

Pengaruh *Employer Branding* dan Pengembangan Karir Terhadap Loyalitas Karyawan Di RSU XYZ Karawang

¹Lilis Nurjanah, ¹Junengsih, ¹Supriyadi

¹Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Pertiwi, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi: 22120036@pertiwi.ac.id

Submit : 21 Jul 2026 | Diterima : 07 Agust 2026 | Terbit : 10 Agust 2026

ABSTRACT

This study examines the effects of Employer Branding and Career Development on Employee Loyalty. Employee loyalty plays a crucial role in ensuring organizational sustainability and supporting the achievement of strategic objectives. Consequently, organizations need to establish a strong employer brand and provide structured career development opportunities to foster higher levels of employee loyalty. This study employed a quantitative research design using descriptive and explanatory approaches. The study population consisted of employees within the organization, with a sample of 150 respondents selected through a non-probability sampling technique. Data were collected using a structured questionnaire measured on a five-point Likert scale. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, correlation analysis, coefficient of determination analysis, partial significance tests (t-tests), and simultaneous significance tests (F-tests). The findings indicate that, individually, Employer Branding has a statistically significant effect on Employee Loyalty ($t = -4.533, p < 0.001$). Career Development also demonstrates a positive and statistically significant effect on Employee Loyalty ($t = 7.120, p < 0.001$). Simultaneously, Employer Branding and Career Development have a significant effect on Employee Loyalty ($F = 73.583, p < 0.001$). The coefficient of determination (R^2) of 0.500 indicates that the two independent variables jointly explain 50.0% of the variance in Employee Loyalty, while the remaining 50.0% is attributable to factors not examined in this study. Based on these findings, organizations are encouraged to strengthen their employer branding strategies and implement more structured and sustainable career development programs to enhance employee loyalty and support the achievement of organizational objectives.

Keywords: *Employer Branding, Career Development, Employee Loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Employer Branding* dan Pengembangan Karier terhadap Loyalitas Karyawan. Loyalitas karyawan merupakan salah satu faktor penting yang mendukung keberlangsungan dan pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun citra yang baik sebagai tempat bekerja serta menyediakan kesempatan pengembangan karier bagi karyawan agar loyalitas mereka semakin meningkat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan *verifikatif*. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan perusahaan dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang ditentukan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji parsial (t), dan uji simultan (F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Employer Branding* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan dengan nilai t hitung = -4,533 dan signifikansi < 0,001. Sementara itu, Pengembangan Karier berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan dengan nilai t hitung = 7,120 dan signifikansi < 0,001. Secara simultan, *Employer Branding* dan Pengembangan Karier berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan, dengan nilai F hitung = 73,583 dan signifikansi < 0,001. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,500 menunjukkan bahwa 50,0% variasi Loyalitas Karyawan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan 50,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk memperkuat strategi *Employer Branding* serta mengembangkan program pengembangan karier yang lebih terarah dan berkelanjutan guna meningkatkan loyalitas karyawan dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Kata Kunci: *Employer Branding*, Pengembangan Karier, Loyalitas Karyawan.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset strategis dalam organisasi, khususnya di sektor pelayanan kesehatan yang sangat bergantung pada kompetensi, profesionalisme, dan komitmen tenaga kerjanya. Kualitas pelayanan rumah sakit tidak hanya ditentukan oleh sarana dan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam menarik, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kesehatan yang berkualitas. Di tengah meningkatnya persaingan antar rumah sakit, pengelolaan SDM menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas karyawan serta menjaga keberlangsungan pelayanan kesehatan (Kemenkes, 2023).

Indonesia memiliki 2.636 rumah sakit umum dan 519 rumah sakit khusus pada tahun 2023 yang bersaing dalam memperoleh tenaga kesehatan terbaik. Kondisi tersebut mendorong rumah sakit untuk menerapkan strategi manajemen SDM yang mampu meningkatkan loyalitas karyawan sehingga dapat menekan tingkat *turnover* dan menjaga kualitas pelayanan (Kemenkes, 2023).

