojek memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan.

Menjadi karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.5. Menjadi karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	32	14	96
Setuju	4	126	54	504
Sangat Setuju	5	75	32	375
Total		233	100	975

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{975}{5 \times 100} \times 100\% = 84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan menjadi karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja menunjukkan 84% atau memiliki penilaian sangat baik pada pernyataan diatas, artinya karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja.

Suasana kerja menjadi karyawan Gojek nyaman dan memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.6. Suasana kerja menjadi karyawan Gojek nyaman dan memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	14	6	28
Kurang Setuju	3	47	20	141
Setuju	4	105	45	420
Sangat Setuju	5	67	29	335
Total		233	100	924

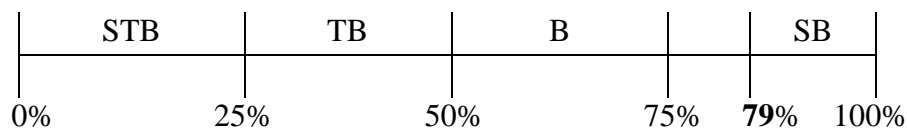
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{924}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Suasana kerja menjadi karyawan Gojek nyaman dan memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir menunjukkan 79% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya Gojek memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir.

Economic Value

Komisi/insentif /bonus yang besar yang disediakan Gojek bagi karyawannya.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.7. Komisi/insentif /bonus yang besar yang disediakan Gojek bagi karyawannya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	7	3	14
Kurang Setuju	3	27	12	81
Setuju	4	142	61	568
Sangat Setuju	5	57	24	285
Total		233	100	948

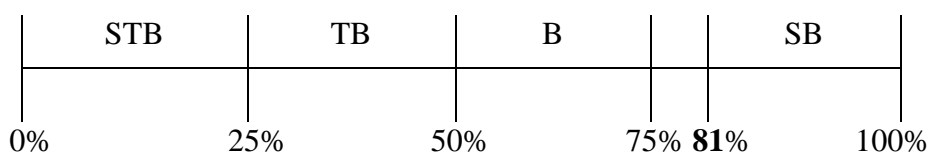
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{948}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinuum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Komisi/insentif /bonus yang besar disediakan Gojek bagi karyawannya menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya Gojek memberikan insentif yang besar bagi karyawannya.

Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.8. Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	9	4	18
Kurang Setuju	3	41	18	123
Setuju	4	122	52	488
Sangat Setuju	5	61	26	305
Total		233	100	934

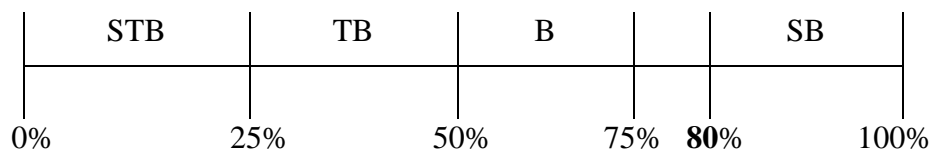
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{934}{5 \times 100} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinuum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir menunjukkan 80% atau memiliki penilaian baik, artinya Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir.

Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.9. Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	10	4	20
Setuju	3	35	15	105
Kurang Setuju	4	136	58	544
Sangat Setuju	5	52	22	260
Total		233	100	929

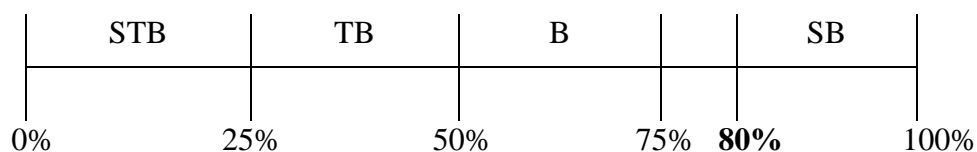
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{929}{5 \times 100} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas menunjukkan 80% atau memiliki penilaian baik, artinya Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas.

Development Value

Menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.10. Menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	0	2
Kurang Setuju	3	44	19	132
Setuju	4	119	51	476
Sangat Setuju	5	69	30	345
Total		233	100	955

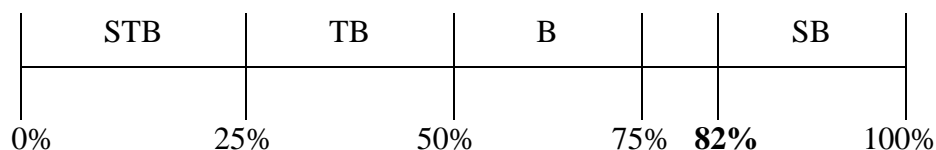
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{955}{5 \times 100} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri menunjukkan 82% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri bagi karyawan.

Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.11. Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	5	2	10
Kurang Setuju	3	24	10	72
Setuju	4	121	52	484
Sangat Setuju	5	83	36	415
Total		233	100	981

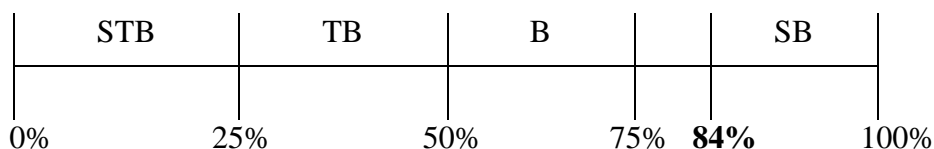
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{981}{5 \times 100} \times 100\% = 84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya menunjukkan 84% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya.

Gojek memberikan kesempatan untuk peningkatan karir.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.12. Gojek memberikan kesempatan untuk peningkatan karir

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	25	11	50
Kurang Setuju	3	45	19	135
Setuju	4	117	50	468
Sangat Setuju	5	46	20	230
Total		233	100	883

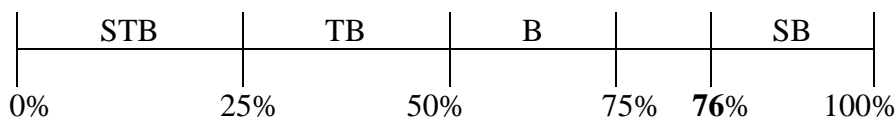
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{833}{5 \times 100} \times 100\% = 76\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memberikan kesempatan untuk peningkatan karir menunjukkan 76% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya Gojek memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk peningkatan karir.

Application Value

Gojek memberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.13. Gojek memberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	2	1	4
Kurang Setuju	3	28	12	84
Setuju	4	169	73	676
Sangat Setuju	5	34	15	170
Total		233	100	934

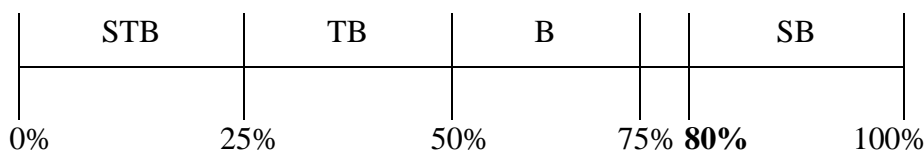
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{934}{5 \times 100} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya menunjukkan 80% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya Gojek memberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya.

Gojek mementingkan kepuasan konsumen.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.14. Gojek mementingkan kepuasan konsumen

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	38	16	114
Setuju	4	122	52	488
Sangat Setuju	5	73	31	365
Total		233	100	967

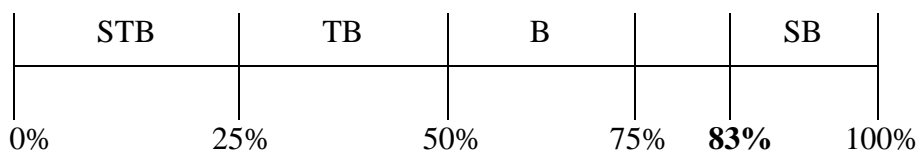
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{967}{5 \times 100} \times 100\% = 83\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek mementingkan kepuasan konsumen menunjukkan 83% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya kepuasan konsumen merupakan tujuan dari pelayanan Gojek.

Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.15. Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	18	8	36
Kurang Setuju	3	42	18	126
Setuju	4	104	45	416
Sangat Setuju	5	69	30	345
Total		233	100	923

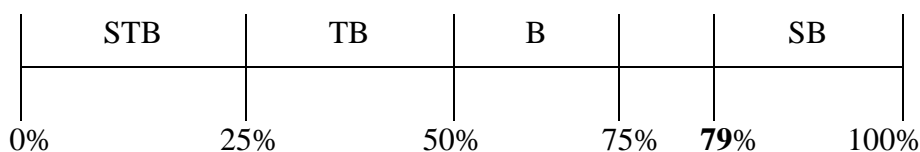
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{923}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat menunjukkan 79% atau memiliki penilaian sangat baik, artinya Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat.

Tabel 4.16 Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Preposisi Nilai Karyawan

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
Gojek memudahkan driver dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang baik	81%	81%
Gojek selalu melakukan inovasi produk	87%	
Gojek memberikan kesempatan meningkatkan kreativitas	76%	
Hubungan antara atasan dan bawahan yang memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan.	80%	81%
Menjadi karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja	84%	
Suasana kerja menjadi karyawan Gojek nyaman dan memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir	79%	
Komisi/insentif /bonus yang besar yang disediakan Gojek bagi karyawannya	81%	80%
Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir	80%	
Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas	80%	
Menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri	82%	81%
Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya	84%	
Gojek memberikan kesempatan untuk peningkatan karir	76%	
Gojek memberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya	80%	81%
Gojek mementingkan kepuasan konsumen	83%	
Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat	79%	
Rata-rata		81%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel proposisi nilai karyawan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata adalah 81%. Nilai skor rata-rata terbesar dari setiap indikator yaitu pada indikator *ineterst value* dengan skor rata-rata 82%. Sedangkan nilai skor

terendah pada indikator *economic value* dan indikator *application value* dengan skor rata-rata sebesar 80%.

4.2.2. Pendapat Responden Mengenai Atraktivitas karyawan

Untuk pengukuran variabel atraktivitas karyawan digunakan pendapat responden antara lain:

Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.17. Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	8	0	0
Tidak Setuju	2	41	3	16
Kurang Setuju	3	133	18	123
Setuju	4	51	57	532
Sangat Setuju	5	8	22	255
Total		233	100	926

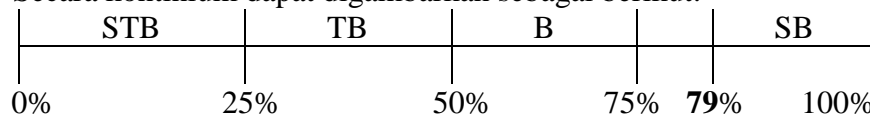
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{926}{5 \times 233} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya responden selalu bekerja sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan perusahaan dengan sangat baik.

Gojek memiliki produk dan servis yang baik.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.18. Gojek memiliki produk dan servis yang baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	10	4	20
Kurang Setuju	3	39	17	117
Setuju	4	115	49	460
Sangat Setuju	5	69	30	345
Total		233	100	942

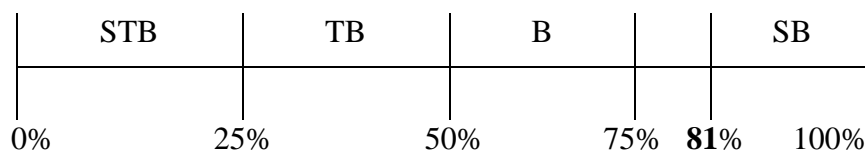
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{942}{5 \times 233} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memiliki produk dan servis yang baik menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya Gojek memiliki produk dan servis yang dimiliki baik.

Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.19 Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	10	4	20
Kurang Setuju	3	44	19	132
Setuju	4	132	57	528
Sangat Setuju	5	47	20	235
Total		233	100	915

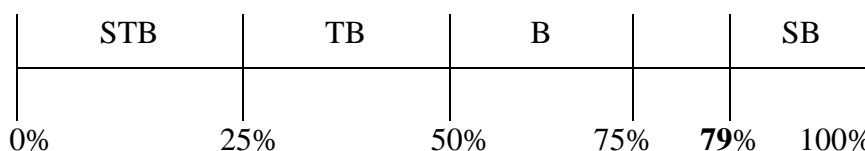
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{915}{5 \times 233} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas menunjukkan 79% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas.

Gojek dapat mempengaruhi calon pegawai melalui sistem pengelolaan yang baik.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.20 Gojek dapat mempengaruhi calon pegawai melalui sistem pengelolaan yang baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	0	2
Kurang Setuju	3	33	14	99
Setuju	4	142	61	568
Sangat Setuju	5	57	24	285
Total		233	100	954

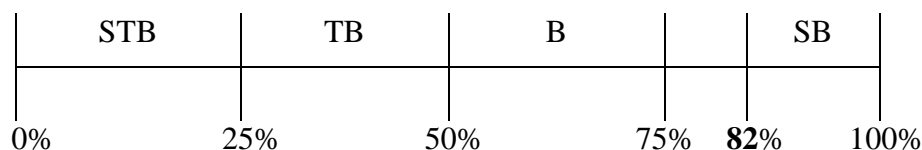
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{954}{5 \times 233} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek dapat mempengaruhi calon pegawai melalui sistem pengelolaan yang baik menunjukkan 82% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya pekerjaan karyawan dikerjakan dengan penuh hati-hati dan teliti dengan sangat baik.

Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.21 Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	0	2
Kurang Setuju	3	25	11	75
Setuju	4	127	55	508
Sangat Setuju	5	80	34	400
Total		233	100	985

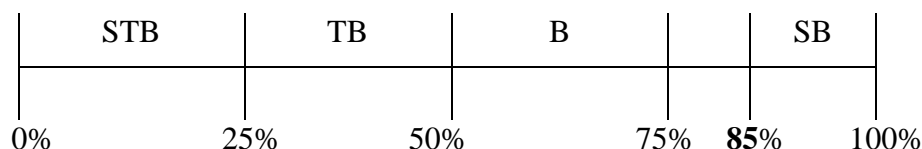
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{985}{5 \times 233} \times 100\% = 85\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerjamenunjukkan 85% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja.

Gojek mempengaruhi calon pegawai dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.22 Gojek mempengaruhi calon pegawai dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	23	10	46
Kurang Setuju	3	40	17	120
Setuju	4	122	52	488
Sangat Setuju	5	48	21	240
Total		233	100	894

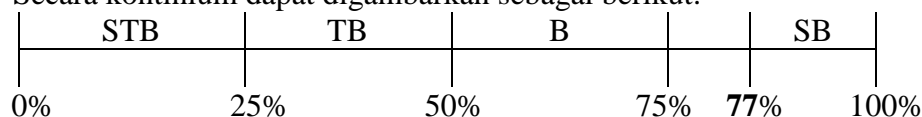
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{894}{5 \times 233} \times 100\% = 77\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek mempengaruhi calon pegawai dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik menunjukkan 77% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya Gojek mempengaruhi calon pegawai dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik.

Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.23 Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	2	1	4
Kurang Setuju	3	23	10	69
Setuju	4	159	68	636
Sangat Setuju	5	49	21	245
Total		233	100	954

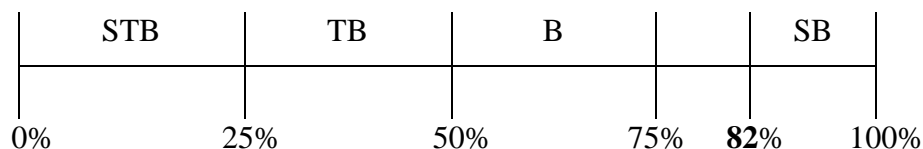
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{954}{5 \times 233} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar menunjukkan 82% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar dengan sangat baik.

Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.24 Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	0	2
Kurang Setuju	3	38	16	114
Setuju	4	124	53	496
Sangat Setuju	5	70	30	350
Total		233	100	962

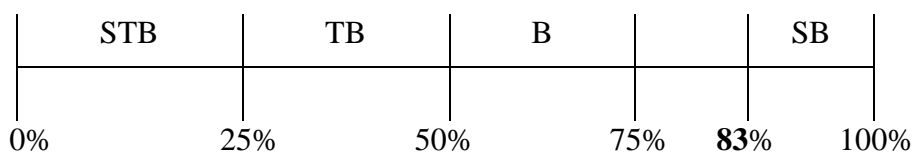
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2021

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{962}{5 \times 233} \times 100\% = 83\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik menunjukkan 83% atau memiliki penilaian sangat baik terhadap pernyataan di atas, artinya Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik.

Tabel 4.25 Total Jawaban Responden terhadap Indikator Atraktivitas karyawan

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan	79%	81%
Gojek memiliki produk dan servis yang baik	81%	
Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas	79%	
Gojek dapat mempengaruhi karyawan melalui sistem pengelolaan yang baik	82%	
Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja	85%	
Gojek mempengaruhi karyawan dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik	77%	
Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar	82%	
Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik	83%	
Rata-rata		

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel atraktivitas karyawan, total skor rata-rata setelah dihitung skor rata-rata adalah 81%. Nilai skor rata-rata terbesar pada pernyataan Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja dengan skor rata-rata 85%. Sedangkan nilai skor terendah pada pernyataan Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan, Gojek memiliki produk dan servis yang baik dan Gojek mempengaruhi karyawan dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik dengan skor rata-rata sebesar 79%.

4.3. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Data yang terdistribusi secara normal berarti data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median.

Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Dalam penelitian ini menggunakan kedua cara tersebut. Analisis statistik merupakan cara yang dianggap lebih valid dengan menggunakan keruncingan kurva untuk mengetahui bentuk distribusi data. Uji statistik yang dapat

digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). jika hasil *Kolmogrov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05 (Sign. > 0,05). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.26.

Tabel 4.26.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		233
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81613737
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.057
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2021)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai signifikan untuk variabel preposisi nilai karyawan sebesar 0,067. Maka, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dimana data memiliki asymp. Sign. (2-tailed) yaitu 0,067 lebih besar dari 0,05 ($0,067 > 0,05$) maka nilai residual dari nilai uji tersebut telah normal.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen dengan nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.27.

Tabel 4.27.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.691	3.089		3.138	.002
	Interest Value	.488	.142	.282	3.428	.001
	Social Value	.442	.146	.271	3.037	.003
	Economic Value	.448	.167	.225	2.680	.009
	Development Value	.310	.154	.179	2.017	.047
	Application Value	.202	.134	.129	2.507	.035

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.27 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Atraktivitas karyawan = $9.691 + 0.488X_1 + 0.442X_2 + 0.448X_3 + 0.310 X_4 + 0.202 X_5 + e$.

Interpretasi dari regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) adalah 9,691 artinya jika *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Application Value* (AV) nilainya 0 maka atraktivitas karyawan nilainya positif, yaitu 9,691.

Nilai koefisien regresi *Interest Value* (IV) bernilai positif yaitu sebesar 0,488. Artinya bahwa setiap peningkatan *Interest Value* (IV) sebesar 1 satuan maka atraktivitas karyawan juga akan meningkat sebesar 0,488 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Nilai koefisien regresi *Social Value* (SV) bernilai positif yaitu sebesar 0,442. Artinya bahwa setiap peningkatan *Social Value* (SV) sebesar 1 satuan maka atraktivitas karyawan juga akan meningkat sebesar 0,442 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Nilai koefisien regresi *Economic Value* (EV) bernilai positif yaitu sebesar 0,448. Artinya bahwa setiap peningkatan *Economic Value* (EV) sebesar 1 satuan maka atraktivitas karyawan juga akan meningkat sebesar 0,448 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Nilai koefisien regresi *Development Value* (DV) bernilai positif yaitu sebesar 0,310. Artinya bahwa setiap peningkatan *Development Value* (DV) sebesar 1 satuan maka atraktivitas karyawan juga akan meningkat sebesar 0,310 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Nilai koefisien regresi *Application Value* (AV) bernilai positif yaitu sebesar 0,202. Artinya bahwa setiap peningkatan *Application Value* (AV) sebesar 1 satuan maka atraktivitas karyawan juga akan meningkat sebesar 0,202 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan *uji t-test*. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t (*t-test*) bertujuan untuk mengetahui bermakna atau tidaknya Pengaruh *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Application Value* (AV) terhadap atraktivitas karyawan. Pengujian hasil koefisien regresi secara parsial dapat dilihat pada tabel 4.28.

Tabel 4.28. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.691	3.089		3.138	.002
	Interest Value	.488	.142	.282	3.428	.001
	Social Value	.442	.146	.271	3.037	.003
	Economic Value	.448	.167	.225	2.680	.009
	Development Value	.310	.154	.179	2.017	.047
	Application Value	.202	.134	.129	2.507	.035

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25, tahun 2021)

Tabel distribusi dengan signifikan 0,05 dengan jumlah N = 233 maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel 4.28 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan, dan jika signifikan $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Untuk pengujian signifikansi peneliti menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima jika signifikansi $> 0,05$ dan H_0 ditolak jika signifikansi $< 0,05$. Untuk menentukan t_{tabel} dengan cara tingkat signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ (uji dilakukan dua sisi) dengan df (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dicari dengan rumus $n-k$ atau $233-2=231$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1.970$.

Pada tabel 4.28 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan variabel *Interest Value* (IV) memiliki t_{hitung} sebesar 3.428 sehingga $3.428 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Interest Value* (IV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Pada tabel 4.28 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan variabel *Social Value* (SV) memiliki t_{hitung} sebesar 3.037 sehingga $3.037 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Social Value* (SV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Pada tabel 4.28 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan variabel *Economic Value* (EV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.680 sehingga $2.680 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Economic Value* (EV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Pada tabel 4.28 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan variabel *Development Value* (DV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.017 sehingga $2.017 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,047 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Development Value* (DV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Pada tabel 4.28 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan variabel *Application Value* (AV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.507 sehingga $2.507 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,035 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Application Value* (AV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Setelah mendapatkan nilai F_{hitung} , kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, dengan kriteria H_0 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta = 0$ (tidak ada pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y) tidak terdapat pengaruh antara variabel *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Aplication Value* (AV) terhadap daya tarik karyawan

$H_a: \beta \neq 0$ (tidak ada pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y) tidak terdapat pengaruh antara variabel *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Aplication Value* (AV) terhadap atraktivitas karyawan

Sudah diketahui sebelumnya jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 233 responden, maka cara perhitungannya adalah $df = n - k - 1$, yaitu $df = 233 - 2 - 1 = 230$. Dari hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh F_{tabel} sebesar 2,25 dengan tingkat signifiknasinya (α) sebesar 0,05. Berikut adalah hasil dari uji F:

Tabel 4.29
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.023	5	41.805	12.034	.000 ^b
	Residual	326.537	94	3.474		
	Total	535.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X4, X2

Sumber: Pengolahan SPSS

Berdasarkan pengujian pengaruh variabel *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Aplication Value* (AV) terhadap atraktivitas karyawan dengan menggunakan uji F maka didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 12.034 > 2.25 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ini (H_a) diterima. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen dari penelitian ini yaitu *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Aplication Value* (AV) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor (Y).

