

Pengaruh Promosi Jabatan dan Internal Marketing terhadap Kinerja Melalui Komitmen Pegawai di Bank Jatim Cabang Malang

Ivan Kusuma Tri Sumarno¹, Endang Suswati² Umi Muawanah³
Program Studi Pascasarjana Universitas Gajayana^{1,2,3}

Abstrak

The objectives of this study are: i) Knowing and analyzing the effect of Job Promotion on Performance. ii) Knowing and analyzing the influence of Internal Marketing on Performance. iii) Knowing and analyzing the effect of Job Promotion on Commitment. iv) Knowing and analyzing the influence of Internal Marketing on Commitment. v) Knowing and analyzing the effect of commitment to performance. vi) Knowing and analyzing the effect of Job Promotion on Performance through Commitment. vii) Knowing and analyzing the influence of Internal Marketing on Performance through Commitment. This type of research uses a quantitative research approach. The sample used was 42 respondents with a questionnaire as material for the data analyzed, where the software used for data processing was the SPSS version 18.00 application. Data analysis using path analysis. The results showed that: i) Job Promotion has a positive and significant effect on Commitment. ii) Internal Marketing has a negative and insignificant effect on Commitment. iii) Job Promotion has a positive and significant effect on performance. iv) Internal Marketing has a negative and insignificant effect on performance. v) Commitment has a positive and significant effect on performance. vi) Job Promotion has a direct effect on performance through commitment. vii) Internal Marketing has a direct influence on performance through commitment.

Kata kunci: job promotion, internal marketing, performance through employee commitment

PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi di dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perkembangan bisnis ini juga berjalan terutama di berbagai kota. Hal ini bisa kita lihat perkembangan bisnis yang muncul dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baik perusahaan kecil hingga perusahaan besar. Perkembangan bisnis ini memiliki perkembangan dalam berbagai jenis bisnis. Sumber daya manusia adalah salah satu kunci dari peranan yang sangat penting dimana aktivitas-aktivitas memerlukan sumber daya manusia yang memadai. Berbagai perusahaan berupaya dalam mencapai kinerja yang dapat berjalan optimal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Untuk memberikan peningkatan dan perkembangan dari kinerja karyawan maka perlu dilakukan strategi yang perlu di terapkan perusahaan untuk mendapatkan hasil yang ingin dicapai.

Dalam memberikan keuntungan pada perusahaan maka diperlukan kinerja karyawan yang baik dalam kurun waktu jangka panjang dari suatu perusahaan. Sehingga diperlukan pengelolaan yang tepat oleh karyawan untuk mendapatkan keuntungan tersebut. Salah satu faktor penentu dari kinerja karyawan merupakan adanya komitmen terhadap perusahaan dan promosi jabatan. Seorang pegawai dapat mendapatkan promosi jabatan apabila seseorang pegawai telah dilakukan pemindahan dari suatu pekerjaan ke pekerjaan lainnya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan bayaran yang lebih tinggi serta memiliki level dan tanggung jawab yang lebih. Promosi jabatan dilakukan oleh manajemen pada perusahaan yang ada.

Komitmen Organisasi (*Organizational Commitmen*) merupakan suatu keadaan yang dilakukan karyawan perusahaan dalam memihak organisasi yang memiliki tujuan dan keinginan perusahaan dalam mempertahankan suatu keanggotaan. Dalam meningkatkan prestasi dan disiplin kerja maka diperlukan komitmen organisasi yang baik yang dilakukan oleh karyawan yang telah memiliki tanggung jawab pada suatu pekerjaan yang dilaksanakan.

Salah satu faktor lainnya yang dapat meningkatkan kinerja karyawan adalah promosi. Hal ini dikarenakan promosi mampu mempengaruhi karyawan dalam memperbaiki posisi dari jabatannya. Promosi merupakan perpindahan yang dilakukan oleh suatu karyawan dalam memperoleh jabatan yang lebih tinggi yang memiliki tanggung jawab dan status yang lebih tinggi. Sehingga promosi jabatan menjadi salah satu bagian dari prestasi kerja yang dapat dijadikan pengakuan oleh orang lain yang telah dicapai oleh seseorang. Dengan adanya promosi jabatan, karyawan dapat berkesempatan untuk maju dan berkembang yang dapat mendorong karyawan untuk bisa bekerja menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Promosi jabatan dapat mempengaruhi karyawan sehingga karyawan dapat lebih bersemangat dalam melakukan suatu pekerjaan di dalam perusahaan.

