



**ANALISIS *EMPLOYEE BRAND CITIZENSHIP BEHAVIOR*
PASCA *REBRANDING* DI BKKBN PUSAT**

TESIS

SISKA INDRYANA SARI 2010121024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022



***ANALISIS EMPLOYEE BRAND CITIZENSHIP BEHAVIOR
PASCA REBRANDING DI BKKBN PUSAT***

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

SISKA INDRYANA SARI 2010121024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Siska Indryana Sari

NIM : 2010121024

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Siska Indryana Sari)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siska Indryana Sari
NIM : 2010121024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul:

Analisis Employee Brand Citizenship Behavior Pasca Rebranding di BKKBN Pusat

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Januari 2022

Yang menyatakan,



Siska Indryana Sari

***Analysis of Employee Brand Citizenship Behavior Post Rebranding
at BKKBN Pusat***

By Siska Indryana Sari

Abstract

This study aims to analyze employee brand citizenship behavior post rebranding at BKKBN. Internal communication, employee engagement, and employee brand commitment are variables that used to answer its objective. Data were collected through a quantitative survey from 240 employees, using the SmartPLS 3.0 data analysis technique. The results are: internal communication has a positive and significant effect on employee engagement (path coefficient value 0.461); internal communication has a positive and significant effect on employee brand commitment (path coefficient value 0.733); internal communication has a positive and significant effect on employee brand citizenship behavior (path coefficient value 0.304); (4) employee engagement has a positive and significant effect on employee brand citizenship behavior (path coefficient value 0.313); (5) employee brand commitment has a positive and significant effect on employee brand citizenship behavior (path coefficient value 0.369); (6) internal communication has a positive and significant effect on employee brand citizenship behavior through employee engagement (path coefficient value 0.1450; and (7) internal communication has a positive and significant effect on employee brand commitment through employee brand commitment (path coefficient value 0.266). Employee brand commitment has a highest significant effect toward employee brand citizenship behavior. This result revealed that strengthening employee brand commitment will improve the employee brand citizenship behavior and produce a positive behavioural changes which expected providing a good reputation for BKKBN as an organization.

Keywords: rebranding, brand citizenship behavior, internal communication, employee engagement, brand commitment.

**Analisis *Employee Brand Citizenship Behavior* Pasca *Rebranding*
di BKKBN Pusat**

Oleh Siska Indryana Sari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *employee brand citizenship behavior* pasca *rebranding* di BKKBN, melalui variabel komunikasi internal, *employee engagement*, dan *employee brand commitment*. Data dikumpulkan secara kuantitatif kepada 240 pegawai, menggunakan teknik analisis data SmartPLS 3.0. Hasilnya adalah: komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee engagement* (nilai koefisien jalur 0,461); komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee brand commitment* (nilai koefisien jalur 0,733); komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee brand citizenship behavior* (nilai koefisien jalur 0,304); (4) *employee engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee brand citizenship behavior* (nilai koefisien jalur 0,313); (5) *employee brand commitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee brand citizenship behavior* (nilai koefisien jalur 0,369); (6) komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee brand citizenship behavior* melalui *employee engagement* (nilai koefisien jalur 0,145); serta (7) komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee brand commitment* melalui *employee brand commitment* (nilai koefisien jalur 0,266). *Employee brand commitment* memiliki pengaruh signifikan yang paling besar terhadap *employee brand citizenship behavior*, sehingga penguatan *employee brand commitment* akan memberikan peningkatan terhadap *employee brand citizenship behavior* dan menghasilkan perubahan perilaku positif yang diharapkan dan memberikan reputasi yang baik bagi BKKBN.

Kata Kunci : *rebranding, brand citizenship behavior, komunikasi internal, employee engagement, brand commitment.*

TESIS

ANALISIS *EMPLOYEE BRAND CITIZENSHIP BEHAVIOR* PASCA REBRANDING DI BKKBN PUSAT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SISKA INDRYANA SARI

2010121024

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 17 Januari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Iwan Kresna Setiadi, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Dr. Ivan Yulivan, M.M., M.Tr.(Han)., CHRMP.
Pembimbing I



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Pembimbing II



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E.,
Ak., M.Ak., CA., CSRS.**
Dekan



**Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I.,
M.M. CRA, CRP.CMA**
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Januari 2022



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
Jl. RS. Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
TELP 021-7656971, Fax 021-7656904
Website : <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: feb.upnvj@gmail.com

**BERITA ACARA UJIAN TESIS
SEMESTER GENAP T.A. 2021/2022**

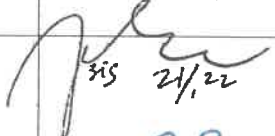
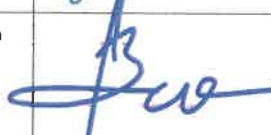
Pada hari ini, Senin, tanggal 17 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Siska Indryana Sari
Nomor Induk Mahasiswa : 2010121024
Program Studi : Magister Manajemen