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh proposisi nilai karyawan terhadap atraktivitas karyawan dilakukan uji koefisiensi determinasi dengan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.30 Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.390	.358	1.864

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X4, X2

b. Dependent Variable: Y

Output ini menjelaskan tentang ringkasan model yang terdiri dari nilai hasil korelasi (R), koefisiensi determinasi (R Square), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjust R Square*), dan ukuran kesalahan prediksi (*Std. Error of the Estimate*). Hasil uji koefisiensi determinasi R^2 menunjukkan nilai sebesar 0.358 atau pengaruh proposisi nilai karyawan terhadap atraktivitas karyawan sebesar 35,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

4.4 Pembahasan

Pengaruh Interest Value terhadap atraktivitas karyawan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi variabel *Interest Value* (IV) memiliki t_{hitung} sebesar 3.428 sehingga $3.428 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Interest Value* (IV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Komponen pertama yang menjadi nilai ketertarikan karyawan Gojek adalah Gojek memiliki program yang inovatif dan di praktekan untuk tujuan mengsucceskan EVP mereka *friendly working environment*. Program yang dibentuk Gojek adalah *fleksibel hours*. *Fleksibel hours* diterapkan oleh Gojek untuk menciptakan motivasi kerja setiap karyawannya. Harapannya adalah karyawan menjadi lebih semangat kembali dan menjadi lebih produktif.

Pengaruh Social Value terhadap atraktivitas karyawan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi variabel *Social Value* (SV) memiliki t_{hitung} sebesar 3.037 sehingga $3.037 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Social Value* (SV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Sikap yang baik dari atasan dapat menumbuhkan sikap yang positif pula dari pihak karyawan. Karyawan cenderung memiliki persepsi yang baik untuk perusahaan jika pemimpin yang ada di dalamnya menunjukkan sikap yang mendukung dan bisa membaaur dengan bawahannya. Gojek menerapkan budaya kekeluargaan yang cukup tinggi, hal itu ditandai dengan EVP mereka yang mereka dapatkan dari karyawan langsung yaitu *friendly working environment*.

Di Gojek, hubungan yang baik juga tercermin dari sikap sesama karyawan yang saling *support*. Tidak adanya rasa bersaing yang kuat menjadikan lingkungan kerja di Gojek terbilang kondusif dan membangun. Gojek mempunyai ciri khas kekeluargaan yang sudah mengakar. Karyawan merasakan bahwa suasana kerja di Gojek sangat membuat nyaman serta tidak membuat karyawan merasa stres. Lingkungan yang kondusif serta membahagiakan dapat dijadikan salah satu faktor mereka bisa bertahan. Mayoritas karyawan beranggapan bahwa mereka mempunyai

kenyamanan jika bekerja di lingkungan yang cocok dengan dirinya sehingga menjadikan mereka mempunyai rencana untuk tetap bekerja untuk Gojek.

Pengaruh *Economic Value* terhadap atraktivitas karyawan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi variabel *Economic Value* (EV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.680 sehingga $2.680 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Economic Value* (EV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Salah satu karyawan Gojek menganggap memiliki prioritas dalam dirinya karena bersikap loyal kepada Gojek yaitu salah satunya adalah kompensasi. Terdapat karyawan yang memiliki pendapat bahwa ia bekerja di Gojek bukan karena faktor *salary* melainkan karena adanya tanggung jawab terhadap pekerjaan yang ditugaskan kepadanya. Hal tersebut membuktikan bahwa Gojek dalam hal ini selain memberikan hak kepada karyawan berupa gaji yang sudah dirasa cukup,

Gojek memberikan kesempatan dalam mendapatkan promosi. Hal tersebut dinyatakan oleh narasumber karyawan Gojek, bahwa Gojek sangat membuka kesempatan bagi seluruh karyawan jika mereka sudah memiliki tingkat pengetahuan serta kemampuan yang dirasa cukup dapat menaiki level selanjutnya. Gojek sangat mengedepankan pengembangan karyawannya karena Gojek menginginkan karyawan tidak hanya berhenti di satu level tetapi dengan proses karyawan tersebut dibekali pelatihan yang berkesinambungan secara terus menerus.

Pengaruh *Development Value* terhadap atraktivitas karyawan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi variabel *Development Value* (DV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.017 sehingga $2.017 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,047 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Development Value* (DV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Gojek diyakini sebagai perusahaan yang baik untuk belajar, karena di Gojek setiap karyawan selalu dibekali ilmu melalui pelatihan untuk meningkatkan *soft skill* karyawan. Gojek terus melakukan pembaharuan dan mengembangkan program pelatihan agar para karyawan tetap menjadi yang terdepan dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Training tersebut dilakukan untuk semua staf dari seluruh divisi untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan

Komponen dimensi *employer branding* nilai pengembangan selanjutnya adalah penghargaan dari manajemen. Penghargaan yang dilakukan dari pihak manajemen sangat diperlukan karena karyawan akan merasa dihargai atas kinerja mereka. Gojek memberikan kesempatan karyawan untuk bisa menuangkan ide kreatif mereka dalam berinovasi untuk mengembangkan layanan.

Karyawan merasa Gojek telah memberikan banyak manfaat serta dukungan untuk setiap karyawannya berbeda dengan perusahaan mereka yang lama. Perasaan bahagia ini tumbuh dikarenakan Gojek sangat memberikan perhatian untuk setiap karyawannya dibidang SDM. Karyawan akan merasa bangga jika mereka menemukan perusahaan yang cocok dengan dirinya.

Pengaruh *Application Value* terhadap atraktivitas karyawan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi variabel *Interest Value* (IV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.507 sehingga $2.507 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang

dari 0,05 ($0,035 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Application Value* (AV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Di Gojek, perusahaan mempunyai program tanggung jawab sosial (CSR). Gojek secara aktif dalam melakukan CSR dalam bentuk kesehatan, pendidikan, budaya serta pelestarian lingkungan. CSR di Gojek dilakukan guna untuk memenuhi kewajiban Gojek dalam membantu kemajuan negeri. Gojek telah melakukan perumusan mengenai EVP mereka dengan cara mengumpulkan tanggapan setiap karyawan terhadap Gojek dengan cara *focus group discussion*. Setelah menemukan hasil yang didapat dari karyawan, secara mayoritas mengatakan bahwa Gojek adalah perusahaan dengan lingkungan kerja yang nyaman serta terus melakukan perbaikan. Dari situlah Gojek menetapkan EVP mereka yaitu *Friendly Working Environment* dan *continuous Improvement*. EVP di Gojek dibangun dan dikomunikasikan secara terus menerus pada saat rekrutmen. Hal tersebut dilakukan Gojek untuk menjadikan EVP sebagai identitas yang unik yang dimiliki. EVP menjadi alat manajemen yang kuat untuk mendapatkan karyawan yang menjadi target Gojek. Persepsi yang dibentuk oleh karyawan mengantarkan Gojek memperoleh karyawan yang engaged terhadap perusahaan. karyawan merasakan bahwa Gojek sangat memiliki lingkungan kerja yang nyaman dalam artian sesama karyawan saling mendukung dan peran leader yang juga membentuk suasana menyenangkan. Gojek juga mendorong kemampuan karyawan untuk bisa berkembang dan tidak hanya berhenti di satu level.

Pengaruh nilai minat, nilai sosial, nilai ekonomi, nilai pengembangan dan nilai aplikasi berpengaruh terhadap atraktivitas karyawan

Hasil pengujian pengaruh variabel *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Application Value* (AV) terhadap atraktivitas karyawan dengan menggunakan uji F maka didapatkan nilai F_{hitung} sebesar $12.034 > 2.25$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ini (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen dari penelitian ini yaitu *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Application Value* (AV) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor (Y). Semakin baik proposisi nilai karyawan, semakin baik juga atraktivitas karyawan Gojek Indonesia Kota Bogor.