Salah satu strategi yang dinilai mampu meningkatkan loyalitas karyawan adalah *employer branding*, yaitu upaya organisasi membangun citra sebagai tempat kerja yang menarik melalui budaya organisasi, reputasi, dan nilai yang ditawarkan kepada karyawan (Backhaus & Tikoo, 2004 dalam Saghari et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa *employer branding* yang kuat berpengaruh positif terhadap loyalitas dan retensi karyawan (Anas Abdelsatar Mohammad Salameh, 2023). Selain itu, pengembangan karier juga menjadi faktor penting karena memberikan kesempatan bagi karyawan untuk meningkatkan kompetensi dan mencapai jenjang karier yang lebih baik. Kesempatan pengembangan karier terbukti meningkatkan kepuasan kerja, komitmen organisasi, serta menurunkan keinginan karyawan untuk meninggalkan organisasi (Bradacs et al., 2025; Wu & Liu, 2022).

Rumah Sakit Umum XYZ sebagai salah satu rumah sakit swasta di Kabupaten Karawang menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas karyawan. Berdasarkan data kepegawaian periode 2023–2025, rumah sakit masih mengalami tingkat *turnover* yang relatif tinggi serta permasalahan kedisiplinan karyawan. Kondisi tersebut berpotensi mengganggu efektivitas operasional dan kualitas pelayanan sehingga diperlukan upaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas karyawan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *employer branding* dan pengembangan karier terhadap loyalitas karyawan pada Rumah Sakit Umum XYZ. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi manajemen SDM, khususnya dalam meningkatkan loyalitas dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas di sektor pelayanan kesehatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis pengaruh lembur kerja dan beban kerja terhadap *employee work-life balance* pada karyawan RSU XYZ. Menurut Sugiyono (2022), penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan menggambarkan suatu fenomena berdasarkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode statistik sehingga menghasilkan kesimpulan yang objektif. RSU XYZ merupakan perusahaan manufaktur komponen otomotif yang menerapkan sistem kerja berorientasi pada pencapaian target produksi, sehingga karyawan, khususnya pada Departemen Produksi, dihadapkan pada intensitas lembur dan beban kerja yang relatif tinggi. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi *employee work-life balance*, yaitu kemampuan karyawan dalam menyeimbangkan tuntutan pekerjaan dengan kehidupan pribadi, keluarga, dan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh lembur kerja dan beban kerja sebagai variabel independen terhadap *employee work-life balance* sebagai variabel dependen.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2022), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan RSU XYZ Karawang yang berjumlah 300 orang. Populasi tersebut mencakup karyawan pada bagian medis maupun non-medis yang memiliki masa kerja di atas 1 tahun di lingkungan rumah sakit.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono (2022), sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi agar dapat diteliti. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus

Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) tertentu, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 150 orang karyawan RSUD XYZ Karawang.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Secara lebih spesifik, dapat digunakan simple random sampling, sehingga setiap karyawan memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian. Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah karyawan aktif Rumah Sakit XYZ yang berstatus sebagai karyawan tetap maupun karyawan kontrak. Responden yang dipilih telah memiliki masa kerja minimal satu tahun agar memiliki pemahaman yang memadai mengenai kondisi kerja, kebijakan organisasi, serta budaya kerja yang berlaku di Rumah Sakit XYZ. Selain itu, responden harus bersedia berpartisipasi dalam penelitian dengan mengisi kuesioner secara lengkap dan berasal dari berbagai unit kerja yang ada di rumah sakit, baik tenaga medis, paramedis, maupun tenaga penunjang non-medis. Penetapan kriteria tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan sehingga dapat menggambarkan kondisi loyalitas karyawan secara lebih objektif sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mekanisme apa yang akan diterapkan untuk mengolah data yang telah berhasil dikumpulkan. Peneliti menerapkan Regresi Linear Berganda untuk mengolah data dengan alasan alat analisis tersebut cocok dengan karakteristik variabel dan sesuai dengan tujuan penelitian. Merujuk pada analisis Regresi Linear Berganda adalah alat analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antar variabel atau mencari pengaruh antar variabel. Pemodelan penelitian ini berdasarkan Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Seleksi Item (Validitas dan Reliabilitas)

