



Pengaruh *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment* pada Karyawan SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat

The Influence of Employer Attractiveness and Employer Recruiting Behavior on Employee Productivity mediated by Employee Commitment in SPG Employees at Matahari Company, West Bekasi

Putri Artha Devia Febriani¹, Netania Emilisa^{2*}, Alfi Rahmah Maulidia³

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

³ Program Studi Syariah Islamiah Universitas Al Azhar Kairo

Keywords:

Employers
Attractiveness and
Employer Recruitment
Behavior, Employee
Productivity by
Employee
Commitment, SPG
Employees, Matahari
Bekasi

Abstract. This research investigates the relationship between Employer Attractiveness, Employer Recruiting Behavior, Employee Commitment, and Employee Productivity among Sales Promotion Girls (SPGs) at Matahari Company in West Bekasi. Key findings reveal that while Employer Attractiveness doesn't directly influence employee productivity, the company's recruiting behavior significantly impacts their productivity. Although Employer Attractiveness affects employee commitment, this commitment does not directly enhance productivity. The study emphasizes the need to identify other factors that might have a greater influence on enhancing productivity. Additionally, employee commitment does not act as a mediator between Employer Attractiveness and employee productivity. However, it does act as an effective mediator between Employer Recruiting Behavior and employee productivity. Thus, this research provides crucial insights for managers to optimize company recruitment programs to enhance employee commitment and, ultimately, their productivity.

Corresponding author*
Email: netania@trisakti.ac.id

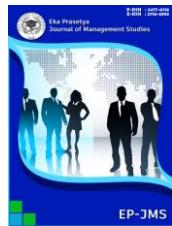
1. PENDAHULUAN

Saat ini industri ritel masih menjadi salah satu usaha yang menjadi rantai pasok besar bagi masyarakat. Pasalnya, bisnis ritel memenuhi sebagian besar kebutuhan sehari-hari masyarakat (Azizah, 2022). Menurut pemaparan Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan, kinerja sektor ritel terbukti memiliki kontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Sektor ritel menjadi penggerak utama konsumsi rumah tangga yang menyumbang 53,56% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dapat



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



disimpulkan bahwa industri atau bisnis ritel memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia.

Berkaca pada *Global Retail Development Index* (GRDI) tahun 2021 yang dikeluarkan oleh perusahaan konsultan global A.T. Kearney. Indonesia berhasil menduduki peringkat keempat dari 35 negara terpilih di dunia. GRDI merupakan indeks yang ditentukan berdasarkan perkembangan pasar ritel. Dengan jumlah penduduk 272 juta jiwa dan penjualan ritel nasional mencapai USD 407 miliar (Rp 6,044 triliun), total nilai GRDI adalah 53,0.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor perdagangan besar dan eceran selain mobil dan sepeda motor mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 hingga mencapai -1,30 poin dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang mengakibatkan terhentinya sebagian besar operasional di tingkat distributor dan ritel di hampir seluruh wilayah dan sektor di Indonesia. Pandemi telah menyebabkan penurunan daya beli masyarakat hingga ke titik terendah, sehingga berdampak besar terhadap konsumsi masyarakat. Namun seiring dengan membaiknya kondisi perekonomian dan operasional dunia usaha di Indonesia, daya beli masyarakat kembali meningkat, dan pada tahun 2021 sektor perdagangan besar dan eceran diperkirakan akan berangsur pulih dan tumbuh sebesar 3,06%, pada tahun 2022 mencapai 5,44% dan diperkirakan terus tumbuh meski terjadi perlambatan pada tahun 2023 menjadi 5,22%.

Seiring dengan membaiknya kondisi perekonomian dan operasional dunia usaha di Indonesia mengakibatkan persaingan antar perusahaan ritel diera ini semakin tajam dan semakin cepat perubahannya. Melansir data Bursa Efek Indonesia (BEI) pada perdagangan, saham MAPA memimpin emiten-emiten ritel dengan kenaikan hingga 18,44 persen sepanjang *Year to Date* (YTD). Menyusul MAPA, emiten ritel lainnya, yakni MAPI dan RALS juga mencatatkan kinerja saham yang menghijau sepanjang 2023. Selain itu, saham LPPF juga ikut menguat sepanjang 2023, yakni dengan persentase kenaikan saham sebesar 6,32 persen. Persentase kenaikan LPPF yang terkecil diantara 4 perusahaan ritel tersebut, membuat penelitian ini berfokus pada Perusahaan Matahari *Department Store*.

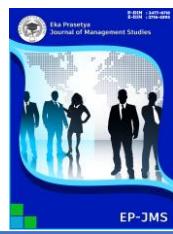
Matahari *Department Store* adalah perusahaan ritel di Indonesia yang menyajikan berbagai macam pakaian, baik anak-anak hingga dewasa. Perusahaan ini merupakan salah satu anak perusahaan dari Lippo Group. PT Matahari *Department Store* Tbk memiliki sejarah yang panjang dalam dunia ritel Indonesia. Memulai perjalanan pada tanggal 24 Oktober 1958 dibesarkan oleh Hari Darmawan dengan membuka gerai pertamanya berupa toko fashion anak – anak di daerah Pasar Baru Jakarta, Matahari melangkah maju dengan membuka *Department Store modern* pertama di Indonesia pada tahun 1972. Sejak itu Matahari telah menjadikan dirinya sebagai merek asli nasional. Sampai saat ini mengoperasikan 155 gerai yang tersebar di 74 kota di seluruh Indonesia, dengan luas ruang hampir satu juta meter persegi dan telah mengembangkan kehadirannya dalam dunia online melalui MatahariStore.com.

Sumber daya manusia yang berkualitas di perusahaan ritel merupakan aspek penting yang dapat mendorong perusahaan untuk maju dan terus berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut H. Spencer (2013), sumber daya unggul dan berkelanjutan, seseorang yang berkompeten melakukan pekerjaan dengan keterampilan kerja akan mudah, cepat, intuitif, dan sangat jarang atau tidak pernah melakukan kesalahan. Faktor lain seperti perilaku kerja, ketaatan pada peraturan, tanggung jawab merupakan dimensi disiplin kinerja. Oleh karena itu, individu sumber daya manusia harus termotivasi untuk berperilaku, bekerja dan hadir tepat waktu. Menurut (Hanafi et al., 2018), meningkatkan *Employee*



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Productivity adalah salah satu tujuan paling penting dari sebuah perusahaan termasuk Perusahaan Matahari *Department Store* Tbk.