Perbankan merupakan pelayanan yang dilakukan bank yang telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dimana perbankan akan memberikan pelayanan yang terbaik dalam menangani konsumen. Salah satu dari perbankan adalah PT Bank Jatim cabang Malang yang terletak di Malang. PT Bank Jatim ini menjadi salah satu badan milik pemerintah daerah atau biasa dikenal dengan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). PT Bank Jatim adalah salah satu pelayanan yang bergerak dibidang pelayanan publik atau masyarakat sehingga PT Bank Jatim di tuntut untuk memberikan suatu pelayanan yang profesional. Dalam mewujudkan dari tujuan tersebut maka perlu adanya SDM yang tinggi pada kinerja karyawan. Sementara PT Bank Jatim sendiri berfikir bahwa suatu organisasi yang terarah dan baik akan bergantung pada SDM.

Dengan demikian, penulis memilih Bank Jatim yang terletak pada Cabang Malang yang berguna sebagai tempat penelitian dalam menerapkan suatu promosi jabatan dan internal marketingnya untuk diimplementasikan layanannya kepada nasabah dengan membina hubungan baik dengan nasabah. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui apakah pemberian dari promosi jabatan yang telah dilakukan dapat memberikan suatu komitmen pada karyawan Bank Jatim. Sehingga dengan demikian dapat mengetahui kinerja karyawan apakah dapat berjalan dengan SDM nya atau sebaliknya.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang dilakukan pada PT Bank Jatim ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan bahwa metode penelitian kuantitatif berdasarkan pada filsafat positivisme, penggunaan metode kuantitatif bertujuan dalam meneliti pada sampel dan populasi yang telah ditentukan, teknik pada pengumpulan data menggunakan teknik instrument penelitian, sementara analisis data bersifat statistik yang berguna dalam menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2018:8). Dalam penetapan sampel dalam riset ini dari populasi ialah dengan memakai metode slovin dengan tingkatan kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ sehingga didapatkan sampel sebesar 97 responden. Metode Analisis Data Analisis Deskriptif dan Pengujian Model dengan Pengujian t (Parsial), Analisis Jalur (*Path Analysis*), Uji Sobel Test, dan Penghitungan Pengaruh

HASIL PENELITIAN

Gambaran Karakteristik Responden

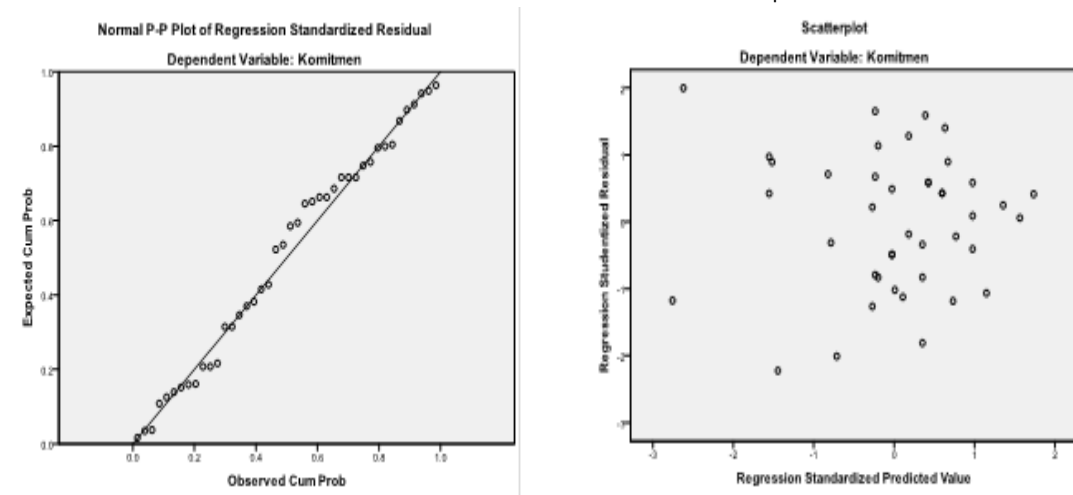
- Tingkat Usia Responden. Berdasarkan hasil dari usia responden menunjukkan bahwa dominasi pegawai berusia < 25 tahun yakni sebanyak 23 responden atau 55%.
- Tingkat Jenis Kelamin Responden. Berdasarkan hasil penelitian pegawai bank jatim cabang malang dimana jenis kelamin semenjara jenis kelamin perempuan memiliki tingkat lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki yakni sejumlah 25 responden atau sebesar 59%.
- Tingkat Status Pendidikan Responden. Pegawai bank jatim cabang malang memiliki status pendidikan yang paling banyak adalah D3 sebanyak 18 responden atau 45%.