- 1) Uji Validitas, Uji validitas dimaksudkan untuk menilai apakah hasil jawaban dari responden berdasarkan kuesioner yang diberikan mereka sudah representatif dengan indikator yang digunakan (Ghozali, 2016:47). Hasil uji validitas akan memuat dua kemungkinan yakni valid atau tidak valid. Item-item yang dinyatakan tidak valid disebut sebagai item gugur sehingga harus dieliminasi dan tidak diikuti sertakan dalam proses Regresi Linear Berganda. Menurut Ghozali (2016:49) sebuah item dikatakan valid bila memiliki Signifikansi (Sig.) < 0.05.
- 2) Uji Reliabilitas, Reliabilitas berasal dari kata reliabel yang artinya konsisten. Uji reliabilitas merupakan uji seleksi item untuk memastikan apakah jawaban (data) yang diberikan oleh responden sifatnya reliabel atau tidak reliabel (Ghozali, 2016:51). Hasil uji reliabilitas memiliki dua kemungkinan yakni reliabel dan tidak reliabel. Menurut Ghozali (2016:52) sebuah variabel dinyatakan reliabel bila mencatatkan nilai *cronbach's alpha* > 0.7. Semakin mendekati 1 maka reliabilitasnya semakin sempurna.

Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas, Menurut Sugiyono (2016:66) uji normalitas ialah uji yang dimaksudkan untuk melihat sifat distribusi data. Sifat distribusi data tersebut merujuk pada apakah residu data tersebar secara merata atau tidak merata. Sebuah model penelitian dikatakan terbebas dari masalah normalitas apabila mencatatkan nilai Sig. > 0.05. Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menyelesaikan uji normalitas adalah pendekatan Kolmogorov-Smirnov.
- 2) Uji Multikolinearitas, Keterikatan yang terlalu kuat dan sempurna antar variabel independen akan menyebabkan gangguan pada hubungannya dengan variabel dependen. Oleh karena itu, sebuah model dianjurkan untuk tidak ada keterikatan yang sempurna antar variabel independen. Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menilai atau mengukur seberapa kuat keterikatan antar variabel bebas pada suatu model. Menurut Sugiyono (2016:69) keterikatan antar variabel bebas disimpulkan lemah bila VIF (*variance inflation factor*) mencatatkan nilai < 10.
- 3) Uji Heteroskedastisitas, Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk mengetahui bagaimana sifat varian residu. Model penelitian dianjurkan memiliki sifat varian residu yang konstan agar dapat meminimalisir kesalahan prediksi pada model. Menurut Sugiyono (2016:69) sebuah data disimpulkan memiliki varian residu konstan bila mencatatkan nilai Sig. > 0.05. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini untuk menyelesaikan uji heteroskedastisitas adalah pendekatan Breusch-Pagan.

Uji Hipotesis

- 1) Uji Hipotesis Simultan (Uji F) Uji hipotesis simultan merupakan hipotesis yang ditujukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara semua variabel independen yang ada pada model terhadap variabel terikat. Sekaran dan Bougie (2016:77) menetapkan standar aturan dalam penilaian uji hipotesis simultan berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Bila F_{hitung} tercatat lebih besar daripada F_{tabel} maka keputusan menyatakan adanya pengaruh signifikan seluruh variabel independen pada model terhadap variabel dependen. Selain membandingkan perolehan nilai F, uji hipotesis simultan juga dapat terlihat melalui nilai Signifikansi. Apabila nilai Sig. < 0.05 maka keputusan menyatakan adanya pengaruh serentak dan signifikan seluruh variabel independen pada model terhadap variabel dependen.
- 2) Uji Hipotesis Parsial (Uji T) Uji hipotesis parsial merupakan pengujian hipotesis yang ditujukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Uji hipotesis parsial merupakan pengujian satu banding satu. Sekaran & Bougie (2016:79) menetapkan standar aturan dalam penilaian uji parsial yakni dengan cara melakukan perbandingan terhadap T_{hitung} dan T_{tabel} . Sebuah variabel independen dinyatakan ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$. Selain pakai metode tersebut juga dapat dipakai metode perbandingan nilai taraf signifikansi. Variabel independen dinyatakan ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen bila mencatatkan nilai Sig. < 0.05.
- 3) Koefisien Determinasi, Koefisien determinasi dapat diistilahkan lain sebagai R-Squared atau sumbangan efektif. Maksudnya adalah seberapa besar seluruh variabel independen pada model berkontribusi pada variabel dependen. Skala koefisien determinasi adalah 0-1 yang artinya semakin mendekati 1 maka semakin besar kontribusi seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016:81).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev
EB	150	34	60	47.89	5.980
PK	150	35	60	47.29	5.757
LK	150	31	60	44.60	6.450

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 150 responden, variabel *Employee Branding* (EB) memiliki nilai minimum 34, maksimum 60, rata-rata 47,89, dan standar deviasi 5,980. Variabel *Pengembangan Karier* (PK) memperoleh nilai minimum 35, maksimum 60, rata-rata 47,29, dan standar deviasi 5,757, sedangkan variabel *Loyalitas Kerja* (LK) memiliki nilai minimum 31, maksimum 60, rata-rata 44,60, dan standar deviasi 6,450. Secara umum, ketiga variabel menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi, yang mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kondisi *Employee Branding*, *Pengembangan Karier*, dan *Lingkungan Kerja*. Di antara ketiga variabel tersebut, *Employee Branding* memiliki nilai rata-rata tertinggi, sedangkan *Lingkungan Kerja* memiliki standar deviasi terbesar yang menunjukkan persepsi responden terhadap variabel tersebut lebih beragam.

Uji Validitas & Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Kode Instrumen	Sig. 2-tailed	Hasil
<i>Employer Branding (X1)</i>		
EB.1	0.001	Valid
EB.2	0.001	Valid
EB.3	0.001	Valid
EB.4	0.001	Valid
EB.5	0.001	Valid
EB.6	0.001	Valid
EB.7	0.001	Valid

Kode Instrumen	Sig. 2-tailed	Hasil
EB.8	0.001	Valid
EB.9	0.001	Valid
EB.10	0.001	Valid
EB.11	0.001	Valid
EB.12	0.001	Valid
Pengembangan Karir (X2)		
PK.1	0.001	Valid
PK.2	0.001	Valid
PK.3	0.001	Valid
PK.4	0.001	Valid
PK.5	0.001	Valid
PK.6	0.001	Valid
PK.7	0.001	Valid
PK.8	0.001	Valid
PK.9	0.001	Valid
PK.10	0.001	Valid
PK.11	0.001	Valid
PK.12	0.001	Valid
Loyalitas Karyawan (Y)		
LK.1	0.001	Valid
LK.2	0.001	Valid
LK.3	0.001	Valid
LK.4	0.001	Valid
LK.5	0.001	Valid
LK.6	0.001	Valid
LK.7	0.001	Valid
LK.8	0.001	Valid
LK.9	0.001	Valid
LK.10	0.001	Valid
LK.11	0.001	Valid
LK.12	0.001	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Dapat disajikan perolehan nilai Sig.2-tailed pada pengujian validitas butir kuesioner. Pada hasil tersebut seluruh item kuesioner pada masing-masing indikator variabel memiliki nilai kurang dari 0.05 yang artinya secara statistik valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian validitas tidak ada satupun item kuesioner yang dieliminasi karena seluruhnya valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
<i>Employer Branding</i> (EB)	0.897	Reliabel
Pengembangan Karir (PK)	0.876	Reliabel
Loyalitas Karyawan (LK)	0.911	Reliabel