Employee Productivity merupakan jantung dan jiwa dari perusahaan mana pun. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada kinerja karyawannya di tempat kerja (Pimpong, 2023). Oleh karena itu, perusahaan apa pun berupaya untuk memaksimalkan *Employee Productivity*. Literatur menyatakan bahwa karyawan yang produktif sama dengan karyawan yang bahagia dan puas (Bawa, 2017). *Employee Productivity* dipengaruhi oleh sistem *Employer Recruiting Behavior* yang dilakukan perusahaan seperti pelaksanaan pengadaan karyawan, penentuan persyaratan, prosedur seleksi. Perusahaan harus dapat mengidentifikasi pegawai yang siap mengisi posisi tertentu sesuai dengan kompetensi pegawai (Mudefi et al., 2023).

Dalam konteks rekrutmen, daya tarik pemberi kerja akan bergantung pada sejauh mana calon pelamar percaya bahwa organisasi terkait memiliki karakteristik yang penting bagi mereka (Lohaus dan Rietz, 2018). Penelitian menunjukkan bahwa *Employer Attractiveness* memainkan peranan penting dalam strategi rekrutmen serta keberhasilan perekrutan. Menurut penelitian (Khalid & Tariq, 2015) dengan adanya *Employer Attractiveness* perusahaan memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah yang terkait dengan keterbatasan bakat dengan membangun citra dan identitas perusahaan. Menurut (Nguyen et al., 2021) mengemukakan bahwa *Employer Attractiveness* dapat meningkatkan *Employee Productivity* karyawan perusahaan.

Employee Commitment mempunyai isu utama dan isu-isu terkait seperti meningkatnya biaya perekrutan, dan tingginya *turnover* telah memaksa organisasi untuk lebih memperhatikan komitmen karyawannya. *Employee Commitment* muncul sebagai penentu utama kinerja organisasi mana pun (Mowday et al., 2013). Secara khusus, seorang karyawan yang mempunyai rasa terikat dan komitmen terhadap organisasi serta kepuasan terhadap pekerjaannya kemungkinan besar tidak akan bosan dengan pekerjaannya. *Employee Commitment* mengacu pada sikap terhadap organisasi. Sikap ini merupakan ikatan psikologis dalam hubungan antara seorang pegawai dengan organisasi yang mempengaruhi sejauh mana individu mengidentifikasi diri dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi, mengerahkan upaya untuk mencapai tujuan organisasi, dan berkeinginan untuk tetap berada dalam organisasi (Peng et al., 2014).

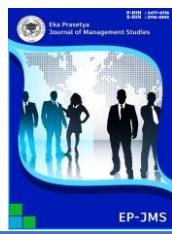
Strategi peningkatan *Employee Productivity* karyawan seluruh Perusahaan Matahari *Department Store* Tbk. Salah satunya Perusahaan Matahari Bekasi Barat. Dimana Perusahaan Matahari Bekasi Barat merupakan salah satu toko yang berkontribusi besar kepada Perusahaan Matahari *Department Store* Tbk. Sehingga penelitian ini, mengambil karyawan SPG di Perusahaan Matahari Bekasi Barat.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian terdahulu yang telah dilakukan (Buitek et al., 2023) dan (Pimpong, 2023). Penelitian (Buitek et al., 2023) menemukan bahwa *Company Recruitment Behaviour*, *Company Image* and *Source Credibility* mempunyai hubungan signifikan dengan *Company Attractiveness* dan *Employee Commitment* pada manager di HTTL perusahaan di Kota Almaty, Kazakhstan. Penelitian lain dari (Pimpong, 2023) menemukan bahwa *Employee Commitment* menjadi mediasi antara *Workplace Environment* dan *Employee Performance* pada karyawan di tiga perguruan tinggi daerah Ashanti, Ghana. Sedangkan penelitian ini mengambil variabel dengan mengkombinasikan kedua penelitian tersebut yaitu pengaruh *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment* pada Karyawan di Perusahaan Matahari Bekasi Barat.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Berdasarkan penjelasan diatas hal ini menjadi menarik bagi peneliti untuk dibahas maka dari itu judul penelitian ini adalah “**Pengaruh Employer Attractiveness dan Employer Recruiting Behavior terhadap Employee Productivity yang dimediasi oleh Employee Commitment Pada Karyawan Sales Promotion Girl (SPG) Perusahaan Matahari Bekasi Barat.**”.

2. LANDASAN TEORI

1. Employer Attractiveness

Employer Attractiveness adalah tingkat persepsi calon karyawan dan karyawan saat ini mengenai keunggulan kompetitif organisasi; dimana organisasi dipandang sebagai tempat terbaik untuk bekerja (Berthon et al., 2005). *Employer Attractiveness* adalah praktik sumber daya manusia terkini yang semakin relevan bagi organisasi yang berupaya menjadi menarik agar dapat menarik dan mempertahankan bakat (Sivertzen et al., 2013). (Jiang & Iles, 2011) mendefinisikan bahwa *employer attractiveness* adalah keuntungan atau manfaat yang di bayangkan oleh calon karyawan atau karyawan yang telah bekerja pada suatu organisasi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Employer Attractiveness* yaitu merujuk pada sejauh mana suatu organisasi atau perusahaan dianggap menarik oleh individu, khususnya calon karyawan atau bakat yang potensial.

2. Employer Recruiting Behavior

Proses rekrutmen dan seleksi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kebebasan ekonomi dan mempengaruhi kinerja organisasi. Era bisnis postmodern telah menunjukkan bahwa karyawan adalah aset dan organisasi harus berhati-hati dalam memilih kelompok karyawan (Highhouse et al., 2003). *Employer Recruiting Behavior* adalah perilaku perekrutan yang dilakukan oleh perusahaan bahwa perusahaan cenderung memilih kandidat yang memiliki keterampilan yang sesuai dengan pekerjaan, pengalaman kerja yang relevan, dan memiliki kepribadian yang cocok dengan budaya perusahaan. Selain itu, pengusaha juga mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas pendidikan, usia, jenis kelamin, dan latar belakang etnis dalam proses perekrutan (Behrenz, 2001).

Berdasarkan penjelasan tersebut *Employer Recruiting Behavior* merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi selama proses rekrutmen, mulai dari mencari kandidat potensial hingga memilih dan merekrut mereka.

3. Employee Commitment

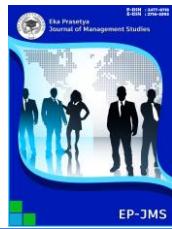
Komitmen karyawan atau organisasi yaitu ditunjukkan oleh kehadiran kerja karyawan yang teratur, kerja sehari penuh, dan kesediaan untuk melakukan kerja ekstra serta merangkul visi dan misi organisasi (Buitek et al., 2023). (Hamid et al., 2020), mendefinisikan *Employee Commitment* sebagai keadaan psikologis yang menandakan kekuatan hubungan karyawan dengan organisasi dan mencerminkan niat untuk mempertahankan hubungan tersebut. Komitmen karyawan mempunyai isu utama dan isu-isu terkait seperti meningkatnya biaya perekrutan, dan tingginya *turnover* telah memaksa organisasi untuk lebih memperhatikan komitmen karyawannya. Komitmen karyawan muncul sebagai penentu utama kinerja organisasi mana pun (Mowday et al., 2013).