Hasil pengujian validitas bisa diamati kalau angka nilai dari r hitung memiliki jumlah yang lebih besar dari r tabel sebanyak (0,3) perhal ini memiliki arti setiap poin variabel merupakan valid, alhasil bisa diputuskan kalau item- item itu bisa dipakai buat mengukur variabel dengan mengetahui tingkat kepercayaan instrumen berikut.

Tabel 1. Realibilitas Instrumen

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized items</i>	Hasil Uji
Promosi Jabatan	0,842	Reliabel
Internal Marketing	0,621	Reliabel
Komitmen	0,748	Reliabel
Kinerja	0,868	Reliabel

Secara statistic hasil analisis data secara umum sudah normal seperti berikut.



Titik-titik residual cenderung menyebar diantara garis diagonal. Dengan demikian residual dinyatakan menyebar normal. Berdasarkan dari uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik yang telah terbentuk dari grafik scatterplot menyatakan tidak adanya bentuk pola dengan jelas. Hal ini terlihat bahwa pola tersebut memiliki pola yang menyebar dengan dinandai angka 0 berada pada di atas sementara sumbu Y berada dibawah. Dengan demikian dapat diartikan sebagai model regresi yang dilakukan adalah bebas heteroskedastisitas.

Menurut hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan angka dib bawah 10 sementara nilai dari tolerance menunjukkan angka 0,1 yang artinya nilai tolerance berada di atas. Dengan demikian dapat diartikan bahwa model dari regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas atau bebas multikolinieritas.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

a. Substruktur 1

➤ Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.636	3.672		2.352	.024
Promosi Jabatan	.377	.080	.586	4.690	.000
Internal Marketing	.311	.204	.190	1.524	.136

Hasil perhitungan diperoleh dimana t memiliki penelitian sejumlah 4,690 > t tabel 2,024 dengan demikian H0 ditolak sementara H1 diterima. Maksudnya ada pengaruh antara promosi jabatan dan komitmen. Besarnya pengaruh promosi jabatan terhadap komitmen sebesar 0,586 atau 58,6%.

Hasil perhitungan diperoleh dimana t dari penelitian sejumlah 1,524 < t tabel 2,024 dengan demikian H0 diterima sedangkan H1 ditolak. Maksudnya adalah tidak terjadinya pengaruh antara *internal marketing* dan komitmen. Besarnya pengaruh *internal marketing* terhadap komitmen sebesar 0,190 atau 19%.