***“ANALISIS EMPLOYEE BRAND CITIZENSHIP BEHAVIOR
PASKA REBRANDING DI BKKBN PUSAT”***

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus** / ~~Tidak Lulus~~ *)

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Iwan Kresna Setiadi, S.E., M.M.	Ketua	
2	Dr. Ivan Yulivan, S.E., M.M., M.Tr.(Han),, CHRMP.	Anggota I	
3	Dr. Jubaedah, S.E., M.M.	Anggota II**)	

Catatan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Januari 2022

MENGESAHKAN

A.n. Dekan

Kaprog Magister Manajemen



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M. CRA, CRP.CMA

PRAKATA

Alhamdulillah puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala karunia dan nikmat yang diberikan, sehingga penulis bisa mempersembahkan karya ilmiah dengan judul “**Analisis Brand Citizenship Behavior Pasca Rebranding di BKKBN Pusat**”. Sungguh merupakan hal yang tidak mudah menjalankan masa-masa penelitian dan penyusunan yang dilaksanakan selama rentang Agustus 2021 hingga Januari 2022 ini, namun berkat dukungan dari semua pihak maka karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk itu, ijin penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus kepada Bapak Dr. Ivan Yulivan, S.E., M.M., M.Tr.(Han)., CHRMP. dan Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. sebagai Pembimbing Tesis, atas dukungan, dan masukan yang diberikan, serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Bapak Dr. Iwan Setiadi, S.E., M.M. sebagai Ketua Penguji yang telah memberikan apresiasi, kritik dan saran membangun untuk penyempurnaan karya ilmiah ini. Terima kasih juga dihaturkan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS; Ketua Jurusan Manajemen sekaligus Pembimbing Akademik, Ibu Dr Desmintari, S.E., M.M.; Ketua Program Studi Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I.,M.M. CRA, CRP.CMA; serta seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Program Magister atas perhatian dan kerjasamanya. Semoga Bapak dan Ibu selalu dilimpahkan kesehatan, kebahagiaan dan keberkahan, Aamiin Yaa Rabb.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada BKKBN sebagai lokus penelitian, terutama kepada Sestama, Kepala Biro SDM dan Kepala Biro Umum dan Humas beserta jajaran, yang telah memberikan dukungan dan respon positif, serta seluruh responden PNS BKKBN yang bersedia meluangkan waktu memberikan pernyataan sikap dengan jujur dan apa adanya.

Penulis juga menghaturkan terima kasih kepada *support system* terbaik, diri sendiri yang telah berjuang bersama hingga detik ini. Keluarga penulis tercinta, suami Nugroho Hari Prabowo, S.E., M.M, ananda Farrelino Rendy Prabowo dan Nandhita Shafira Prabowo, terima kasih atas toleransi yang besar dan restu di setiap langkah penulis, serta mama Endang Ambarwati, S.Pd yang senantiasa mendoakan. Tidak lupa teman-teman seperjuangan, MM Angkatan 2020 yang mengawali hari-hari kebersamaan dalam ruang virtual, terima kasih sudah saling menguatkan dan memberi dukungan, serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Tiada gading yang tak retak, begitu pula dengan karya ilmiah yang masih jauh dari kata sempurna ini, namun penulis berharap karya ini bisa diterima dengan baik, serta dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 17 Januari 2022
Siska Indryana Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PENGESAHAN	vii
BERITA ACARA UJIAN TESIS	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	12
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
PENELITIAN	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. <i>Rebranding</i> Organisasi	13
2.1.2. <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i>	17
2.1.3. Komunikasi Internal	22
2.1.4. <i>Employee Engagement</i>	29
2.1.5. <i>Employee Brand Commitment</i>	33
2.2. Penelitian yang Relevan	36
2.3. Model Penelitian Empirik	45
2.3.1. Pengaruh Komunikasi Internal dengan <i>Employee Engagement</i>	45
2.3.2. Pengaruh Komunikasi Internal dengan <i>Employee Brand Commitment</i> ..	46
2.3.3. Pengaruh Komunikasi Internal dengan <i>Employee Brand Citizenship</i> <i>Behavior</i>	46
2.3.4. Pengaruh <i>Employee Engagement</i> dengan <i>Employee Brand Citizenship</i> <i>Behavior</i>	48
2.3.5. Pengaruh <i>Employee Brand Commitment</i> dengan <i>Employee Brand</i> <i>Citizenship Behavior</i> Pasca <i>Rebranding</i>	48

