

**PENGARUH INTERNAL MARKETING TERHADAP KINERJA
PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN
BERSAING DISENTRA INDUSTRI BUKIT ASAM**



TESIS

**JUNARDI
MANAJEMEN PEMASARAN
24251007P**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

**PENGARUH INTERNAL MARKETING TERHADAP KINERJA
PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN
BERSAING DISENTRA INDUSTRI BUKIT ASAM**



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar**

MAGISTER MANAJEMEN

**JUNARDI
MANAJEMEN PEMASARAN
24251007P**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis: INTERNAL MARKETING TERHADAP KINERJA PEMASARAN
YANG BERDAMPAK PADA KEUNGGULAN BERSAING SENTRA
INDUSTRI BUKIT ASAM

Oleh JUNARDI, NIM 24251007P, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Pembimbing
Program Studi Manajemen-S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN, Program
Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 28 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 28 Agustus 2025
Mengetahui,
Program Studi Manajemen- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,

Pembimbing,



Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: INTERNAL MARKETING TERHADAP KINERJA PEMASARAN
YANG BERDAMPAK PADA KEUNGGULAN BERSAING SENTRA
INDUSTRI BUKIT ASAM

Oleh JUNARDI, NIM 24251007P, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji
Program Studi Manajemen – S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN, Program
Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 28 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 28 Agustus 2025
Mengetahui,
Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,

Penguji I,



Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Penguji II,

Dr. Dewi Sartika, S.E., M.Si., Ak.

Penguji III,

Dr. Trisninawati, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Junardi

NIM : 24251007P

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister Manajemen di Universitas Bina Darma atau di perguruan tinggi lain.
2. Tesis ini murni gagasan, rumusan, penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing.
3. Di dalam tesis ini tidak terdapat karya dan pendapat yang jelas ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia Tesis yang saya hasilkan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan bersungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Agustus 2025
Yang membuat pernyataan,



Junardi

24251007P

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh internal marketing terhadap kinerja pemasaran yang dimediasi oleh keunggulan bersaing disentra industri bukit asam. Objek Penelitian ini dilakukan di Sentra Industri Bukit Asam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen PT Bukit Asam yang berjumlah 63 orang, dengan teknik pengambilan sampel jenuh (sensus). Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM-PLS). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Internal Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, Internal Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, Keunggulan Bersaing tidak memediasi pengaruh Internal Marketing terhadap Kinerja Pemasaran buat dalam bentuk paragraf Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), Kualitas Pelayanan Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Internal Marketing, Kinerja Pemasaran, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of internal marketing on marketing performance, mediated by competitive advantage, in the Bukit Asam industrial center. The research was conducted at the Bukit Asam Industrial Center. This study used a quantitative approach with a survey method. The study population was all 63 PT Bukit Asam customers, using a census sampling technique. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM-PLS) method. Based on the results, it can be concluded that internal marketing has a positive and significant effect on marketing performance, internal marketing has a positive and significant effect on competitive advantage, competitive advantage has no significant effect on marketing performance, and competitive advantage does not mediate the effect of internal marketing on marketing performance. The text is presented in paragraph form. Keywords: Customer Relationship Management (CRM), Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.

Keywords: Internal Marketing, Marketing Performance, Competitive Advantage

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Hidup adalah keyakinan dan perjuangan”

“Beramallah untuk duniamu seakan-akan engkau hidup selamanya, dan beribadallah untuk akhiratmu seakan-akan engkau mati esok hari.” (Hadis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kasih sayang Nya dan selalu memberikan kemudahan dalam segala urusan. Tesis ini penulis sembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku : (Alm) Bapak dan Ibu yang selalu menjadi sumber doa, kasih sayang, dan semangat dalam setiap langkahku
2. Kepada Istriku : Hj.Novti Dewita,SPd,MSi, yang dengan penuh kesabaran, pengertian, dan doa tulus selalu mendampingi dalam suka dan duka
3. Kepada Anak-anakku : Hafizhah Mardivta,S.Kom, M.Kom, Fadhlulrahman Khalish dan Naura Khalisha Balqis, yang menjadi cahaya, penyejuk hati, serta motivasi terbesar dalam menyelesaikan tesis ini
4. Kepada seluruh Bapak Ibu Dosen di Bina Darma Palembang
5. Kepada Kawan seperjuangan, terima kasih atas kebersamaan dan supportnya