Analisis Korelasi

Correlations

		Promosi Jabatan	Internal Marketing
Promosi Jabatan	Pearson Correlation	1	.303
	Sig. (2-tailed)		.051
	N	42	42
Internal Marketing	Pearson Correlation	.303	1
	Sig. (2-tailed)	.051	
	N	42	42

Nilai dari korelasi dengan jumlah sebesar 0,303 memiliki arti bahwa pengaruh dari variabel variabel promosi jabatan serta *internal marketing* dimana korelasinya cukup dan searah sehingga kedua variabel tersebut signifikan.

b. Substruktur 2

➤ Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.336	3.174		-.421	.676
Promosi Jabatan	.261	.081	.421	3.202	.003
Internal Marketing	-.320	.170	-.203	-1.879	.068
Komitmen	.485	.130	.504	3.742	.001

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang diperoleh menunjukkan t pada penelitian bernilai sebesar 0,3,202 < t tabel 2,024 sehingga H0 memiliki arti ditolak sedangkan pada H1 diterima. Maksudnya adalah terdapat pengaruh antara promosi jabatan dan kinerja. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa besar dari pengaruh promosi jabatan dan kinerja karyawan memiliki jumlah sebesar 0,421 atau 42,1%.

Berdasarkan dari hasil yang telah dilakukan maka diperoleh dengan t sejumlah -1,879 < t table 2, 024 dengan demikian dapat diartikan bahwa H0 diterima sementara H1 tidak diterima atau ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa tidak adanya pengaruh dari *internal marketing* dan kinerja karyawan. Nilai dari besarnya pengaruh pada *internal marketing* dan kinerja karyawan memiliki angka sebesar 0, 203 dan -20, 3% sehingga analisis regresi menghasilkan tidak signifikannya pada hasil perolehan pada kinerja dan *marketing*

➤ Analisis Korelasi

		Promosi Jabatan	Internal Marketing	Komitmen
Promosi Jabatan	Pearson Correlation	1	.303	.644**
	Sig. (2-tailed)		.051	.000
	N	42	42	42
Internal Marketing	Pearson Correlation	.303	1	.368*
	Sig. (2-tailed)	.051		.017
	N	42	42	42
Komitmen	Pearson Correlation	.644**	.368*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	
	N	42	42	42

Korelasi sebesar 0,303 mempunyai maksud pengaruh antara variabel variabel promosi jabatan dan *internal marketing* dimana korelasinya cukup sehingga kedua variabel tersebut signifikan.

Korelasi sebesar 0,644 mempunyai maksud pengaruh antara variabel promosi jabatan dan komitmen dimana korelasinya kuat dan kedua variabel tersebut signifikan.

Korelasi sebesar 0,368 mempunyai maksud pengaruh antara variabel *internal marketing* dan komitmen dimana korelasinya cukup dan searah sehingga kedua variabel tersebut signifikan.

➤ Hasil Uji Sobel Test

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a: 0.377	Sobel test: 2.9250192	0.06250936	0.00344366
b: 0.495	Aczian test: 2.89541936	0.05336861	0.00390893
fa: 0.080	Goodman test: 2.95642639	0.06163814	0.00301282
fb: 0.130	Reset all	Calculate	

Berdasarkan perhitungan tabel 4.15 diperoleh bahwa komitmen mampu untuk memediasi pengaruh antara promosi jabatan terhadap kinerja. Ini dibuktikan dari nilai sobel test sebesar 2.925 > 1,96 dengan tingkat signifikansinya 5% yaitu dengan p-valuenya 0.003.

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a: 0.311	Sobel test: 1.4112351	0.10688175	0.15817807
b: 0.495	Aczian test: 1.36969888	0.11012274	0.17078092
fa: 0.204	Goodman test: 1.45678906	0.10353936	0.14517462
fb: 0.130	Reset all	Calculate	

Berdasarkan perhitungan tabel 4.15 diperoleh bahwa komitmen tidak mampu untuk memediasi pengaruh antara *internal marketing* terhadap kinerja. Ini dibuktikan dari nilai sobel test sebesar 1.411 > 1,96 dengan tingkat signifikansinya 5% yaitu dengan p-valuenya 0.158

Perhitungan Pengaruh Secara Langsung, Tidak Langsung, dan Total

- Perhitungan Pengaruh Secara Langsung (*Direct Effect* atau DE)