Dapat disimpulkan *Employee Commitment* atau komitmen karyawan adalah tingkat dedikasi, loyalitas, dan keterlibatan yang dimiliki oleh seorang karyawan terhadap organisasi



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



tempat mereka bekerja. Ini mencakup keterikatan emosional dan motivasi yang mendorong seorang karyawan untuk berusaha memberikan kontribusi maksimal, bertahan dalam organisasi, dan berpartisipasi aktif dalam mencapai tujuan perusahaan.

4. Employee Productivity

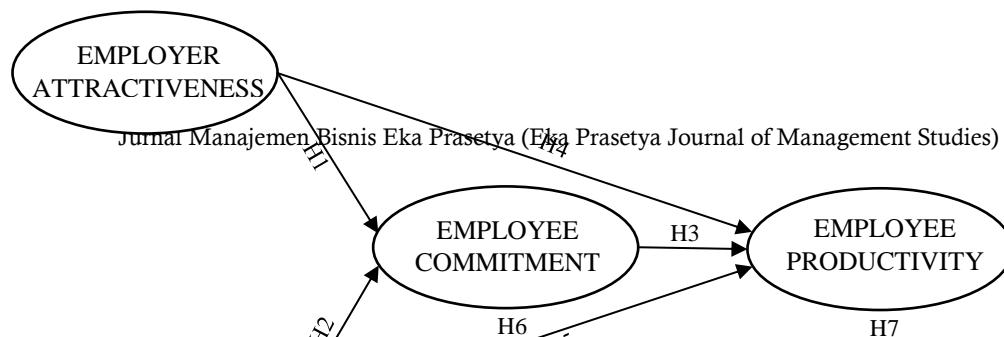
Employee Productivity adalah jantung dan jiwa dari perusahaan mana pun. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada kinerja karyawannya di tempat kerja (Pimpang, 2023). Produktivitas karyawan merupakan kemampuan untuk meningkatkan hasil tugas-tugas yang dicapai sesuai dengan standar yang telah ditentukan atau dengan meminimalkan waktu dan efisiensi karyawan dalam melakukan tugasnya (Kurniawan & Rimas, 2021). Produktivitas kerja merupakan ukuran keberhasilan individu menyelesaikan pekerjaan dalam waktu tertentu yang dikaitkan dengan standar kualitas dan kuantitas tertentu (Muhsin, & Siti Puryandani. 2019). Produktivitas karyawan, yaitu mengacu pada jumlah output yang dihasilkan oleh seorang karyawan dalam jangka waktu tertentu, sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan (Basahal et al., 2021).

Berdasarkan penjelasan diatas *Employee Productivity* atau produktivitas karyawan adalah ukuran efisiensi dan efektivitas seorang karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya di tempat kerja. Produktivitas karyawan dapat diukur berdasarkan hasil kerja yang dihasilkan dalam suatu periode waktu tertentu dibandingkan dengan sumber daya yang digunakan.

5. Kerangka Konseptual

Mencerminkan sejauh mana perusahaan dianggap menarik oleh calon karyawan atau karyawan yang ada. Faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik perusahaan bisa termasuk reputasi, budaya perusahaan, kebijakan kompensasi, dan lainnya. Mencakup cara perusahaan melakukan perekrutan dan seleksi karyawan. Ini bisa mencakup proses perekrutan, interaksi dengan calon karyawan, dan strategi perekrutan yang digunakan. Variabel perantara yang menghubungkan *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* dengan *Employee Productivity*. *Employee commitment* mencerminkan tingkat keterikatan emosional, normatif, dan kontinuasional karyawan terhadap perusahaan.

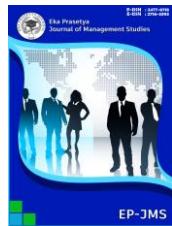
Dapat dilihat sebagai hasil dari daya tarik perusahaan dan pengalaman selama proses perekrutan. Menggambarkan seberapa baik karyawan SPG dalam menjalankan tanggung jawab mereka, termasuk dalam hal mempromosikan produk atau jasa perusahaan dan mencapai sasaran penjualan. Jadi, dapat mengasumsikan bahwa *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* memengaruhi *Employee Productivity* secara langsung, tetapi juga melalui pengaruhnya pada *Employee Commitment*. *Employee Commitment* bertindak sebagai mediator dalam hubungan ini, menghubungkan variabel independen dengan variabel dependen.





Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Gambar 1 – Rerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini berdasarkan pada studi terdahulu yang telah dilakukan Buitek et al., (2023); Pimppong, (2023). Rancangan penelitian ini dilakukan dengan cara Uji hipotesis untuk membuktikan pengaruh *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*. Digunakannya studi Korelasional untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang berhubungan dengan masalah. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data *Cross-Sectional* karena hanya dikumpulkan dalam satu periode waktu dimana unit analisisnya adalah individu yang merupakan karyawan dari Perusahaan Matahari *Departemen Store* di Bekasi Barat. Setting penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *Noncontrived Settings* yang mana penelitian ini dilakukan secara umum dan tidak membutuhkan tempat.

Variabel dan Pengukuran

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), definisi dari variabel yaitu sesuatu yang dapat memiliki makna yang beragam dan bahkan berbeda. Variabel memberikan nilai yang beragam untuk objek yang sama maupun objek yang berbeda. Dalam penelitian ini, digunakan 5 variabel yaitu *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* (Indipenden Variabel), *Employee Commitment* (Intervening Variabel), dan *Employee Productivity* (Dependen Variabel).

Terdapat 6 indikator pernyataan yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini, indikator nya diadopsi dari (Highhouse et al., 2003). Terdapat 8 indikator pernyataan yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini, indikator nya diadopsi dari (Powell, 1984). Terdapat 7 indikator pernyataan yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini, indikator nya diadopsi dari (Porter et al., 1974). Terdapat 7 indikator pernyataan yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini, indikator nya diadopsi dari (Pimppong, 2023).

Pengukuran pada variabel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala interval metode *Likert*, yang terdiri dari lima poin. Skala lima poin ini untuk mengukur sejauh mana responden setuju atau tidak setuju pada setiap item pernyataan diatas, dengan penjelasan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Cukup Setuju



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Teknik Pengambilan Sampel

Pendekatan pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yang dimana sampel dipilih dari sejumlah individu tertentu yang dapat memberikan data yang relevan atau sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik *purposive sampling* tersebut karena sesuai dengan penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak melibatkan generalisasi Sugiyono (2016).