Preposisi nilai karyawan sudah menjadi keharusan karena organisasi yang ada sekarang ini harus melakukan identifikasi kebutuhan karyawan saat ini dan juga di masa mendatang serta membangun image sebagai organisasi pilihan untuk bekerja. Agar dapat menerapkan preposisi nilai karyawan yang baik maka perusahaan harus mampu mengkomunikasikan kepada para karyawan maupun pasar tenaga kerja bahwa merekalah perusahaan yang diidamkan oleh masyarakat dengan kondisi lingkungan yang positif, kepedulian yang besar terhadap karir dan kesempatan yang lebar untuk berkembang.

Agar dapat menerapkan preposisi nilai karyawan yang baik maka perusahaan harus mampu mengkomunikasikan kepada para karyawan maupun pasar tenaga kerja bahwa merekalah perusahaan yang diidamkan oleh masyarakat dengan kondisi lingkungan yang positif, kepedulian yang besar terhadap karir dan kesempatan yang

lebar untuk berkembang (Kusuma, 2017). Preposisi nilai karyawan agar karyawan memiliki daya tarik terhadap untuk melamar di perusahaan .

4.5 Interpretasi Hasil

Hasil penelitian yang dilakukan tentang proposisi nilai karyawan terhadap atraktivitas karyawan sebagaimana skor hasil uji t untuk masing-masing indikator menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0.05 dan t hitung lebih besar dari t tabel sehingga terdapat pengaruh proposisi nilai karyawan terhadap atraktivitas karyawan.

Hasil analisis tersebut bermakna semakin baik nilai proposisi nilai karyawan maka semakin meningkat pula atraktivitas karyawan driver Gojek. Aloo dan Moronge (2014), *employee value proposition* merupakan keseimbangan antara *reward*, manfaat dan kebijakan kerja untuk pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan sebagai imbalan atas kinerja mereka. Dengan memiliki proposisi nilai karyawan, perusahaan dapat mengembangkan *brand* sebagai pemberi kerja menjadi lebih menarik sehingga membuat calon karyawan untuk melamar dan bergabung sebagai bagian dari perusahaan. Hal tersebut didukung oleh Sharma & Prasad (2018) yang menyatakan bahwa atraktivitas karyawan menjadi faktor umum dibawah *employer brand* dan *intent to join*, dengan demikian telah bertindak sebagai alasan kuat hubungan antara keduanya. Singkatnya, semakin menarik suatu perusahaan yang dipertimbangkan oleh calon karyawan maka semakin kuat *employer brand equity* perusahaan (Backhaus & Tikoo, et al. 2005).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Fridantara (2018) yang menyimpulkan bahwa proposisi nilai karyawan berhubungan terhadap atraktivitas karyawan.

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Variabel *Interest Value* (IV) memiliki t_{hitung} sebesar 3.428 sehingga $3.428 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Interest Value* (IV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan

Variabel *Social Value* (SV) memiliki t_{hitung} sebesar 3.037 sehingga $3.037 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Social Value* (SV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Variabel *Economic Value* (EV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.680 sehingga $2.680 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Economic Value* (EV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Variabel *Development Value* (DV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.017 sehingga $2.017 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,047 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Development Value* (DV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Variabel *Interest Value* (IV) memiliki t_{hitung} sebesar 2.507 sehingga $2.507 > 1.970$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,035 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *Application Value* (AV) berpengaruh dan signifikan terhadap atraktivitas karyawan.

Variabel *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Application Value* (AV) terhadap atraktivitas karyawan dengan menggunakan uji F didapatkan nilai F_{hitung} sebesar $12.034 > 2.25$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ini (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen dari penelitian ini yaitu *Interest Value* (IV), *Social Value* (SV), *Economic Value* (EV), *Development Value* (DV) dan *Application Value* (AV) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atraktivitas karyawan Gojek Indonesia di Kota Bogor (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai analisis Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor, diantaranya :

Hasil penelitian menunjukkan dari 5 indikator kinerja karyawan, terdapat indikator yang memiliki nilai terendah yaitu total skor rata-rata dari 5 indikator

tersebut setelah dihitung skor rata-rata adalah 81%. Nilai skor rata-rata terbesar dari setiap indikator yaitu pada indikator *ineterst value* dengan skor rata-rata 82%. Sedangkan nilai skor terendah pada indikator *economic value* dan indikator *application value* dengan skor rata-rata sebesar 80%. Hal ini menunjukkan bahwa menanyakan yang diberikan karyawan masih terdapat permasalahan. Sehingga ke depan hendaknya perusahaan melakukan evaluasi mendalam dan lebih selektif sesuai dengan hasil kinerja karyawan.

Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya dalam melakukan penelitian dengan melibatkan sampel yang lebih luas serta melibatkan semua bagian di suatu perusahaan untuk memperoleh informasi yang lebih baik dan dapat dibandingkan dengan hasil penelitian dengan perusahaan yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga sebaiknya menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kinerja karyawan agar dapat membandingkan variabel mana yang lebih berhubungan dengan data yang lebih banyak dan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifahmi, H. (2018). *Marketing communications orchestra*. Bandung: Examedia Publishing
- Aloo, A. V., & Moronge, M. (2016). The Effects Of Employee Value Proposition. *European Journal Of Business Management, Vol 2, 5*.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Backhaus, K. Tikoo, S. (2016). Conceptualizing and Researching Employer Branding. *Career Development International, 9, 501-517*. Doi: 10.1108/13620430410550754.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2015). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Berthon, et al. (2015). Captivating Company: Dimensions of Attractiveness and Employer Branding. *International Journal of Advertising, 24(2), pp. 151-172*
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. a., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly, 37(2), 471-482*.
- Chhabra, N.L dan Sharma, S. (2016). Employer Branding: Strategy for improving Employer Attractiveness. *International Journal of Organization Analysisism Vol 22, Issue: 1, pp. 48-60*
- Dessler, G. (2015). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Development Dimensions International (DDI). (2015), Whitepaper-Driving employee engagement
- Drost, E. A. (2011). *Validity and reliability in social science research. education research and perspectives, 38(1), 105-123*.
- Figurska, I. dan Matuska, E. (2016). Employer Branding As A Human Resources Management Strategy. *Human Reosurces Management and ergonomics, Vol. VII No. 2, diakses dari: https://frcatel.fri.uniza.sk/hrme/files/2013/2013_2_03.pdf*
- Goswami, T. G. (2015). Job Stress and its Effect on Employee Performance in Banking Sector. *Indian Journal of Commerce dan Management Studies. 6(2), 51-56. Retrieved from Scholarshub*
- Guntoro, B. A. (2015). *Potensi perkembangan e- commerce dalam menunjang bisnis di indonesia*. Universitas Gadjah Mada.

- Handoko, T. Hani. (2018). *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE
- Hasibuan, M.S.P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Jaja J dan M. Sobry S. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Prospect
- Jaya, M. A., Ferdiana, R., & Fauziati, S. (2017). Analisis faktor keberhasilan sdm startup yang ada di yogyakarta. *Prosiding SNATIF*, 4, 175–179.
- Jiang dan Iles (2016). Employer-brand equity, organizational attractiveness and talent management in the Zhejiang private sector, China. *Journal of Technology Management in China* 6(1):97-110
- Kashive, N. (2017). Building employee brand equity to influence organization attractiveness and firm performance. *International Journal of Business and Management*.
- Kusuma, T.C. (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/*
- Mangkunegara, A.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Markos, S., & Sridevi, M. S. (2015). Employee Engagement: The Key To Improving Performances. *International Journal of Business and Management*, 5 No. 12, 89-96.
- Moeheriono, (2014), *Pengukuran kinerja berbasis kompetensi edisi revisi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Putri. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Biro Pelayanan Sosial Dasar Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 9. No. 2, Agustus 2016.
- Robbins, S P., T A. Judge. (2016). *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Jakarta : Salemba Empat.
- Schlechter, A. (2016). Understanding talent attraction : the influence of financial rewards elements on perceived job attractiveness : original research. *SA Journal of Human Resource Management*.
- Sedarmayanti, (2016), *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, cetakan kedua, Bandung: Mandar Maju.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research method for business* (5th ed.). New York: Wiley.

