

ABSTRAKSI

Pemasaran internal dalam jasa dikenal sebagai kegiatan penting dalam memberikan kontribusi pada unsur orang “karyawan” dalam bauran pemasaran jasa dan dalam mengembangkan organisasi yang berfokus-pelanggan. Gagasan dibalik pemasaran internal adalah untuk memastikan bahwa semua anggota staf memberikan kontribusi terbaik bagi kegiatan-kegiatan pemasaran perusahaan. Didalam kerangka kerja *internal marketing* mengandung tiga dimensi yaitu, (1) *Vision* adalah suatu pandangan atau pedoman yang dijadikan pegangan oleh perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan (2) *Development* adalah suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan perusahaan didalam mengembangkan kinerja karyawan agar lebih baik lagi seperti pelatihan kerja, keikutsertaan dalam seminar, dan pengembangan pendidikan, (3) *Reward* adalah sesuatu yang diberikan organisasi kepada anggota yang berprestasi seperti insentive, kedudukan, fasilitas kendaraan kantor dan fasilitas lainnya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh penerapan *internal marketing* yang meliputi *vision*, *development*, dan *Reward* secara bersama-sama dan parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap komitmen organisasional pada karyawan Bank Jatim cabang utama di Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari bagian teller 10 orang, pelayanan nasabah 10 orang, payment point 6 orang, penyelia pemasaran 5 orang, kredit kecil dan program 5 orang, penyelia luar negeri 4 orang, penyelia umum & SDM 6 orang, penyelia akuntansi 4 orang, sehingga totalnya berjumlah 50 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode kuesioner dengan skala pengukuran menggunakan skala likert. Analisa data yang digunakan dengan metode kuantitatif yaitu analisa regresi linier berganda dengan uji F dan uji t sebagai alat pengujian hipotesis.

Setelah dilakukan perhitungan statistik diperoleh model regresi sebagai berikut : $Y = 0,806 + 0,250 X_1 + 0,251 X_2 + 0,266 X_3$. Hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} (29,407) dengan probabilitas 0,000 ($P < 0,05$), berarti *vision* (X_1), *development* (X_2), dan *reward* (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komitmen organisasi (Y). Pengujian hipotesis secara parsial memberikan hasil bahwa *vision* (X_1), *development* (X_2), dan *reward* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi (Y), karena masing-masing variabel bebas memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,737; 2,317; 2,549 yang lebih besar dari t tabel 2,0195. Dari keempat variabel tersebut ternyata variabel *vision* memiliki pengaruh yang dominan terhadap komitmen organisasi karena r^2 *reward* sebesar 37,4% lebih besar daripada variabel lainnya.

Kata kunci : *vision*, *development*, *reward* dan *komitmen organisasi*