2.3.6. Pengaruh Komunikasi Internal dengan <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i> melalui <i>Employee Engagement</i>	49
2.3.7. Pengaruh Komunikasi Internal dengan <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i> melalui <i>Employee Brand Commitment</i>	50
2.4. Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3. 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	53
3. 1. 1. Definisi Operasional.....	53
3.1.2. Pengukuran Variabel	54
3. 2. Populasi dan Sampel	56
3. 2. 1. Populasi	56
3. 2. 2. Sampel	57
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.3.1. Jenis Data	58
3.3.2. Sumber Data	59
3.3.3. Pengumpulan Data	59
3.4. Teknik Analisis Data.....	60
3.4.1. Uji Kualitas Data	60
3.4.2. Statistik Deskriptif Data Teknik Analisis Data PLS	62
3.4.3. Pengukuran Metode PLS	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	71
4.1.1. Dasar Hukum Organisasi.....	71
4.1.2 Visi dan Misi	72
4.1.3 Struktur Organisasi.....	72
4.1.4 <i>Rebranding</i> di BKKBN	73
4.2 Deskripsi Data Penelitian	74
4.2.1 Deskripsi Data Responden	74
4.2.2 Statistik Deskriptif Responden	76
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	82
4.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	82
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
4.3.3 Uji Hipotesis dengan Uji t-Statistik.....	92
4.4 Pembahasan.....	99
4.4.1 Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	99
4.4.2 Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	104
4.4.3 Analisis <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i> Pasca <i>Rebranding</i>	107

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1. Simpulan	115
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	117
5.3 Saran.....	117
 DAFTAR PUSTAKA.....	 119
RIWAYAT HIDUP	129
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Tabulasi Silang Pegawai yang Membagikan Informasi Seputar Program BKKBN Berdasarkan Kelompok Umur	6
Tabel 2.	Model Perubahan “ <i>Big Three</i> ”	15
Tabel 3.	Ringkasan Definisi Rebranding Organisasi	16
Tabel 4.	Ringkasan Definisi <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i>	21
Tabel 5.	Komparasi Dimensi <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i>	21
Tabel 6.	Ringkasan Definisi Komunikasi Internal	28
Tabel 7.	Komparasi Dimensi Komunikasi Internal	28
Tabel 8.	Ringkasan Definisi <i>Employee Engagement</i>	32
Tabel 9.	Komparasi Dimensi <i>Employee Engagement</i>	32
Tabel 10.	Ringkasan Definisi <i>Employee Brand Commitment</i>	35
Tabel 11.	Komparasi Dimensi <i>Employee Brand Commitment</i>	36
Tabel 12.	Ringkasan Hasil Penelitian Sebelumnya	42
Tabel 13.	Pengukuran Variabel	54
Tabel 14.	Skala Pengukuran Likert	59
Tabel 15.	Karakteristik Responden.....	74
Tabel 16.	Nilai Rata-Rata Variabel <i>Employee Brand Citizenship Behavior</i>	77
Tabel 17.	Nilai Rata-Rata Variabel Komunikasi Internal	78
Tabel 18.	Nilai Rata-Rata Variabel <i>Employee Engagement</i>	79
Tabel 19.	Nilai Rata-Rata Variabel <i>Employee Brand Commitment</i>	80
Tabel 20.	Hasil Uji <i>Loading Factor</i> Setelah di Re-Estimasi	84
Tabel 21.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	86
Tabel 22.	<i>Cross Loading</i>	86
Tabel 23.	Fornell-Lacker untuk Validitas Diskriminan	88
Tabel 24.	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach’s Alpha</i>	88
Tabel 25.	Nilai <i>R Square</i>	89
Tabel 26.	<i>Path Coefficients</i>	90
Tabel 27.	Hasil Output <i>Q Square</i>	91
Tabel 28.	Hasil Uji t-Statistik	92
Tabel 29.	Kesimpulan Hubungan Antar Variabel pada Structural Model	97
Tabel 30.	Tabulasi Silang antara Indikator dan Usia Berdasarkan Pengelompokan Generasi	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Persentase Pegawai yang Membagikan Informasi Seputar Program BKKBN	5
Gambar 2.	Persentase Pengetahuan Pegawai terhadap <i>Tagline</i> dan Program BKKBN	5
Gambar 3.	<i>Lewin's Three-Step Change Model</i>	14
Gambar 4.	Model Proses <i>Rebranding</i>	16
Gambar 5.	Model <i>Triadic Reciprocal Causation</i> pada Teori Kognitif Sosial	19
Gambar 6.	<i>Theory of Planned Behavior</i>	20
Gambar 7.	Model Komunikasi Laswell	24
Gambar 8.	Model Komunikasi Interaksional	24
Gambar 9.	Model Komunikasi Transaksional	25
Gambar 10.	Model Penelitian Empirik	45
Gambar 11.	Hubungan Antar Variabel dan Indikator Model PLS	64
Gambar 12.	Struktur Organisasi BKKBN	72
Gambar 13.	Responden Berdasarkan Kelompok Generasi	75
Gambar 14.	Responden Berdasarkan Asal Kedeputian	75
Gambar 15.	Responden Berdasarkan Jawaban Tertinggi pada Variabel <i>Employee Engagement</i>	82
Gambar 16.	Outer Model Sebelum Re-Estimasi	83
Gambar 17.	Outer Model Setelah di Re-Estimasi	84
Gambar 18.	Model Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	93

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Uji *Loading Factor* Sebelum Re-Estimasi
- Lampiran 2. Surat Himbauan Kepala