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan tesis ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Berkat rahmat dan pertolongan-Nya pula, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“PENGARUH INTERNAL MARKETING TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING DISENTRA INDUSTRI BUKIT ASAM”**. Penulisan tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Magister Manajemen (S2). Tesis ini penulis persembahkan dengan penuh rasa hormat dan cinta kepada:

1. Prof. Edi Surya Negara. M.Kom, Selaku PLT Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc, PU-SDA, Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang
3. Dr. Sulaiman Helmi.SE.,MM.,CMA, Selaku Ketua Program Studi Manajemen S2 dan selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian penulisan tesis ini.
4. Seluruh Bapak Ibu Dosen Universitas Bina Darma Palembang.

5. Terima kasih teman-teman seperjuangan dan terutama untuk penyemangatku yang selalu memberikan semangat dan membantu saya hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik serta saran yang bersifat konstruktif demi penyempurnaan penelitian ini agar menjadi lebih berkualitas. Semoga segala bantuan, dukungan, dan masukan yang telah diberikan mendapat balasan kebaikan serta ridho Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Palembang, Agustus 2025

Penulis,

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup.....	8
1.6 Susunan dan Struktur Tesis	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Internal Marketing.....	10
2.2.1 Internal Marketing dalam Industri Kreatif	14
2.1.2 Internal Marketing dalam Era Digital	16
2.1.3 Komunikasi Internal.....	20
2.2 Kinerja Pemasaran.....	23
2.3 Keunggulan Bersaing	25
2.4 Penelitian Terdahulu	28
2.5 Kerangka Berfikir.....	30
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	31
2.6.1 Hubungan Internal Marketing dan Kinerja Pemasaran	32
2.6.2 Hubungan Internal Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing	33
2.6.3 Hubungan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran	34

2.6.4 Hubungan Internal Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Dimediasi oleh Keunggulan Bersaing	34
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Objek Penelitian	36
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3 Populasi Dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Operasional Variabel.....	38
3.6 Metode Analisis Data.....	39
3.6.1 Analisis Partial Least Square	40
3.6.2 Model pengukuran atau Outer Model	41
3.6.3 Evaluasi Inner Model (Struktural Model)	43
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	46
3.7 Pengukuran Variabel.....	47
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.2 Analisis Deskripsi Responden.....	50
4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian	50
4.2.2 Karakteristik Responden Penelitian	51
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.4 Hasil Evaluasi Statistik	59
4.4.1 Model Pengukuran atau Outer Model	59
4.4.2 Model Struktural (Inner Model)	64
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	68
4.5 Pembahasan.....	72
4.5.1 H1 : Pengaruh Internal Marketing terhadap Kinerja Pemasaran	72
4.5.2 H2 : Pengaruh Internal Marketing terhadap Keunggulan bersaing	73
4.5.3 H3 : Pengaruh Internal Marketing terhadap Kinerja pemasaran	75

4.5.4 H4 : Pengaruh Internal Marketing terhadap kinerja pemasaran dimediasi pada Keunggulan Bersaing	76
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Karyawan Sentra Industri Bukit Asam	37
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 3 Ringkasan Rule Of Thumb Evaluasi Model Pengukuran-Refleksif.....	43
Tabel 3. 4 Ringkasan Rule Of Thumb Evaluasi Model Struktural	45
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	50
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Variabel Internal Marketing	53
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Variabel Kinerja Pemasaran.....	55
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Variabel Keunggulan Bersaing.....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen (Outer Loading)	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Kriteria Fornell-Larcker)	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas dan AVE.....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 4. 9 Hasil Evaluasi Model Prediktif	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Ukuran Efek (f^2)	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Pengaruh Jalur Mediasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	31
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur	52
Gambar 4. 3 Model Outer Model	59