Sumber Tabel: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang disajikan menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar daripada 0.08. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban semua responden pada item-item kuesioner dinyatakan konsisten atau reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.55999935
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.055

N	150
	Negative
Test Statistic	.061
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$). Selain itu, nilai Test Statistic sebesar 0,061 dengan rata-rata (*Mean*) residual sebesar 0,0000000 dan standar deviasi sebesar 4,55999935. Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Tolerance	VIF
1	TEB	.058	17.094
	TPK	.058	17.094

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel *Employee Branding* (EB) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,058 dan VIF sebesar 17,094. Sementara itu, variabel *Pengembangan Karier* (PK) juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,058 dan VIF sebesar 17,094. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 ($0,058 < 0,10$) dan nilai VIF lebih besar dari 10 ($17,094 > 10$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan atau korelasi yang sangat tinggi antara variabel *Employee Branding* dan *Pengembangan Karier*.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstd. Coef. B	Std. Error	Std. Coef. Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.107	3.114		3.247	.001
	EB	-1.179	.260	-1.093	-4.533	<.001
	PK	1.923	.270	1.716	7.120	<.001

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas atau dengan kata lain telah memenuhi asumsi homokedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada seluruh tingkat prediksi, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstd. Coef. B	Std. Error	Std. Coef. Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.107	3.114		3.247	.001
	EB	-1.179	.260	-1.093	-4.533	<.001
	PK	1.923	.270	1.716	7.120	<.001

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai konstanta sebesar 10,107, yang menunjukkan nilai Loyalitas Karyawan ketika variabel *Employee Branding* (EB) dan *Pengembangan Karier* (PK) dianggap konstan. Variabel *Employee Branding* memiliki koefisien regresi sebesar -1,179 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Sementara itu, variabel *Pengembangan Karier* memiliki koefisien regresi sebesar 1,923 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Dengan demikian, peningkatan *Pengembangan Karier* cenderung meningkatkan Loyalitas Karyawan, sedangkan peningkatan *Employee Branding* dalam model ini justru berkorelasi dengan penurunan

Loyalitas Karyawan.

Hasil Uji Simultan F

Tabel 8. Hasil Uji Simultan F

Model		Sum of Sq.	df	Mean Sq.	F	Sig.
1	Regression	3101.754	2	1550.877	73.583	<.001 ^b
	Residual	3098.246	147	21.077		
	Total	6200.000	149			

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 73,583 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar < 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (< 0,001 < 0,05), sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan.

Hasil Uji Parsial T

Tabel 9. Hasil Uji Parsial T

Variabel	T-stats	Sign.	Alpha	Hasil
EB	-4.533	<.001	0.05	Signifikan
PK	7.120	<.001	0.05	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji parsial (*t-test*), variabel *Employee Branding* (EB) memperoleh nilai t sebesar -4,533 dengan signifikansi < 0,001, sehingga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Sementara itu, variabel *Pengembangan Karier* (PK) memperoleh nilai t sebesar 7,120 dengan signifikansi < 0,001, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Dengan demikian, kedua hipotesis penelitian diterima, di mana *Employee Branding* berpengaruh negatif signifikan, sedangkan *Pengembangan Karier* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Karyawan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.493	4.590

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,707 yang menunjukkan hubungan kuat antara *Employee Branding* dan *Pengembangan Karier* dengan Loyalitas Karyawan. Nilai R Square (R^2) sebesar 0,500 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan 50,0% variasi Loyalitas Karyawan, sedangkan 50,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,493 mengindikasikan bahwa setelah dilakukan penyesuaian, model mampu menjelaskan 49,3% variasi Loyalitas Karyawan, sehingga model regresi memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		<i>Employee Branding</i>	<i>Pengembangan Karir</i>	Loyalitas Karyawan
<i>Employee Branding</i>	Pearson Correlation	1	0.970**	0.573**
	Sig. (2-Tailed)		<.001	<.001
	N	150	150	150
<i>Pengembangan Karir</i>	Pearson Correlation	.970**	1	.656**
	Sig. (2-Tailed)	<.001		<.001
	N	150	150	150
Loyalitas Karyawan	Pearson Correlation	.194**	.743**	1
	Sig. (2-Tailed)	<.001	<.001	
	N	150	150	150

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, *Employee Branding* memiliki hubungan positif sedang dengan Loyalitas Karyawan ($r = 0,573$; $p < 0,001$), sedangkan *Pengembangan Karier* memiliki hubungan positif yang kuat ($r = 0,656$; $p < 0,001$). Selain itu, *Employee Branding* dan *Pengembangan*

Karier menunjukkan korelasi positif yang sangat kuat ($r = 0,970$; $p < 0,001$), yang mengindikasikan adanya hubungan yang sangat tinggi antara kedua variabel independen dan sejalan dengan hasil uji multikolinearitas.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Employer Branding* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Meskipun koefisien regresi menunjukkan arah negatif, hasil ini perlu diinterpretasikan secara hati-hati karena model penelitian mengalami gejala multikolinearitas yang tinggi antara *Employer Branding* dan Pengembangan Karier. Di sisi lain, hasil uji korelasi menunjukkan hubungan positif yang signifikan, sehingga secara teoritis *Employer Branding* tetap berperan dalam meningkatkan loyalitas melalui pembentukan citra organisasi, budaya kerja yang positif, serta meningkatnya rasa bangga dan keterikatan karyawan terhadap organisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ivanov (2025), Sharma et al. (2025), dan Azimi et al. (2025) yang menyatakan bahwa *Employer Branding* merupakan strategi penting dalam menarik dan mempertahankan karyawan berkualitas.

Selanjutnya, Pengembangan Karier terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kesempatan pengembangan karier yang diberikan perusahaan, semakin tinggi loyalitas karyawan. Kesempatan mengikuti pelatihan, memperoleh promosi, dan memiliki jalur karier yang jelas meningkatkan motivasi, kepuasan kerja, serta komitmen karyawan untuk tetap bertahan dalam organisasi. Temuan ini mendukung penelitian Bradacs et al. (2025) dan Wu dan Liu (2022) yang menegaskan bahwa pengembangan karier merupakan faktor penting dalam meningkatkan retensi dan loyalitas karyawan.

Secara simultan, *Employer Branding* dan Pengembangan Karier berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,500, yang menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 50,0% variasi Loyalitas Karyawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan loyalitas karyawan memerlukan penerapan *Employer Branding* yang kuat dan program pengembangan karier yang terstruktur secara bersamaan. Namun demikian, tingginya multikolinearitas antara kedua variabel menunjukkan bahwa interpretasi pengaruh parsial perlu dilakukan secara hati-hati meskipun secara simultan keduanya terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Loyalitas Karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Employer Branding* dan Pengembangan Karier berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Secara parsial, *Employer Branding* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan ($p < 0,001$), meskipun arah koefisien regresi yang negatif perlu diinterpretasikan secara hati-hati karena adanya indikasi multikolinearitas yang tinggi dalam model penelitian. Sementara itu, Pengembangan Karier berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan ($p < 0,001$), yang menunjukkan bahwa semakin baik program pengembangan karier yang diterapkan, semakin tinggi loyalitas karyawan. Secara simultan, kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan ($p < 0,001$) dengan nilai R Square sebesar 0,500, yang berarti *Employer Branding* dan Pengembangan Karier mampu menjelaskan 50,0% variasi Loyalitas Karyawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat citra sebagai tempat kerja yang menarik serta menyediakan program pengembangan karier yang terstruktur dan berkelanjutan guna meningkatkan loyalitas karyawan dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

