

ABSTRAK

Perkembangan industri asuransi di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) saat ini telah tumbuh dengan pesatnya. Perusahaan asuransi khususnya di sektor asuransi jiwa senantiasa dituntut selalu kreatif dalam menjalankan usaha atau kegiatan pemasarannya untuk menghasilkan kinerja penjualan yang tinggi, khususnya dalam persaingan yang semakin kompetitif. Tenaga pemasar dalam sebuah perusahaan asuransi jiwa sebagai sumber daya yang memiliki keterampilan, potensi dan kreativitas perlu dikembangkan seoptimal mungkin untuk dapat menganalisis pengaruh motivasi dan budaya organisasi terhadap kinerja penjualan tenaga pemasar serta menganalisis pengaruh kinerja penjualan tenaga pemasar terhadap kinerja pemasaran perusahaan pada PT. Cipta Profitana Abadi Cilegon Banten. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi, budaya organisasi, kinerja penjualan tenaga pemasar, dan kinerja pemasaran perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder perusahaan asuransi yang terkait dengan permasalahan. Selanjutnya melakukan pengumpulan data dengan mengambil sampel responden sebanyak 200 orang tenaga pemasar. Dengan menggunakan kuesioner yang berupa daftar pertanyaan, data diolah dengan menggunakan SPSS versi 20 For Windows, analisis jalur (path analysis) dan model penelitian dihasilkan melalui Lisrel 8.5 Student Program. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif antara motivasi terhadap kinerja penjualan tenaga pemasar, pengaruh yang positif antara budaya organisasi terhadap kinerja penjualan tenaga pemasar, dan pengaruh yang positif antara kinerja penjualan tenaga pemasar terhadap kinerja pemasaran perusahaan.

Kata Kunci: Motivasi, Budaya Organisasi, Kinerja Penjualan, Kinerja Pemasaran Perusahaan, Tenaga Pemasar, Asuransi Jiwa.

ABSTRACT

The development of the insurance industry in the era of ASEAN Economic Community (AEC) is now has grown with the rapid. Insurance companies, especially in the life insurance sector has always claimed to be creative in doing business or marketing activities to high result of sales performance especially in an increasingly competitive market. Sales force in a life insurance company as a resource that has the skills, potential and creativity need to be developed to achieve the maximum possible success of the company. The purpose of this research is to analyze influence motivation and organization culture on sales force performance and analyze influence sales force performance on corporate marketing performance in PT. Cipta Abadi Profitama Cilegon Banten. Variables used in this study are the motivation, organization culture, sales force performance, and corporate marketing performance. The study uses a quantitative approach to secondary data the insurance company related to the problem. Next perform data collection, by taking a sample of 200 respondent's sales force. Using the questionnaire in the form of a list of questions, if the data in SPSS version 20 for Windows, Path Analysis and model studies produced by LISREL 8.5 Student Program. The result showed a positive influence of motivation to achievement of sales force performance, the positive influence of organization culture on sales force performance and effect positive sales force performance on corporate marketing performance.

Keyword: Motivation, Organization Culture, Sales Force Performance, Corporate Marketing Performance, Sales Force, Life Insurance.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA