

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *employe branding* terhadap *employe engagement* Karyawan Pada Perusahaan Manufaktur Perkebunan PT. Sasana Cipta Mandiri di BSD Kota Tangerang. Dibawah bimbingan Sutia Budi SE., M.Si

Employee Branding dan *Employee Engagement* adalah dua konsep yang penting dalam manajemen sumber daya manusia dan pengembangan budaya organisasi. Kedua konsep ini berfokus pada cara organisasi dapat menjalin hubungan yang baik dengan karyawan dan memengaruhi persepsi internal dan eksternal terhadap perusahaan. *Employee Branding* merujuk pada citra dan persepsi yang dimiliki oleh karyawan terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Sementara *Employee Engagement* mengacu pada tingkat keterlibatan, komitmen, dan motivasi karyawan terhadap pekerjaan mereka. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari karyawan PT. Sasana Cipta Mandiri di BSD Kota Tangerang dengan jumlah 50 responden. Teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan metode sampling jenuh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, digunakan uji t (parsial) dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS. Pada uji parsial *Employee Branding* (X1) memiliki nilai signifikan 0,000. Nilai signifikansi < nilai probabilitas 0,05 ataupun nilai 0,000 < 0,05. Untuk mendapatkan hasil besaran penerapan Variabel *Employee Branding* (X1) memiliki t-hitung dengan arah positif lebih besar dari ttabel ,yakni 6,359 > 2. Artinya korelasi kedua variabel tersebut berlawanan arah, semakin baik citra perusahaan yang dirasakan oleh pegawai sehingga keinginan pegawai untuk semakin merasakan nyaman di dalam melakukan pekerjaannya akan meningkat.

Kata Kunci: *Employer Branding, Employee Engagement.*