- Sengupta, A., B, U., & Singh, P. (2015). Value proposition framework: implications for employer branding. *Decision*, 42(3), 307–323.
- Sharma, dkk (2015). Determinants of psychological well-being among retirees. *international research journal of social sciences*. Vol. 4(3), 19-26,
- Sohn, M. (2015). The influence of corporate social performance on employer attractiveness in the transport and logistics industry: Insights from German junior talent. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- Sokro, E. (2012). Impact of employer branding on employee attraction and retention. *European Journal of Business and Management*, 4(18), 164–173.
- Sugiyono. (2016). *Cara mudah menyusun skripsi, tesis, dan disertasi*. (A. Nuryanto, Ed.) (4th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2016). *Statistik: teori dan aplikasi* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sutrisno, E. (2015). *Manajemen sumber daya manusia* (Cetakan ke tujuh). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tamoniene, D. (2015). *Employer branding: current and future employees' perceptions of employer's attractiveness*. National College of Ireland.
- Thomson, N. C. (2016). Attractiveness of non-financial rewards for prospective knowledge workers: An experimental investigation . *Journal of Employee Relations*.
- Tikson. (2018). Employer Branding as a Strategy to Attract Potential Workforce. *International Journal of Administrative Science & Organization*, September 2018
- Wilden, R., G, S., & Lings, I. (2015). Employer branding: Strategic implications for staff recruitment. *Journal of Marketing Management*, 26(1–2), 56–73. <https://doi.org/10.1080/02672570903577091>
- Yap, B. W., & Sim, C. H. (2011). Comparisons of various types of normality tests. *Journal of Statistical Computation and Simulation*, 81(12), 2141–2155. <https://doi.org/10.1080/00949655.2010.520163>



**KUESIONER PENELITIAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

Salam Hormat,

Perkenalkan nama saya Siska Lavenia (021117043) saya mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Saya ingin meminta partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Proposisi Nilai Karyawan terhadap Atraktivitas Karyawan Go-Jek Indonesia di Kota Bogor”**.

Penelitian tersebut menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Maka dari itu saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan meluangkan waktu dan mengisi kuesioner di bawah ini dengan lengkap dan sesuai ketentuan. Adapun seluruh jawaban yang dituliskan pada kuesioner ini akan saya jaga kerahasiaannya.

Atas partisipasi saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan atau kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Siska Lavenia
021117043

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan

Pendidikan Terakhir :

- SMA/SEDERAJAT
- Diploma (D3)
- Strata 1 (Sarjana)
- Strata 2 (Master)

PETUNJUK PENGISIAN

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan pendapat dengan cara memberikan tanda silang (X) di antara nomor 1 sampai nomor 5, dengan petunjuk sebagai berikut:

1. SS = Sangat Setuju
2. S = Setuju
3. R = Ragu-ragu
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PROPOSISI NILAI KARYAWAN

Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan yang Anda rasakan.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Interest Value</i>						
1	Gojek memudahkan karyawan dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang baik					
2	Gojek selalu melakukan inovasi produk					
3	Gojek memberikan kesempatan meningkatkan kreativitas karyawan					
4	Lingkungan kerja di Gojek menyenangkan					
<i>Social Value</i>						
5	Hubungan antara atasan dan karyawan yang memiliki jalinan komunikasi yang baik dan budaya yang menyenangkan					
6	Menjadi karyawan Gojek tidak terikat waktu kerja					
7	Suasana kerja menjadi karyawan Gojek nyaman dan memberikan kesempatan karyawannya untuk membangun karir					
8	Lingkungan kerja menjadi karyawan Gojek sangat memuaskan					
<i>Economic Value</i>						
9	Komisi/insentif /bonus yang besar yang disediakan Gojek bagi karyawannya					
10	Gaji pokok yang ditawarkan lebih tinggi dibanding kompetitor					
11	Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk membangun karir					
12	Gojek memberikan kesempatan promosi dan jenjang karir yang jelas					
<i>Development Value</i>						
13	Menjadi karyawan Gojek suatu kebanggaan tersendiri					
14	Gojek memberikan perhatian dan penghargaan terhadap karyawannya					
15	Gojek memberikan kesempatan untuk peningkatan karir kepada karyawan					
16	Gojek memberikan kesempatan karyawannya untuk mendapatkan posisi jabatan yang lebih tinggi					
<i>Application Value</i>						
17	Gojek memberikan kesempatan untuk berbagi pengetahuan dengan rekan-rekan kerja karyawan					

18	Gojek memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya					
19	Gojek mementingkan kepuasan konsumen					
20	Gojek memiliki program CSR yang memberikan dampak positif kepada masyarakat.					

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI ATRAKTIVITAS KARYAWAN

Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan yang Anda rasakan.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Gojek dapat membuat karyawan senang, hormat, dan juga kepercayaan kepada perusahaan					
2	Gojek memiliki produk dan servis yang baik					
3	Gojek memiliki kepemimpinan yang baik, visi dan misi yang jelas					
4	Gojek dapat mempengaruhi karyawan melalui sistem pengelolaan yang baik					
5	Gojek layak untuk dijadikan tempat bekerja					
6	Gojek mempengaruhi karyawan dimana perusahaan memiliki tujuan yang baik					
7	Gojek memiliki sebuah tanggung jawab kepada lingkungan sekitar					
8	Gojek mampu menjaga etika dan memperlakukan karyawan dengan baik					

TABULASI HASIL PENELITIAN

Variabel Proposisi Nilai Karyawan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jml
1	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3	4	4	61
2	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	62
3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	66
4	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	4	3	5	65
5	4	3	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	65
6	5	5	4	2	5	4	2	5	2	4	5	4	2	4	4	57
7	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	61
8	3	4	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	65
9	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3	4	4	61
10	4	5	5	5	4	5	5	4	2	5	4	4	3	4	4	63
11	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	3	4	5	59
12	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	59
13	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	63
14	5	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	59
15	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	66
16	3	4	4	2	4	5	5	4	5	5	2	5	5	4	4	61
17	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	3	4	3	3	4	57
18	5	4	5	3	4	4	4	5	2	3	3	4	2	4	5	57
19	5	5	5	4	4	5	2	5	5	3	4	5	5	4	4	65
20	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	57
21	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	55
22	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	57
23	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	54
24	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	55
25	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	66
26	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	68
27	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	2	4	3	2	55
28	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	56
29	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	59
30	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	61
31	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	70
32	5	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	59
33	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	57
34	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	2	5	4	2	59
35	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	57
36	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	5	62
37	5	4	3	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	4	61
38	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	62

