

ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan: apakah kompensasi, pelatihan dan kepemimpinan manajer berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kinerja agen pemasaran PT Asuransi Takaful Keluarga RO Sidoarjo serta pengaruh paling dominan dari variabel bebas terhadap terikat?

Salah satu strategi yang digunakan oleh PT Asuransi Takaful Keluarga RO Sidoarjo dalam meningkatkan kinerja agen pemasarannya adalah dengan cara memberikan kompensasi yang menarik, memberikan pelatihan untuk mengembangkan kemampuan agen pemasarannya dan menghadirkan pemimpin yang berkualitas yang tujuan akhirnya yakni dapat meningkatkan kinerja agen pemasaran dalam perolehan polis perusahaan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode survey yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompensasi, pelatihan dan kepemimpinan manajer terhadap kinerja agen pemasaran PT Asuransi Takaful Keluarga RO Sidoarjo. Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 agen pemasaran dengan penentuan sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara. Sedangkan untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung 12,614, maka dapat dikatakan bahwa kompensasi, pelatihan dan kepemimpinan secara serentak berpengaruh terhadap kinerja. Hasil pengujian koefisien regresi secara parsial (uji t) didapatkan variabel kompensasi (X_1) memiliki nilai t-hitung 4,472, hal ini berarti variabel kompensasi (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap kinerja (Y).

Pada variabel pelatihan (X_2) memiliki nilai t-hitung 3,175 dan pada variabel kepemimpinan (X_3) memiliki nilai t-hitung 5,285, sehingga variabel pelatihan (X_2) dan kepemimpinan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap kinerja (Y). Adapun variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kinerja agen pemasaran adalah kepemimpinan manajer.