Pengambilan sampel tersebut akan dilakukan yaitu dengan penyebaran kuesioner ke store Matahari yang ada di Bekasi Barat. Menurut (Hair et al., 2019) ketika melakukan pengumpulan sampel, jumlah sampel minimal yang bisa digunakan adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan atau maksimal 10 kali dari jumlah item pertanyaan.

Pada penelitian ini terdiri dari 28 item pertanyaan. Untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus yaitu: Ukuran sampel = jumlah pertanyaan x (5 atau 10).

Ukuran sampel minimal = $28 \times 5 = 140$

Ukuran sampel maksimal = $28 \times 10 = 280$

Dengan dasar penjelasan yang telah dijabarkan diatas, jumlah sampel minimal untuk penelitian ini yaitu 140 responden dan jumlah sampel maksimal yaitu 280 responden.

Uji Instrumen

Uji instrument adalah proses pengujian instrument penelitian sebelum digunakan. Untuk memastikan data yang akurat dan akhirnya dapat mengambil kesimpulan yang tepat, penting juga memiliki instrument yang valid, konsisten, dan tepat (reliable).

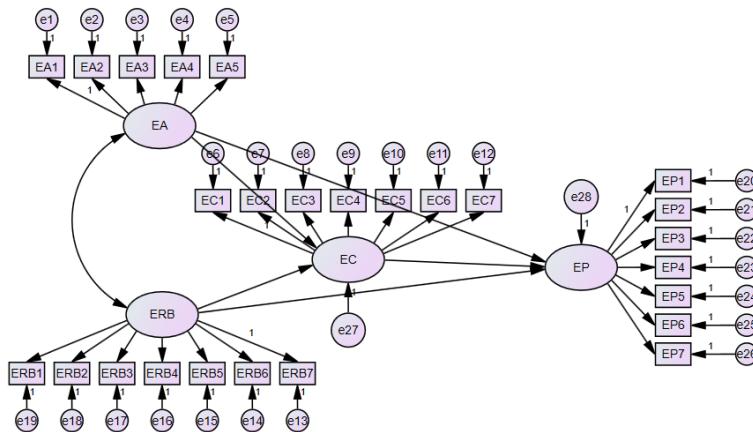
Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif bentuk rata – rata dengan *software SPSS* dan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software AMOS*. Sebelum melakukan analisis hipotesis dilakukan penilaian terhadap kesesuaian model secara keseluruhan (*overall fit models*) untuk memastikan bahwa model tersebut dapat mencerminkan seluruh pengaruh sebab akibat. (Hair et al., 2019) mengatakan bahwa pengujian *goodness of fit model* dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa kriteria pengukuran yaitu *Absolute Fit Measures*, *Incremental Fit Measures*, dan *Parsimonious Fit Measure*.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Gambar 2. Path Diagram SEM

Hasil Statistik Deskriptif

Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini ada 200 yang terdiri dari karyawan SPG Perusahaan Matahari di Bekasi Barat yaitu di Grand Mall Bekasi dan Mall Metropolitan Bekasi. Karakteristik responden terdiri dari gender Perempuan yaitu 159 orang dan Laki-laki 41 orang. Usia responden antara 17 sampai 25 tahun sebanyak 120 orang (60%), usia antara 26 sampai 35 tahun sebanyak 69 orang (34,5%), usia antara 36-40 tahun sebanyak 11 orang (5,5%). Responden berdasarkan Pendidikan terakhir, responden dengan pendidikan terakhir di jenjang SMP sebanyak 23 orang (11,5%), jenjang SMA sebanyak 118 orang (59%), jenjang D3 sebanyak 44 orang (22%), jenjang S1 sebanyak 15 orang (7,5%). Masa lama bekerja responden antara 0 sampai 2 tahun sebanyak 122 orang (61%), antara 3 sampai 5 tahun sebanyak 63 orang (31,5%), antara 6 sampai 10 tahun sebanyak 15 orang (7,5%).

4. HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Hipotesis

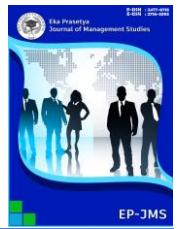
Hasil uji hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif signifikan *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*, pengaruh positif signifikan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*, pengaruh positif signifikan *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*, pengaruh positif signifikan *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*, pengaruh positif signifikan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*, pengaruh positif signifikan *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*, dan pengaruh positif signifikan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*. Pengambilan keputusan uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan *p-value* dengan level signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dan tingkat keyakinan 95%. Dasar pengambilan keputusan hipotesis dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika *p-value* < 0,05 maka H_0 tidak didukung, H_a didukung.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 didukung, H_a tidak didukung.

Adapun pembahasan dari masing-masing hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Analisis pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*.

Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a):

H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*

H_a : Terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*

Tabel 1. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employer Attractiveness</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Employee Commitment</i>	-0,220	0,095	H_1 tidak didukung

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Dari hasil olah data pada tabel 1. terdapat hasil estimasi -0,220 yang artinya *Employer Attractiveness* berpengaruh negative terhadap *Employee Commitment* dimana semakin tinggi nilai *Employer Attractiveness* maka semakin turun nilai *Employee Commitment*. Dengan nilai $p\text{-value}$ $0,095 > 0,05$ maka H_0 diterima sehingga tidak ada pengaruh antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*.

2. Analisis pengaruh *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*. Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a):

H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*

H_a : Terdapat pengaruh positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*

Tabel 2. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employer Recruiting Behavior</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Employee Commitment</i>	1,013	0,000	H_2 didukung

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Dari hasil olah data pada tabel 2. terdapat hasil estimasi 1,013 yang artinya *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif terhadap *Employee Commitment* dimana semakin tinggi nilai



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Employer Recruiting Behavior maka semakin baik nilai *Employee Commitment*. Dengan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ Ha didukung sehingga terdapat pengaruh positif signifikan antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*.

3. Analisis pengaruh *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*. Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha):

H0: Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*

Ha: Terdapat pengaruh positif antara *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*

Tabel 3. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employee Commitment berpengaruh positif signifikan terhadap Employee Productivity</i>	0,790	0,006	H3 didukung

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Dari hasil olah data pada tabel 3. terdapat hasil estimasi 0,790 yang artinya *Employee Commitment* berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity* karena semakin tinggi nilai *Employee Commitment* maka semakin baik nilai *Employee Productivity*. Dengan nilai *p-value* $0,006 < 0,05$ Ha didukung sehingga terdapat pengaruh positif signifikan antara *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*.