1. Hasil dari perhitungan pengaruh variabel promosi jabatan pada komitmen
 $X_1 \rightarrow Z = 0,586$
 2. Hasil dari perhitungan pengaruh variabel *internal marketing* pada komitmen
 $X_2 \rightarrow Z = 0,190$
 3. Hasil dari perhitungan pengaruh variabel promosi jabatan pada kinerja
 $X_1 \rightarrow Y = 0,421$
 4. Hasil dari perhitungan pengaruh variabel *internal marketing* pada kinerja
 $X_2 \rightarrow Y = -0,203$
 5. Hasil dari perhitungan pengaruh variabel komitmen pada kinerja
 $Z \rightarrow Y = 0,504$
- **Perhitungan Pengaruh Secara Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)**
 - 1) Hasil dari perhitungan pengaruh variabel promosi jabatan pada kinerja berdasarkan komitmen
 $X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,586 \times 0,504) = 0,295$
 - 2) Hasil dari perhitungan pengaruh variabel *internal marketing* pada kinerja berdasarkan komitmen
 $X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,190 \times 0,504) = 0,096$
 - **Perhitungan Pengaruh Secara Total (*Total Effect*)**
 - 1) Hasil dari perhitungan pengaruh variabel promosi jabatan pada kinerja berdasarkan komitmen
 $X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,586 + 0,504) = 1,09$
 - 2) Hasil dari perhitungan pengaruh variabel *internal marketing* pada kinerja berdasarkan komitmen
 $X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,190 + 0,504) = 0,694$
 - 3) Hasil dari perhitungan pengaruh variabel berdasarkan kinerja
 $Z \rightarrow Y = 0,504$

Persamaan struktural untuk model pada gambar 4.3 adalah sebagai berikut :

$$\text{Substruktur 1 : } Z = 0,586X_1 + 0,190X_2 + e_1$$

$$\text{Substruktur 2 : } Y = 0,421X_1 + 0,504Z - 0,203X_2 + e_2$$

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Promosi Jabatan terhadap Komitmen

Analisis jalur pada perhitungan menyatakan bahwa promosi jabatan dapat mempengaruhi dengan positif dan secara signifikan pada komitmen karyawan. Dengan demikian H1 diterima, tinggi rendahnya pada angka yang memiliki peluang dari promosi jabatan akan mendapatkan hasil karyawan yang dapat mempengaruhi suatu komitmen pegawai pada Bank Jatim Cabang Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (Riri Melani, 2018) variabel pada promosi jabatan dapat memberikan pengaruh yang positif serta secara signifikan pada komitmen kinerja karyawan tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Laksono Kurniadi (2018) yang menyatakan bahwa suatu promosi jabatan menghasilkan tidak adanya pengaruh pada komitmen pegawai serta dalam observasi awal juga tidak sejalan karena ditemukan bahwa kurang fokusnya terhadap keinginan mendapatkan promosi tetapi sebaliknya dalam hasil jawaban responden didapatkan bahwa di Bank Jatim Cabang Malang untuk kesempatan dan peluang promosi sangat tinggi.

2. Pengaruh *Internal marketing* terhadap Komitmen

Berdasarkan hasil uji analisis jalur (*analysis path*) dimana menunjukkan bahwa *internal marketing* memiliki pengaruh yang negatif serta tidak signifikan pada komitmen. Dengan demikian H1 ditolak. Dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mira Gayatri Kartika (2016) dimana *internal marketing* berpengaruh terhadap kinerja.

3. Pengaruh Promosi Jabatan terhadap Kinerja

Hasil dari uji analisis jalur (*analysis path*) dimana menunjukkan bahwa promosi jabatan berpengaruh secara positif serta secara signifikan pada kinerja, sehingga H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin nesar dari peluang yang ada pada hasil promosi jabatan maka akan menghasilkan peningkatan pada kinerja pegawai pada Bank Jatim Cabang Malang. Selain itu, hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variable promosi jabatan dapat mempengaruhi secara signifikan pada kinerja suatu karyawan Riri Melani (2018).