39	4	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	63
40	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	59
41	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	68
42	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	3	4	4	4	58
43	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	59
44	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	2	5	4	2	59
45	5	4	3	5	4	3	5	2	4	5	4	4	4	3	4	59
46	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	59
47	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	65
48	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	5	5	64
49	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	64
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	59
51	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	5	4	5	5	61
52	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	3	60
53	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	59
54	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	5	4	4	63
55	5	4	3	5	4	3	5	2	4	5	4	4	4	3	4	59
56	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	59
57	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	64
58	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	5	5	64
59	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	2	63
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	5	4	2	58
61	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	57
62	5	4	3	5	4	4	5	3	4	5	4	2	4	5	5	62
63	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
64	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	68
65	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	3	60
66	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	3	63
67	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	2	5	4	4	58
68	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	57
69	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	2	4	5	5	62
70	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	59
71	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	67
72	5	4	2	5	4	3	5	2	4	5	4	4	4	3	2	56
73	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	57
74	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	58
75	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	2	5	3	2	57
76	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	66
77	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	2	4	5	5	64
78	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	55
79	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	65
80	4	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	55
81	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	57
82	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	55
83	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	65

84	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	55
85	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	70
86	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	54
87	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	57
88	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	61
89	5	4	3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	61
90	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	56
91	4	4	2	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	62
92	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	63
93	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	3	4	4	3	4	63
94	5	4	4	4	4	2	4	4	2	4	5	5	4	5	5	61
95	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	59
96	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	69
97	5	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	2	4	4	2	57
98	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	55
99	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	65
100	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	61
101	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	56
102	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	64
103	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
104	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	56
105	4	4	2	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	62
106	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4	4	62
107	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	3	4	65
108	5	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4	5	5	58
109	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	60
110	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	66
111	5	4	3	5	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	2	59
112	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	57
113	4	4	3	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	5	5	63
114	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	3	5	4	3	59
115	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	3	4	58
116	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	65
117	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	63
118	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	57
119	4	4	2	4	5	5	3	4	5	3	5	4	4	5	4	61
120	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	62
121	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	5	4	4	3	4	64
122	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	5	5	58
123	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	60
124	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	62
125	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	2	60
126	3	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	3	58
127	4	4	3	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	5	62
128	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	5	3	5	4	3	60

129	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	58
130	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	66
131	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	59
132	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	55
133	4	4	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	64
134	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	5	4	4	60
135	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	64
136	5	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	2	4	5	5	60
137	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
138	3	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	63
139	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	2	60
140	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	57
141	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	64
142	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	5	3	5	4	3	60
143	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	58
144	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	66
145	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	59
146	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	55
147	4	4	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	64
148	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	5	4	4	60
149	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	64
150	5	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	2	4	5	5	60
151	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
152	3	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	63
153	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	2	60
154	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	57
155	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	64
156	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	5	3	5	4	3	60
157	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	58
158	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	66
159	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	59
160	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	55
161	4	4	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	64
162	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	5	4	4	60
163	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	64
164	5	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	2	4	5	5	60
165	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
166	3	4	5	4	5	5	3	4	4	3	5	5	4	5	5	64
167	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	2	59
168	3	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	57
169	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	63
170	4	5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	3	5	4	3	60
171	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	58
172	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	65
173	5	4	3	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	60

174	3	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	55
175	4	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	65
176	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	4	60
177	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	64
178	5	4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	2	4	5	5	60
179	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	59
180	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	66
181	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	2	60
182	3	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	58
183	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	62
184	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	63
185	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	57
186	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	64
187	5	4	3	5	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	60
188	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	55
189	4	4	2	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	4	63
190	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	62
191	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	4	3	4	63
192	5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	2	4	5	5	61
193	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	59
194	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	66
195	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	2	60
196	3	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	58
197	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	62
198	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	63
199	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	57
200	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	64
201	5	4	3	5	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	60
202	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	55
203	4	4	2	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	4	63
204	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	62
205	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	4	3	4	63
206	5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	2	4	5	5	61
207	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	59
208	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	66
209	5	4	3	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	2	58
210	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	58
211	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	60
212	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	61
213	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	4	61
214	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	60
215	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	63
216	3	5	4	4	3	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	58
217	4	4	2	4	5	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	63
218	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2	62

219	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	63
220	5	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	5	4	5	5	60
221	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	3	60
222	3	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	61
223	5	4	3	5	4	3	4	2	4	4	4	3	4	5	5	59
224	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	60
225	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	59
226	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	64
227	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	55
228	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	65
229	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	68
230	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	2	58
231	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
232	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	5	4	3	4	61
233	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3	4	4	61

Variabel Atraktivitas Karyawan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	Jumlah
1	4	3	4	4	4	5	4	4	32
2	2	4	5	5	4	5	4	5	34
3	5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	5	5	5	5	4	5	5	38
5	5	4	5	5	5	5	4	5	38
6	3	4	3	4	4	3	5	4	30
7	4	4	3	4	3	4	5	4	31
8	5	4	5	4	4	4	4	3	33
9	4	5	5	5	4	5	5	4	37
10	4	5	5	5	5	4	5	4	37
11	5	5	4	4	3	4	3	4	32
12	4	3	4	4	4	5	5	4	33
13	4	4	4	3	3	4	5	5	32
14	4	3	5	5	4	3	4	4	32
15	3	5	4	5	4	5	5	4	35
16	3	4	4	5	4	4	3	4	31
17	5	4	5	3	4	5	5	5	36
18	2	4	4	3	5	4	4	3	29
19	4	5	5	5	5	5	4	5	38
20	4	3	4	3	4	5	4	4	31
21	5	3	4	3	4	4	3	4	30
22	4	4	5	3	3	4	5	3	31
23	3	3	4	5	4	3	4	4	30
24	4	4	3	4	4	4	3	4	30
25	4	5	4	5	5	4	5	4	36
26	3	4	5	5	5	4	5	4	35
27	5	4	5	3	4	3	4	3	31
28	3	4	5	4	4	4	5	2	31
29	2	4	5	4	2	4	4	4	29
30	4	4	4	4	5	4	5	4	34
31	5	5	5	5	5	4	5	5	39
32	5	3	4	5	3	4	4	5	33
33	2	5	4	4	3	4	4	4	30
34	4	4	3	5	3	4	5	4	32
35	5	4	4	3	4	4	4	3	31
36	3	4	5	4	4	5	4	4	33
37	4	4	5	4	4	4	4	4	33
38	4	4	5	5	5	4	5	4	36
39	5	5	2	5	5	4	4	4	34

40	2	4	4	4	5	3	4	4	30
41	2	4	3	4	5	4	4	4	30
42	4	4	2	4	3	4	4	4	29
43	4	4	4	4	4	4	5	4	33
44	5	4	2	5	5	5	5	5	36
45	5	3	4	5	4	2	5	3	31
46	4	4	4	3	5	4	4	3	31
47	4	5	5	4	4	2	4	5	33
48	3	5	3	4	5	4	4	4	32
49	4	3	5	5	5	5	4	5	36
50	4	4	4	5	4	4	4	4	33
51	4	5	4	4	4	4	3	4	32
52	4	3	4	5	4	2	5	4	31
53	4	4	4	3	5	4	4	3	31
54	5	4	4	4	4	2	4	5	32
55	5	2	4	5	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	5	4	5	34
57	4	5	5	5	5	4	4	3	35
58	3	5	3	4	5	4	3	4	31
59	4	3	5	4	4	5	4	5	34
60	2	4	4	4	5	3	4	4	30
61	2	4	3	4	5	4	4	4	30
62	4	4	2	4	3	4	4	4	29
63	4	4	4	4	4	4	5	4	33
64	5	4	2	5	5	5	5	5	36
65	5	3	4	5	4	2	5	3	31
66	4	4	4	3	5	4	4	3	31
67	4	5	5	4	4	2	4	5	33
68	3	5	3	4	5	4	4	4	32
69	4	3	5	5	5	5	4	5	36
70	4	4	4	5	4	4	4	4	33
71	4	5	4	4	4	4	3	4	32
72	4	3	4	5	4	2	5	4	31
73	4	4	4	2	5	4	4	3	30
74	5	4	4	4	4	2	4	5	32
75	5	2	4	5	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	4	5	4	5	34
77	4	5	5	5	5	4	4	3	35
78	3	5	3	4	5	4	3	4	31
79	4	3	5	4	4	5	4	5	34
80	4	4	3	4	3	4	5	4	31
81	5	2	5	4	4	5	2	4	31
82	3	4	4	3	4	4	4	4	30
83	4	2	4	5	5	4	5	5	34

