

ABSTRAK

Perusahaan saat ini sangat mendepankan kinerja dan produktivitas yang baik untuk mencapai keunggulan bersaing. Namun hal penting yang terkadang diabaikan oleh perusahaan adalah bagaimana mempertahankan karyawan yang dimiliki atau retensi karyawan. Padahal di satu sisi karyawan merupakan aset penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya. *Internal marketing* sebagai pengelolaan karyawan dengan menganggapnya sebagai *internal customer* memiliki peran strategis dalam mempertahankan karyawan, sekaligus membangun kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *internal marketing* terhadap retensi karyawan melalui kepuasan kerja dan komitmen organisasi sebagai variabel intervening.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling*, yang diestimasi dengan program AMOS 23. Penelitian dilakukan pada karyawan tetap Telkom Indonesia Regional IV dan Telkomsel Regional Jateng & DIY. Penelitian ini melibatkan 116 responden yang diambil secara acak melalui teknik *simple random sampling*.

Kesimpulan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *internal marketing* terhadap kepuasan kerja. Kemudian *internal marketing* terhadap komitmen organisasi, *internal marketing* terhadap retensi karyawan, dan komitmen organisasi terhadap retensi karyawan juga berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan hubungan kepuasan kerja terhadap retensi karyawan karyawan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan.

Kata Kunci: *Internal Marketing*, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, Retensi Karyawan