

ABSTRAK

Dalam kondisi saat ini kehadiran asuransi tentu akan membuat resiko dimasa yang akan datang dapat teratasi dengan baik atau minimal meminimalisir resiko yang akan datang di kemudian hari. Untuk bisa memasarkan produk – produk jasa asuransi jiwa yang dimiliki oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Bandung Barat *Branch Office* diperlukan kerja sama yang baik antar setiap elemen karyawan tak terkecuali dari *Marketing Associate*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi terhadap kinerja *Marketing Associate* PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Bandung Barat *Branch Office*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Untuk itu didapat jumlah sampel sebesar 61 orang responden dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara keseluruhan pengaruh motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja *marketing associate* PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Bandung Barat *Branch Office*. Hal ini dapat dibuktikan dengan analisis nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,978 > 2,001$. Berdasarkan hasil koefisien determinasi didapatkan bahwa pengaruh motivasi terhadap kinerja *marketing associate* sebesar 51,9% dan sisanya sebesar 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati didalam penelitian ini.

Kata Kunci : motivasi, kinerja, *marketing associate*