84	4	4	4	4	4	3	5	3	31
85	5	5	4	5	5	4	4	5	37
86	4	4	4	3	4	4	4	4	31
87	4	4	3	4	3	4	5	4	31
88	5	2	5	4	4	5	2	4	31
89	3	4	4	4	4	4	4	4	31
90	4	5	4	3	5	2	4	5	32
91	4	4	4	4	3	4	3	4	30
92	4	3	4	5	4	5	4	5	34
93	4	3	4	5	4	3	4	3	30
94	4	4	4	4	4	4	3	4	31
95	3	2	4	4	4	4	4	4	29
96	5	4	5	4	5	3	4	5	35
97	4	3	4	4	4	4	4	3	30
98	5	5	3	4	5	5	5	4	36
99	4	3	4	3	4	4	4	4	30
100	4	4	4	4	4	4	4	3	31
101	4	4	4	4	4	2	4	5	31
102	3	5	3	4	5	4	4	4	32
103	4	4	3	4	4	3	4	4	30
104	3	5	4	4	5	4	4	5	34
105	5	4	3	5	4	4	5	4	34
106	3	5	4	4	3	4	4	3	30
107	4	4	2	4	5	5	4	5	33
108	4	5	4	4	4	4	4	4	33
109	5	5	5	4	5	5	4	5	38
110	5	4	4	4	4	2	4	4	31
111	4	4	4	3	4	3	3	4	29
112	3	4	5	4	5	5	4	5	35
113	5	4	3	5	4	3	5	4	33
114	3	5	4	4	3	4	4	3	30
115	4	4	3	4	5	5	4	5	34
116	4	5	4	4	4	4	4	4	33
117	4	4	3	4	4	3	4	4	30
118	4	5	4	3	5	4	4	5	34
119	4	3	5	5	4	3	5	4	33
120	4	5	4	3	5	2	4	5	32
121	4	4	4	4	3	4	3	4	30
122	4	3	4	5	4	5	4	5	34
123	4	3	4	5	4	3	4	3	30
124	4	4	4	4	4	4	3	4	31
125	3	2	4	4	4	4	4	4	29
126	5	4	5	4	5	3	4	5	35
127	4	3	4	4	4	4	4	3	30
128	5	5	3	4	5	5	5	4	36

129	4	3	4	3	4	4	4	4	30
130	4	4	4	4	4	4	4	3	31
131	4	4	4	4	4	2	4	5	31
132	3	5	3	4	5	4	4	4	32
133	4	4	3	4	4	3	4	4	30
134	3	5	4	4	5	4	4	5	34
135	5	4	3	5	4	4	5	4	34
136	3	5	4	4	3	4	4	3	30
137	4	4	2	4	5	5	4	5	33
138	4	5	4	4	4	4	4	4	33
139	5	5	5	4	5	5	4	5	38
140	5	4	4	4	4	2	4	4	31
141	4	4	4	3	4	3	3	4	29
142	4	5	4	3	5	2	4	5	32
143	4	4	4	4	3	4	3	4	30
144	4	3	4	5	4	5	4	5	34
145	4	3	4	5	4	3	4	3	30
146	4	4	4	4	4	4	3	4	31
147	3	2	4	4	4	4	4	4	29
148	5	4	5	4	5	3	4	5	35
149	4	3	4	4	4	4	4	3	30
150	5	5	3	4	5	5	5	4	36
151	4	3	4	3	4	4	4	4	30
152	4	4	4	4	4	4	4	3	31
153	4	4	4	4	4	2	4	5	31
154	3	5	3	4	5	4	4	4	32
155	4	4	3	4	4	3	4	4	30
156	3	5	4	4	5	4	4	5	34
157	5	4	3	5	4	4	5	4	34
158	3	5	4	4	3	4	4	3	30
159	4	4	2	4	5	5	4	5	33
160	4	5	4	4	4	4	4	4	33
161	5	5	5	4	5	5	4	5	38
162	5	4	4	4	4	2	4	4	31
163	4	4	4	3	4	3	3	4	29
164	3	4	5	4	5	5	4	5	35
165	5	4	3	5	4	3	5	4	33
166	3	5	4	4	3	4	4	3	30
167	4	4	3	4	5	5	4	5	34
168	4	5	4	4	4	4	4	4	33
169	4	4	3	4	4	3	4	4	30
170	4	5	4	3	5	4	4	5	34
171	4	3	5	5	4	3	5	4	33
172	4	5	4	3	5	2	4	5	32
173	4	4	4	4	3	4	3	4	30

174	4	3	4	5	4	5	4	5	34
175	4	3	4	5	4	3	4	3	30
176	4	4	4	4	4	4	3	4	31
177	3	2	4	4	4	4	4	4	29
178	5	4	5	4	5	3	4	5	35
179	4	3	4	4	4	4	4	3	30
180	5	5	3	4	5	5	5	4	36
181	4	3	4	3	4	4	4	4	30
182	4	4	4	4	4	4	4	3	31
183	4	4	4	4	4	2	4	5	31
184	3	5	3	4	5	4	4	4	32
185	4	4	3	4	4	3	4	4	30
186	3	5	4	4	5	4	4	5	34
187	5	4	3	5	4	4	5	4	34
188	3	5	4	4	3	4	4	3	30
189	4	4	2	4	5	5	4	5	33
190	4	5	4	4	4	4	4	4	33
191	5	5	5	4	5	5	4	5	38
192	5	4	4	4	4	2	4	4	31
193	4	4	4	3	4	3	3	4	29
194	3	4	5	4	5	5	4	5	35
195	5	4	3	5	4	3	5	4	33
196	3	5	4	4	3	4	4	3	30
197	4	4	3	4	5	5	4	5	34
198	4	5	4	4	4	4	4	4	33
199	4	4	3	4	4	3	4	4	30
200	4	5	4	3	5	4	4	5	34
201	4	3	5	5	4	3	5	4	33
202	4	5	4	3	5	2	4	5	32
203	4	4	4	4	3	4	3	4	30
204	4	3	4	5	4	5	4	5	34
205	4	3	4	5	4	3	4	3	30
206	4	4	4	4	4	4	3	4	31
207	3	2	4	4	4	4	4	4	29
208	5	4	5	4	5	3	4	5	35
209	4	3	4	4	4	4	4	3	30
210	5	5	3	4	5	5	5	4	36
211	4	3	4	3	4	4	4	4	30
212	4	4	4	4	4	4	4	3	31
213	4	4	4	4	4	2	4	5	31
214	3	5	3	4	5	4	4	4	32
215	4	4	3	4	4	3	4	4	30
216	3	5	4	4	5	4	4	5	34
217	5	4	3	5	4	4	5	4	34
218	3	5	4	4	3	4	4	3	30

219	4	4	2	4	5	5	4	5	33
220	4	5	4	4	4	4	4	4	33
221	5	5	5	4	5	5	4	5	38
222	5	4	4	4	4	2	4	4	31
223	4	4	4	3	4	3	3	4	29
224	3	4	5	4	5	5	4	5	35
225	5	4	3	5	4	3	5	4	33
226	3	5	4	4	3	4	4	3	30
227	4	4	3	4	5	5	4	5	34
228	4	5	4	4	4	4	4	4	33
229	4	4	3	4	4	3	4	4	30
230	4	5	4	3	5	4	4	5	34
231	4	3	5	5	4	3	5	4	33
232	4	4	4	3	5	4	5	5	34
233	4	5	5	4	4	3	4	4	33