4. Analisis pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*. Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha):

H0: Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*

Ha: Terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*

Tabel 4. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employer Attractiveness berpengaruh positif signifikan terhadap Employee Productivity</i>	0,008	0,48	H4 tidak didukung

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Dari hasil olah data pada tabel 4. terdapat hasil estimasi 0,008 yang artinya *Employer Attractiveness* berpengaruh negatif terhadap *Employee Productivity* dimana semakin tinggi nilai *Employer Attractiveness* maka semakin turun nilai *Employee Productivity*. Dengan nilai *p-value* $0,48 > 0,05$



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



maka H0 diterima sehingga tidak ada pengaruh antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*.

5. Analisis pengaruh *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*
Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*. Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha):
H0: Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*
Ha: Terdapat pengaruh positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*

Tabel 5. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employer Recruiting Behavior</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Employee Productivity</i>	0,246	0,24	H5 tidak didukung

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Dari hasil olah data pada tabel 5. terdapat hasil estimasi 0,246 yang artinya *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh negative terhadap *Employee Productivity* dimana semakin tinggi nilai *Employer Recruiting Behavior* maka semakin turun nilai *Employee Productivity*. Dengan nilai *p-value* $0,24 > 0,05$ maka H0 diterima sehingga tidak ada pengaruh antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*.

6. Analisis pengaruh *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*
Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*. Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha):
H01: Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*
Ha1: Terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*

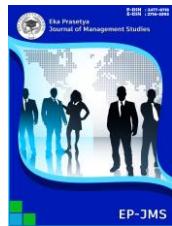
Tabel 6. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employer Attractiveness</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Employee Productivity</i>	-1,162	0,061	H6 tidak didukung



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

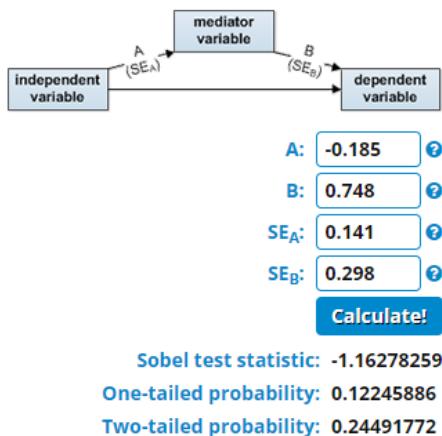
(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



yang dimediasi oleh <i>Employee Commitment</i>			
-----------------------------------------------------------	--	--	--

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Pada tabel 6. terdapat hasil olah data menggunakan *sobel test* yang didapatkan nilai estimate sebesar -1,162 yang artinya *Employer Attractiveness* berpengaruh negative terhadap *Employee Productivity*. Adapun nilai p-value yang dihasilkan sebesar $0,061 > 0,005$ artinya Ha tidak didukung dimana secara negative antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*.



Gambar 1. Uji Sobel

Sumber: *sobel test*

7. Analisis pengaruh *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*. Berikut yaitu bunyi dari hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha):

H0: Tidak terdapat pengaruh positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*

Ha: Terdapat pengaruh positif antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*.

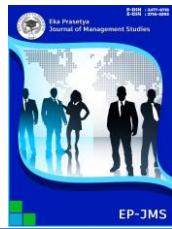
Tabel 7. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate B	p-value	Keputusan
<i>Employer Recruiting Behavior</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Employee Productivity</i>	2,05	0,01	H7 didukung



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

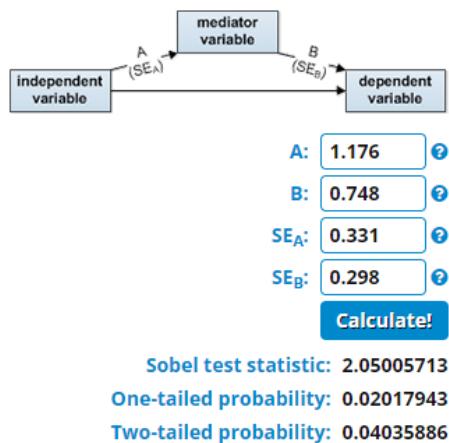
(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



yang dimediasi oleh <i>Employee Commitment</i>			
-----------------------------------------------------------	--	--	--

Sumber: Data diolah dengan AMOS

Pada tabel 7. terdapat hasil olah data menggunakan *sobel test* yang didapatkan nilai estimate sebesar 2,05 yang artinya *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity*. Adapun nilai p-value yang dihasilkan sebesar $0,01 < 0,005$ artinya Ha didukung dimana secara positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*.



Gambar 2. Uji Sobel

Sumber: *sobel test*

Pembahasan

Berdasarkan hipotesis tersebut, terdapat pembahasan dari masing-masing hasil penelitian sebagai berikut:

H1 : *Employer Attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Commitment*

Hasil data diatas menunjukkan salah satu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak memiliki pengaruh positif signifikan yaitu antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Commitment*, artinya dengan adanya *Employer Attracitiveness* perusahaan belum dapat mengatasi masalah tingkat *Employee Commitment* karyawan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Akuratiya, 2017) yang dijelaskan bahwa *Employer Attractiveness* berpengaruh terhadap *Employee Commitment*. Pada pembahasan hipotesis ini dapat dijelaskan bahwa jika karyawan memiliki ketertarikan terhadap perusahaan yang memiliki brand yang baik yang tentunya memunculkan harapan untuk dikenal dan diakui hasil kerjanya dan berkesempatan untuk pengembangan karir di masa depan belum dapat meningkatkan *Employee Commitment* oleh karyawan *Sales Promotion Girl (SPG)* Perusahaan Matahari Bekasi Barat. Tingkat persepsi karyawan *Sales Promotion Girl (SPG)* Perusahaan Matahari Bekasi Barat mengenai keunggulan kompetitif organisasi, dimana Perusahaan Matahari Bekasi Barat dipandang sebagai tempat terbaik untuk bekerja tidak dapat memberikan ikatan yang



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



menghubungkan karyawan SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat dengan Perusahaan Matahari Bekasi Barat dan ini dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan SPG tersebut.

