

Kemudian hasil dari kuesioner yang telah disebarakan juga menggambarkan peran pemasaran internal Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan, terdapat 2 orang yang tidak setuju sedangkan sisanya menjawab setuju dan sangat setuju untuk pertanyaan 1 dan 2 yang mewakili indikator pertama yaitu dimensi visi perusahaan dimana seharusnya perusahaan memiliki visi yang dapat membangkitkan antusiasme, kebanggaan, dan nilai yang dianggap penting bagi karyawan. Melihat hasil tersebut terlihat bahwa responden mayoritas setuju bahwa Rumah Sakit telah memberikan dimensi visi perusahaan dengan baik. (lihat tabel 4.6 dan 4.7)

Selain dimensi visi perusahaan, indikator lain dari pemasaran internal adalah dimensi pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) sebagai upaya perbaikan dan peningkatan pengetahuan, kemampuan, sikap, dan sifat-sifat kepribadian. Hasil kuesioner yang telah disebar menunjukkan bahwa tidak ada yang tidak setuju untuk pertanyaan bahwa Rumah Sakit Muhammadiyah memberikan orientasi untuk pelayanan bagi pasien saat diterima sebagai perawat (lihat tabel 4.8), terdapat 1 responden yang sangat tidak setuju dan 1 responden yang tidak setuju dan sisanya menjawab setuju serta sangat setuju atas pertanyaan bahwa Rumah Sakit Muhammadiyah memberikan pelatihan pengembangan untuk meningkatkan kompetensi perawat (lihat tabel 4.9), terdapat 54 responden yang sangat setuju dan 59 lainnya menjawab setuju (lihat tabel 4.11) atas pertanyaan bahwa Rumah Sakit Muhammadiyah rutin memberikan siraman rohani kepada perawat. tiga pertanyaan tersebut memperlihatkan upaya pemasaran internal dalam hal pengembangan SDM

(Sumber Daya Manusia) yang telah dilakukan Rumah Sakit Muhammadiyah, dan diperkuat lagi dengan dampak yang dirasakan perawat, terdapat pada pertanyaan keahlian semakin meningkat setelah diadakannya kegiatan pelatihan dan pengembangan. Hasilnya adalah terdapat 66 responden yang sangat setuju, 45 responden setuju dan sisanya sebanyak 2 menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. (lihat tabel 4.10)

Indikator terakhir untuk pemasaran internal adalah dimensi penghargaan dimana penghargaan disini yang dimaksudkan bukan hanya dari finansial saja namun juga non finansial. Hasil dari 3 pertanyaan yang diajukan adalah 2 orang tidak setuju, 76 responden yang setuju, dan 59 responden yang setuju pada pertanyaan bahwa Rumah Sakit Muhammadiyah menyediakan sarana dan prasarana yang baik untuk perawat (lihat tabel 4.12), terdapat 7 responden yang tidak setuju, 69 responden yang setuju, dan sisanya sebesar 37 responden yang sangat setuju untuk pertanyaan Rumah Sakit Muhammadiyah selalu menjaga kesejahteraan perawat (lihat 4.13), terdapat 2 responden yang tidak setuju, 66 responden yang setuju, dan sisanya sebesar 45 responden yang sangat setuju atas pertanyaan Rumah Sakit Muhammadiyah memberikan bonus atas peningkatan kinerja Rumah Sakit (lihat tabel 4.14). Melihat hasil di atas mayoritas responden menyetujui bahwa Rumah Sakit telah melakukan pemasaran internal dalam hal pemberian penghargaan atas apa yang telah dilakukan responden sebagai perawat meskipun masih belum menyeluruh dengan adanya responden yang menjawab tidak setuju.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Ayu Faradila P (2013) yang menyatakan bahwa pemasaran internal berpengaruh secara signifikan terhadap komitmen kerja pada karyawan Bank BNI Syariah Surabaya.

B. Pengaruh Langsung Komitmen Kerja terhadap Kinerja Perawat di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan

Jika dilihat dari hasil *T Statistics* untuk hubungan variabel komitmen kerja dengan kinerja adalah sebesar 2,285 yang menandakan bahwa hubungan tersebut signifikan karena nilai yang diperoleh lebih dari 1,98 ($2,285 > 1,98$). Nilai *original sample* menunjukkan angka 0,215 yang bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara komitmen kerja dan kinerja. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komitmen kerja terhadap kinerja perawat Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan.