4. Pengaruh *Internal Marketing* terhadap Kinerja

Berdasarkan hasil uji analisis jalur (*analysis path*) dimana menunjukkan bahwa *internal marketing* memiliki pengaruh yang negative secara signifikan pada kinerja karyawan dengan demikian hipotesis 1 ditolak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mira Gayatri Kartika (2016) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif secara signifikan pada kinerja karyawan terhadap *Internal marketing*. Pada observasi yang dilakukan pada awal penelitian menunjukkan bahwa ketidak sejalanannya dalam upaya perusahaan dalam memperkuat dari layanan sebagai tujuan dari peningkatan keuntungan. Hal ini dapat mengimplementasikan penggunaan *internal marketing* pada pembinaan hubungan dengan konsumen nasabah. Untuk itu Bank Jatim cabang Malang bisa menerapkan program internal marketing dengan lebih baik dimana menurut penelitian yang dilakukan oleh Khanza Zaman *et al* (2012: 13) menyatakan bahwa hasil dari penggunaan *internal marketing* dapat menjadikan peningkatan pada motivasi yang dilakukan oleh semua anggota perusahaan dalam menjadikan mereka peran sebagai apa yang dikehendaki oleh konsumen dari cara pelayanan yang dilakukan.

5. Pengaruh Komitmen terhadap kinerja

Hasil uji analisis jalur (*analysis path*) dimana menunjukkan suatu komitmen akan mempengaruhi positif secara signifikan pada kinerja karyawan. Dengan demikian H1 diterima. Hal ini dikarenakan dengan semakin tinggi dari nilai komitmen karyawan akan menjadikan kinerja karyawan semakin berkualitas pada perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Robbins (2001) yang menyatakan bahwa suatu komitmen pada perusahaan akan menjadikan keterpihakan yang dilakukan karyawan dalam minat bekerja pada pemeliharaan keanggotaan yang dilakukan dalam suatu organisasi. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mira Gayatri Kartika (2016) yang menunjukkan yang menyatakan bahwa suatu komitmen yang dilakukan oleh karyawan akan memberikan dampak yang signifikan pada pengaruh positif.. akan tetapi pengaruh komitmen tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh ratna ekawati (2013) yang menyatakan bahwa suatu *affective commitment* tidak dapat mempengaruhi secara signifikan pada kinerja karyawan. Sementara akan berpengaruh positif apabila *continuance commitment* dan *Normatif commitment*

6. Pengaruh Komitmen dalam memediasi pada Promosi Jabatan dan Kinerja Karyawan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa promosi jabatan dan kinerja karyawan berpengaruh secara langsung. Sehingga dapat dilihat bahwa komitmen dapat memediasi dan memperkuat dari pengaruh promosi jabatan pada kinerja karyawan yang di Bank Jatim Cabang Malang. Semakin bagua tingkat promosi jabatan akan semakin meningkat juga kinerja karyawan melalui komitmen karyawan. promosi jabatan terhadap kinerja melalui komitmen. Tidak sejalan juga dengan penelitian Laksono Kurniadi (2018) menunjukkan *turnover* pada promosi jabatan tidak akan mempengaruhi komitmen pada karyawan. Hal ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riri Melani (2018) yang menjelaskan bahwa *variable intervening* tidak dapat berpengaruh terhadap promosi jabatan dan kinerja pada karyawan.

7. Pengaruh Komitmen dalam memediasi pengaruh *Internal Marketing* terhadap Kinerja

Hasil analisis menunjukkan bahwa internal marketing tidak mampu memediasi dalam mempengaruhi kinerja Bank Jatim Cabang Malang. Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Riri Melani (2018) yang menyatakan tidak adanya pengaruh langsung promosi jabatan terhadap kinerja melalui komitmen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi Jabatan dapat mempengaruhi secara signifikan dan positif pada kinerja karyawan.
2. *Internal Marketing* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan pada Kinerja karyawan.
3. Promosi Jabatan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan pada Komitmen karyawan
4. *Internal Marketing* memiliki pengaruh secara negatif dan tidak signifikan pada Komitmen karyawan
5. Komitmen memiliki pengaruh secara positif dan signifikan pada Kinerja
6. Promosi Jabatan mempunyai peluang pengaruh secara langsung pada Kinerja melalui Komitmen
7. *Internal Marketing* mempunyai pengaruh yang dilakukan secara langsung terhadap Kinerja melalui Komitmen