H2 : *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Commitment*

Pengujian hipotesis kedua disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Commitment*. Artinya dengan adanya *Employer Recruiting Behavior* pada perusahaan dapat meningkatkan *Employee Commitment* karyawan terhadap perusahaan tersebut. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Para'pak, 2015) menemukan bahwa *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh langsung positif terhadap *Employee Commitment*. Penelitian dari (Alansaari et al., 2019) juga mengemukakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara proses rekrutmen terhadap *Employee Commitment*. Semakin tinggi nilai *Employer Recruiting Behavior* perusahaan maka semakin tinggi pula pengambilan sikap *Employee Commitment* terhadap perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tingkatan nilai *Employer Recruiting Behavior* Perusahaan Matahari Bekasi Barat akan memengaruhi *Employee Commitment* terhadap perusahaan tersebut. Proses rekrutmen dan seleksi dipandang sebagai kegiatan penting dan merupakan salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia, hal ini berdampak positif terhadap kinerja Perusahaan Matahari Bekasi Barat khususnya dalam mewujudkan tujuan dan target akhir perusahaan. Oleh karena itu, pihak Perusahaan Matahari Bekasi Barat dalam meningkatkan *Employee Commitment* pada karyawan dapat melalui program *Employer Recruiting Behavior* Perusahaan yang bagus.

H3 : *Employee Commitment* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*

Pengujian hipotesis ketiga disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *Employee Commitment* terhadap *Employee Productivity*. Artinya dengan adanya *Employee Commitment* pada perusahaan dapat meningkatkan *Employee Productivity* terhadap perusahaan tersebut. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Balushi et al., 2022) menemukan bahwa *Employee Commitment* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*. Penelitian lain dari (Pimpong, 2023) juga menemukan bahwa *Employee Commitment* berpengaruh terhadap *Employee Productivity*. Semakin tinggi nilai *Employee Commitment* maka semakin tinggi pula pengambilan sikap *Employee Productivity* terhadap perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tingkatan nilai *Employee Commitment* Perusahaan Matahari Bekasi Barat akan memengaruhi *Employee Productivity* terhadap perusahaan tersebut. Karyawan SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat yang melakukan upaya ekstra dapat membuat perbedaan besar dalam produktivitas kinerja mereka. Meningkatkan produktivitas karyawan SPG adalah salah satu tujuan paling penting dari Perusahaan Matahari Bekasi Barat. Oleh karena itu, pihak Perusahaan Matahari Bekasi Barat dalam meningkatkan *Employee Productivity* pada karyawan dapat meningkatkan *Employee Commitment* terhadap Perusahaan.

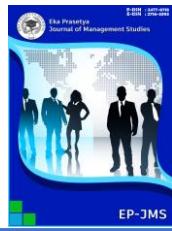
H4 : *Employer Attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*

Hasil data diatas menunjukkan salah satu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak memiliki pengaruh positif signifikan yaitu antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity*, artinya dengan adanya *Employer Attractiveness* terhadap perusahaan belum dapat mengatasi masalah tingkat *Employee Productivity* karyawan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



yang dilakukan oleh (Nguyen et al., 2021) mengemukakan bahwa *Employer Attractiveness* berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai karena lingkungan kerja merupakan faktor penting dalam *Employee Productivity*. Pada pembahasan hipotesis ini dapat dijelaskan bahwa jika karyawan memiliki ketertarikan terhadap perusahaan yang memiliki brand yang baik yang tentunya memunculkan harapan untuk dikenal dan diakui hasil kerjanya dan berkesempatan untuk pengembangan karir di masa depan belum dapat meningkatkan hasil tugas-tugas yang harus dicapai mereka sesuai dengan standar yang telah ditentukan Perusahaan. Tingkat persepsi karyawan *Sales Promotion Girl (SPG)* Perusahaan Matahari Bekasi Barat mengenai keunggulan kompetitif organisasi, dimana Perusahaan Matahari Bekasi Barat dipandang sebagai tempat terbaik untuk bekerja tidak dapat meningkatkan *Employee Productivity* SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat.

H5 : *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*

Hasil data diatas menunjukkan salah satu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak memiliki pengaruh positif signifikan yaitu antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity*, artinya dengan adanya *Employer Recruiting Behavior* oleh perusahaan belum dapat mengatasi masalah tingkat *Employee Productivity* karyawan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sahputri et al., 2023) proses *Recruiting* karyawan berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity*. Penelitian lain dari (Surya Bakti & Hwihanus, 2023) juga menemukan bahwa *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*. Pada pembahasan hipotesis ini dapat dijelaskan bahwa rekrutmen merupakan peran dan fungsi mendasar dari manajemen sumber daya manusia, hal ini menunjukkan program komprehensif untuk memilih, menarik, memperoleh, dan menunjuk kandidat yang memadai untuk pekerjaan (baik sementara maupun permanen) dalam perusahaan. Namun dalam proses ini, ternyata belum dapat meningkatkan *Employee Productivity* terhadap perusahaan. Tingkat persepsi karyawan *Sales Promotion Girl (SPG)* mengenai proses *Employer Recruiting Behavior* Perusahaan Matahari Bekasi Barat dipandang belum dapat meningkatkan *Employee Productivity* SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat.

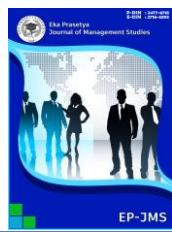
H6 : *Employer Attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*

Hasil data diatas menunjukkan salah satu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak memiliki pengaruh positif signifikan yaitu antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*. Artinya dengan adanya *Employee Commitment* sebagai mediator belum dapat memengaruhi antara *Employer Attrractiveness* dengan *Employee Productivity* karyawan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dassler et al., 2022), dimana menyatakan ada keterkaitan hubungan antara *Employer Attractiveness*, *Employee Productivity*, dan *Employee Commitment*. Pada pembahasan hipotesis ini dapat dijelaskan bahwa *Employee Commitment* kurang tepat dijadikan mediator antara *Employer Attrractiveness* dengan *Employee Productivity*. Padahal *Employee Commitment* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*. Namun penelitian ini juga menemukan bahwa *Employer Attrractiveness* tidak memengaruhi *Employee Productivity*. Sehingga *Employee Commitment* karyawan SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat kurang tepat dalam menjadikan tolak ukur Perusahaan Matahari Bekasi Barat



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



dalam meningkatkan *Employer Attractiveness* dengan *Employee Productivity*. Hasil temuan ini, menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor lain yang lebih dominan yang dapat menjadi mediator antara *Employer Attractiveness* dengan *Employee Productivity* dalam lingkungan kerja SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat.