Adanya pengaruh antara variabel pemasaran internal dengan kinerja juga dapat dilihat dari nilai R Square (R^2) yaitu sebesar 0,193 (lihat tabel 4.27) yang berarti variabel pemasaran internal memiliki pengaruh pada kinerja sebesar 0,193 atau 19,3%. Adanya hubungan variabel pemasaran internal dengan kinerja juga dapat dilihat dari nilai R Square Adjusted (R) yang menunjukkan angka sebesar 0,178 (lihat tabel 4.28), itu menunjukkan bahwa variabel pemasaran internal memiliki hubungan yang dapat dijelaskan terhadap komitmen kerja sebesar 0,178 atau 17,8%. Sedangkan besar pengaruh langsung komitmen kerja dalam meningkatkan kinerja perawat Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan adalah sebesar 21,5%.

setuju, dan sisanya sebanyak 47 orang sangat setuju (lihat tabel 4.) bahwa mereka tidak pernah meninggalkan ibadah wajib dan rutin mengerjakan ibadah sunnah yang mewakili indikator pertama yaitu bekerja merupakan ketaatan kepada Allah (*ta'atullah*). Perawat berusaha keras mewujudkan tujuan Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan yang mewakili indikator Bekerja ikhlas sebagai ibadah memiliki hasil 67 responden memilih setuju dan 46 responden lain memilih sangat setuju.(lihat tabel 4.17) Dua indikator tersebut menunjukkan bahwa komitmen kerja yang dimiliki memiliki pengaruh pada kinerja mereka.

Selain dua indikator diatas, indikator lain dari variabel komitmen kerja adalah mandiri dalam bekerja. Sebanyak 68 responden memilih setuju dan 45 responden memilih sangat setuju bahwa mereka sebagai perawat selalu berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan efisien.(lihat tabel 4.16) Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mandiri dalam bekerja yang merupakan indikator komitmen kerja dapat mempengaruhi kinerja.

Indikator selanjutnya dari komitmen kerja adalah konsisten (*Istiqomah*) dalam bekerja. Sebanyak 74 responden memilih setuju dan 39 responden sangat setuju bahwa izin hanya untuk keperluan yang tidak dapat ditinggalkan. Selain itu untuk pertanyaan kedua responden memperoleh hasil sebanyak 61 responden memilih setuju dan responden lain sebanyak 52 perawat memilih sangat setuju bahwa mereka bertanggung jawab penuh atas pekerjaan yang telah diberikan. Dari kedua pertanyaan tersebut dapat dilihat

bahwa konsisten (*Istiqomah*) dalam bekerja yang merupakan indikator komitmen kerja dapat mempengaruhi kinerja.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vicky Andri P (2015) yang menyatakan bahwa komitmen kerja berpengaruh secara positif terhadap kinerja karyawan pada BMT Al-Ikhlas Yogyakarta. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Faradila P (2013) yang menyatakan bahwa komitmen kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan Bank BNI Syariah Surabaya.

C. Pengaruh Langsung Pemasaran Internal terhadap Kinerja Perawat di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan

Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung variabel pemasaran internal terhadap variabel kinerja, peneliti menggunakan variabel komitmen kerja sebagai variabel penghubung atau variabel intervening, hal tersebut dapat dikatakan layak apabila variabel komitmen kerja memenuhi syarat, yaitu terciptanya hubungan dan pengaruh langsung yang signifikan antara variabel pemasaran internal dengan komitmen kerja, dan adanya hubungan serta pengaruh langsung yang signifikan antara komitmen kerja dengan kinerja. Seperti yang telah diketahui pada sub bab sebelumnya bahwa hasil T statistics, R Square (R^2) dan R Square Adjusted (R) pada penghitungan dua model tersebut mengindikasikan adanya hubungan positif dan signifikan, oleh karena itu variabel komitmen kerja memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai variabel endogen intervening.