REFERENSI

- Anas Abdelsatar Mohammad Salameh. (2023). Does employer branding facilitate the retention of healthcare employees? A mediation moderation study through organisational identification, psychological involvement, and employee loyalty.
- Azimi, M., Sadeghvaziri, F., Ebrahimi, E., & Mozafari, A. (2025). War for talent or even enemy at the gate? Investigating the role of employer brand experience in talent retention. *Future Business Journal*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00440-x>
- Baig, S. D. U. T. S. (2025). A Study on Employee Retention: An Important Factor for Organisation Growth in Healthcare Sector. 1–10. <https://doi.org/10.55041/IJSREM41920>
- Bradacs AI, Voita-Mekeres F, Daina LG, M. G. (2025). Exploring the Impact of Workplace Satisfaction, Leadership, and Career Development on Employee Retention in Hospitals. <https://doi.org/10.7759/cureus.81493>

- Helen Novita Sari, Nur Rahmania, & Mochammad Isa Anshori. (2023). Pengembangan Karir Dalam Era Ambiguitas. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 25–46. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2184>
- Ifediorah, N. (n.d.). TOWARDS EFFECTIVE MANAGEMENT OF UNIVERSITY EDUCATION IN NIGERIA. Indonesia, B.-S. (2023). *STATISTIK INDONESIA STATISTICAL YEARBOOK OF INDONESIA 2023*. <https://doi.org/1101001>
- Ivanov, A. (2025). Corporate Social Responsibility employer branding and employee attraction and retention: Review of literature and research agenda. *BRICS Journal of Economics*, 6(1), 53–71. <https://doi.org/10.3897/brics-econ.6.e136887>
- Junengsih, J., Bustomi, H., Nuridah, S., & Herlina, E. (2022). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Employee Engagement Karyawan BBC ETS. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2112–2120. <https://doi.org/10.54371/jljp.v5i7.682>
- Karyati, E., & Nurhasan, R. (n.d.). KEPUASAN KERJA SEBAGAI MEDIASI PENGARUH KESEJAHTERAAN PEGAWAI TERHADAP LOYALITAS.
- Kemenkes. (2023). *PROFIL KESEHATAN INDONESIA 2023*.
- Khasanov. (2025). Strategic human resource management: Enhancing career planning, employee loyalty and workplace integrity.
- Marhalinda, M., & Supiandini, A. (2022). Pengaruh Work Life Balance, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Rumah Sakit Khusus Daerah (RSKD) Duren Sawit. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 98–107. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2445>
- Nuraeni, S., Ismuni, M., & Santoso, A. (2025). Pengaruh Shift Kerja Dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Elastomix Indonesia. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1699–1706. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15115>
- Nuriyah, D., & Emira, K. Al. (2026). Basic Concepts of Human Resource Management and Its Challenges in the Modern Era of Education. 6(1), 22–31.
- Pusvitasari, R. (2021). HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN IMPROVING THE QUALITY OF EDUCATION. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 125–135. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v5i2.2549>
- Saghari, S., Safavi, M., Khalesi, N., & Mirzaei, A. (2024). And prioritizing factors affecting. <https://doi.org/10.4103/jehp.jehp>
- Sattayawaksakul, D., Cheewaparakobkit, P., & Chulapetch, B. (2025a). 15 226. 26(2), 226–239.
- Sattayawaksakul, D., Cheewaparakobkit, P., & Chulapetch, B. (2025b). Examining the Factors Influencing Employee Retention and Loyalty in a Private Hospital in Bangkok, Thailand. *Community and Social Development Journal*, 26(2), 226–238. <https://doi.org/10.57260/csdj.2025.279885>
- Sharma, A., Raj, R., Kumar, M., Gupta, A., Johri, A., & Asif, M. (2025). Optimizing employee satisfaction in India's IT sector: A focus on employer branding. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 512. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03689-9>
- Špoljarić, A., & Ozretić Došen, Đ. (2023). Employer brand and international employer brand: Literature review. *Corporate Communications: An International Journal*, 28(4), 671–682. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2022-0141>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods) (Sugiono (ed.)). Alfabeta Bandung*.
- Wu, H., & Liu, Y. (2022). The relationship between organisational support for career development , organisational commitment , and turnover intentions among healthcare workers in township hospitals of Henan , China. *BMC Primary Care*, 1–8. <https://doi.org/10.1186/s12875-022-01753-4>