H7: *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*

Hasil data diatas menunjukkan salah satu hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif signifikan yaitu antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*. Artinya dengan adanya *Employee Commitment* sebagai mediator belum dapat memengaruhi antara *Employer Recruiting Behavior* dengan *Employee Productivity* karyawan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mudefi et al., 2023) yang menemukan bahwa rekrutmen yang tepat akan meningkatkan *Employee Commitment* yang tinggi sehingga berpengaruh terhadap *Employee Productivity*. Pada pembahasan hipotesis ini dapat dijelaskan bahwa *Employee Commitment* tepat dijadikan mediator antara *Employer Recruiting Behavior* dengan *Employee Productivity*. Padahal *Employer Recruiting Behavior* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Employee Productivity*. Namun dengan adanya *Employee Commitment* dapat menjadikan kedua variabel tersebut berpangku positi. Sehingga *Employee Commitment* karyawan SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat tepat dalam menjadikan tolak ukur Perusahaan Matahari Bekasi Barat dalam meningkatkan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* karyawan SPG. Hasil temuan ini, Perusahaan Matahari Bekasi Barat dapat meningkatkan *Employee Productivity* karyawan SPG mereka dengan mengadakan program *Employer Recruiting Behavior* dan meningkatkan *Employee Commitment* SPG Perusahaan Matahari Bekasi Barat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang menguji hubungan antara *Employer Attractiveness* dan *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment* Pada Karyawan Sales Promotion Girl (SPG) Perusahaan Matahari Bekasi Barat, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengolahan pada statistik deskriptif mengenai indikator *Employer Attractiveness*, *Employer Recruiting Behavior*, *Employee Commitment* dan *Employee Productivity* pada perusahaan Matahari di Bekasi Barat menunjukkan hasil bahwa perusahaan merasakan adanya *Employer Attractiveness*, *Employer Recruiting Behavior*, *Employee Commitment* dan *Employee Productivity* pada perusahaan Matahari di Bekasi Barat. Perusahaan akan merasa lebih bersemangat dan berkomitmen untuk meningkatkan kinerja karyawan.
2. *Employer Attractiveness* tidak berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity*, artinya karyawan menganggap *Employee Productivity* karyawan perusahaan Matahari di Bekasi Barat tidak dipengaruhi oleh *Employer Attractiveness*. Hasil temuan ini, menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi hubungan ini dalam lingkungan kerja perusahaan Matahari di Bekasi Barat.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



3. *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity*, karyawan menganggap *Employee Productivity* karyawan perusahaan Matahari di Bekasi Barat dipengaruhi oleh *Employer Recruiting Behavior* oleh perusahaan. Hasil temuan ini, dapat digunakan oleh manager perusahaan Matahari di Bekasi Barat meningkatkan program *Employer Recruiting Behavior* agar dapat meningkatkan *Employee Productivity* perusahaan Matahari di Bekasi Barat.
4. *Employer Attractiveness* berpengaruh positif terhadap *Employee Commitment*, artinya karyawan menganggap *Employee Commitment* karyawan terhadap perusahaan Matahari di Bekasi Barat dipengaruhi oleh *Employer Attractiveness*. Hasil temuan ini, dapat digunakan oleh manager perusahaan Matahari di Bekasi Barat meningkatkan *Employer Attractiveness* agar dapat meningkatkan *Employee Commitment* karyawan terhadap perusahaan Matahari di Bekasi Barat.
5. *Employer Recruiting Behavior* tidak berpengaruh positif terhadap *Employee Commitment*, artinya karyawan menganggap *Employee Commitment* karyawan terhadap perusahaan Matahari di Bekasi Barat tidak dipengaruhi oleh *Employer Recruiting Behavior*. Hasil temuan ini, menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi hubungan ini dalam lingkungan kerja perusahaan Matahari di Bekasi Barat.
6. *Employee Commitment* tidak berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity*, artinya karyawan menganggap *Employee Productivity* karyawan terhadap perusahaan Matahari di Bekasi Barat tidak dipengaruhi oleh *Employee Commitment*. Hasil temuan ini, menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi hubungan ini dalam lingkungan kerja perusahaan Matahari di Bekasi Barat.
7. *Employer Attractiveness* tidak berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*, artinya *Employee Commitment* tidak mampu menjadi mediator antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* pada perusahaan Matahari di Bekasi Barat. Hasil temuan ini, menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor lain yang lebih dominan yang dapat menjadi mediator antara *Employer Attractiveness* terhadap *Employee Productivity* pada perusahaan Matahari di Bekasi Barat.
8. *Employer Recruiting Behavior* berpengaruh positif terhadap *Employee Productivity* yang dimediasi oleh *Employee Commitment*, artinya *Employee Commitment* mampu menjadi mediator antara *Employer Recruiting Behavior* terhadap *Employee Productivity* pada perusahaan Matahari di Bekasi Barat. Hasil temuan ini, dapat digunakan oleh manager perusahaan Matahari di Bekasi Barat meningkatkan *Employee Productivity* agar membuat program *Employer Recruiting Behavior* dan dapat meningkatkan *Employee Commitment* karyawan terhadap perusahaan Matahari di Bekasi Barat.

REFERENSI

- Alansaari, O. I. A., Yusoff, R. B. M. D., & Ismail, F. B. (2019). The mediating effect of employee commitment on recruitment process towards organizational performance in uae organizations. *Management Science Letters*, 9(1), 169–182. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.10.007>
- Anuradha Akuratiya, D. (2017). Influence Of Perceived Employer Branding On Perceived Organizational Culture, Employee Identity And Employee Commitment. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 6, 8. www.ijstr.org



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)

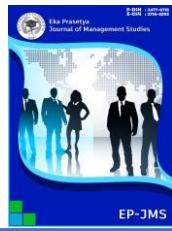


- Azizah, W. (2022). Mengenal Business Model Canvas Retail Kecantikan Sociolla. <https://doi.org/10.31219/osf.io/5zysd>
- Basahal, A., Ahmed Jelli, A., Alsabban, A. S., Basahel, S., & Bajaba, S. (2021). Factors Influencing Employee Productivity – A Saudi Manager's Perspective. *International Journal of Business and Management*, 17(1), 39. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v17n1p39>
- Bawa, M. A. (2017). EMPLOYEE MOTIVATION AND PRODUCTIVITY: A REVIEW OF LITERATURE AND IMPLICATIONS FOR MANAGEMENT PRACTICE International Journal of Economics, Commerce and Management EMPLOYEE MOTIVATION AND PRODUCTIVITY: A REVIEW OF LITERATURE AND IMPLICATIONS FOR MANAGEMENT PRACTICE. In *Article in International Journal of Commerce and Management*. <http://ijecm.co.uk/>
- Behrenz, L. (2001). Who Gets the Job and Why? an Explorative Study of Employers'recruitment Behavior. *Journal of Applied Economics*, 4(2), 255–278. <https://doi.org/10.1080/15140326.2001.12040565>
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>
- Buitek, E., Kaliyeva, S. A., Turginbayeva, A. N., Meldakhanova, M. K., & Shaikh, A. A. (2023). How much does an employer's attractiveness matter to youth employment? Evidence from a developing country. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. <https://doi.org/10.1108/APJBA-02-2023-0086>
- Dassler, A., Khapova, S. N., Lysova, E. I., & Korotov, K. (2022). Employer Attractiveness From an Employee Perspective: A Systematic Literature Review. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 13). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.858217>
- Eka Safitri, A., & Gilang, A. (2020). Pengaruh Stres Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT.Telkom Witel Bekasi. 4(1).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION*. www.cengage.com/highered
- Hamid, R., Sentryo, I., & Hasan, S. (2020). Online learning and its problems in the Covid-19 emergency period. *Jurnal Prima Edukasia*, 8(1), 86–95. <https://doi.org/10.21831/jpe.v8i1.32165>
- Hanafi, A., kunci, K., & Karyawan, K. (2018). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN DISIPLIN KERJA SERTA MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN EFFECT OF WORK ENVIRONMENT AND WORK DISCIPLINE AND WORK MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE. *DIMENSI*, 7(2), 406–422.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986–1001. <https://doi.org/10.1177/0013164403258403>
- Jiang, T., & Iles, P. (2011). Employer-brand equity, organizational attractiveness and talent management in the Zhejiang private sector, China. *Journal of Technology Management in China*, 6(1), 97–110. <https://doi.org/10.1108/17468771111105686>
- Khalid, S., & Tariq, S. (2015). IMPACT OF EMPLOYER BRAND ON SELECTION AND RECRUITMENT PROCESS. In *Pakistan Economic and Social Review* (Vol. 53, Issue 2).
- Kurniawan, I. S., & Rimas, M. E. (2021). THE EFFECT OF WORK ENVIRONMENT, MOTIVATION, AND WORK EXPERIENCE ON EMPLOYEE PRODUCTIVITY OF KUD PAMA IMU ENDE. In *Balance: Jurnal Ekonomi* (Vol. 17).



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Luqyana Qanita, M., Yulinda Sari, F., Sarah Pande Iroot, A., Lie, D., & Bonggo Pribadi, R. (2022). GAMBARAN ORGANIZATIONAL COMMITMENT PADA KARYAWAN TALENT DI PT X A DESCRIPTIVE STUDY OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT AMONG TALENT EMPLOYEES AT PT X. In *Psyche: Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.uml.ac.id/TIT>
- Mahlaha, K., Sukdeo, N., & Mofokeng, V. (2020). *A Lean 7S methodology framework to improve efficiency and organizational performance: A review study in an SME organization.*
- Mowday, R., Porter, L., Steers, R., & Warr, P. (2013). Book Review: Organization: Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism & Turnover. In *ILR Review* (Issue 2). SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/001979398503800228>
- Mudefi, S., Ruma, Z., Akbar, A., Hasbiah, S., & Kurniawan, A. W. (2023). *THE INFLUENCE OF EMPLOYEE RECRUITMENT SYSTEM AND PERFORMANCE ON INCREASING EMPLOYEE PRODUCTIVITY BANYORANG COFFEE PROCESSING CENTER TOMPOBULU DISTRICT, BANTAENG REGENCY* (Vol. 1). <https://ecbis.net/index.php/go/index>
- Narpati, B., Fadhli Nursal, M., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2020). PENGARUH TURNOVER INTENTION DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA SALES PROMOTION GIRL (SPG) MATAHARI DEPARTMENT STORE-BEKASI. In *Online Business Management Analysis Journal (BMAJ)* (Vol. 3, Issue 2).
- Nguyen, H. M., & Nguyen, L. V. (2022). Employer attractiveness, employee engagement and employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2021-0232>
- Nguyen, M. H., Luan, N. V., & Khoa, B. T. (2021). Employer attractiveness and employee performance: an exploratory study. *Journal of System and Management Sciences*, 11(1), 97–123. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2021.0107>
- Ogaboh, A. (2015). *Work Environment and Employees' Commitment in Agro-Based Industries in Cross River State, Nigeria Work Environment and Employees' Commitment in Agro-Based Industries in Cross River*. <https://www.researchgate.net/publication/330703387>
- Para'pak, M. (2015). *PENGARUH REKRUTMEN, DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KEPALA SEKOLAH DASAR KABUPATEN MANOKWARI THE EFFECTS OF RECRUITMENT, AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT ON JOB PERFORMANCE OF HEADMASTER OF ELEMENTARY SCHOOL AT MANOKWARI REGENCY.*
- Pimpong, M. (2023). Work Environmental Factors and its Impact on Employee Productivity: The Mediating Role of Employee Commitment. *E-Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 916–935. <https://doi.org/10.38159/ehass.2023482>
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). ORGANIZATIONAL COMMITMENT, JOB SATISFACTION, AND TURNOVER AMONG PSYCHIATRIC TECHNICIANS J. In *Journal of Applied Psychology* (Vol. 59, Issue 5).
- Powell, J. L. (1984). LEAST ABSOLUTE DEVIATIONS ESTIMATION FOR THE CENSORED REGRESSION MODEL*. In *Journal of Econometrics* (Vol. 25).
- Rimadias, S., Lia, D., & Pratiwi, K. (2017). *PLANNED BEHAVIOR PADA E-RECRUITMENT SEBAGAI PENGGERAK INTENTION TO APPLY FOR WORK (Kasus Fresh Graduate Pada UNIVERSITAS SWASTA DI JAKARTA)*. www.bps.go.id



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Sahputri, A., Aslami, N., & Dharma, B. (2023). Analysis of Human Resources Development Strategy in Increasing Employee Productivity at PMKS PT. Pandawa's Ray. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, XIII(2), 358–371. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\)](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2))
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: Employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product and Brand Management*, 22(7), 473–483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>
- Surya Bakti, & Hwihanus. (2023). Analysis of the Effect of Recruitment, Management Efforts, Selection Criteria and Service Quality on Organizational Productivity with Employee Improvement as a Moderation Variable. *KALIANDA HALOK GAGAS*, 6(2). <https://doi.org/10.52655/khg.v6i2.78>
- Sutarman, A., & Sunardi, N. (2022). The Role of Organizational Commitment and Employee Compensation in Increasing Employee Productivity In The Pharmaceutical Industry. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 6(1), 54. <https://doi.org/10.32493/frkm.v6i1.25636>
- Tariq Haji Balushi, A. AL, Jalagat, R. C., Professor Al Zahra, A., Bashayreh, A., & -Assessing, J. (2022). *Assessing the Impact of Remote Working, Work-Life Balance, and Organizational Commitment on Employee Productivity Work-Life Balance, and Organizational Commitment on Employee Productivity*. www.euacademic.org
- Uganda, I., Mugizi, W., & Nuwatuhaire, B. (2018). Recruitment, Selection and Employee Commitment of Academic Staff in the Context of a Private University. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 3). www.ijisrt.com75