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan agar tetap meningkatkan promosi jabatan, internal marketing dan komitmen karena hal ini dapat meningkatkan kinerja pada karyawan Bank Jatim cabang Malang. Karena dengan adanya hubungan langsung pemberian promosi jabatan dan *internal marketing* dapat termotivasi atau mendorong karyawan sehingga dapat menghasilkan prestasi kerja sehingga akan meningkatkan kinerja pada karyawan untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya untuk mencapai tujuan bersama di Bank Jatim cabang Malang Disarankan juga sebagai peningkatan dalam memelihara komitmen karyawan, hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan aspek – aspek yang dapat memperkuat komitmen.

2. Untuk penelitian selanjutnya untuk diharapkan dapat meneliti dengan menambah sumber informasi relevan dari penelitian yang ilmiah untuk mendapatkan landasan yang kuat sesuai dengan promosi jabatan dan *internal marketing* pada kinerja

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta : Penerbit Aswaja Pressindo. h. 115
- Agus Eko Sujianto dan Rokhmat Subagyo. (2014). Membangun Loyalitas Nasabah. Yogyakarta: Lingkar Media.
- Ahmad Tanzeh. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Teras.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bambang Wahyudi. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Sulita. h. 173
- Buchari Alma. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Cahill, D. J. (2010). Internal Marketing: Your company next stage of growth. New York: Routledge.
- Danang. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. CAPS, Yogyakarta.
- Gary Dessler. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Indeks.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harinaldi. 2005. Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains. Jakarta : Erlangga.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara : Jakarta. h. 108
- Indra, Kharis. (2010). Pengaruh Komitmen Organisasional dan Kepuasan Kerja. Terhadap Kinerja Guru SMA Negeri 3 Bandung. Jurnal Administrasi. Bisnis. Vol. 3. h. 18
- Ivancevich, J. M., Konopaske, R. dan Matteson, M. (2011). Perilaku dan Manajemen Organisasi. Jakarta: Erlangga.
- Kamuli, S. (2012). Pengaruh iklim organisasi terhadap produktivitas kerja pegawai di Sekretariat Daerah Kota Gorontalo. Jurnal Inovasi Vol. 9 No. 1 Tahun 2012 ISSN : 1693-9034
- Khanza Zaman, Neelum Javid, Asma Arshad, Samina Bibi. (2012). Impact of Internal Marketing on Market Orientation and Business Performance.
- Manullang M dan Marihot Manulang. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya.
- _____. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya.
- Muhammad jaiz. (2014). Dasar-dasar Periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nanang, Martono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif .Jakarta : Rajawali Press.
- Putu, Ni Ayu Krisnawati, dan I Wayan Suartana. (2017). Pengaruh Kompetensi Karyawan, Motivasi Kerja, Komitmen Organisasi, Kemampuan Teknik Personal Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.21.3. Desember (2017): p.2539-2566 p. 2539-2566,ISSN: 2302-8556.
- Ranti Sapitri. (2016). Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Listrik Negara Area Pekanbaru. Jurnal JOM Fisip Vol.3 No.2,h.2.
- Samsuddin, Harun. (2018). Kinerja Karyawan. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.

- Sedarmayanti. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan manajemen pegawai negeri sipil, cetakan ke lima. PT. Refika Aditama, Bandung.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: Refika Aditama.
- Suwatno dan Donni Juni Priansa. (2011). Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Suwardi dan Utomo, Joko. (2011). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Pegawai. Jurnal Analisis Manajemen. Vol 5. No. 1 Hal 75- 86.
- Tampubolon, Saur. (2014). Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: Erlangga.
- Werther, William B, dan Keith Davis. (2012). Human Resources and Personnel Management, Sixthth, McGraw-Hill, Inc, New York.
- Wirawan. (2014). Kepemimpinan, Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian: Contoh Aplikasi untuk Kepemimpinan Wanita, Organisasi Bisnis, Pendidikan dan Militer. Rajagrafindo Persada : Jakarta