

## ABSTRAK

Asuransi jiwa sudah menjadi sebuah kebutuhan primer bagi sebagian penduduk Indonesia (okezone.com, 2017). Masyarakat mulai menyadari betapa pentingnya asuransi jiwa sebagai antisipasi terhadap resiko. Industri asuransi jiwa di Indonesia akan terus tumbuh dan berkembang terbukti dengan kenaikan jumlah pelanggan asuransi jiwa di tahun 2015 menjadi 54,96 juta jiwa dan di tahun 2016 menjadi 55,34 juta jiwa pelanggan. Pada tahun 2014 kinerja industri asuransi jiwa di Bandung mengalami perlambatan sebesar 1,22%. Perusahaan harus melakukan penilaian pada kinerja perusahaan dengan menggunakan ukuran kinerja yang tepat, agar strategi yang diterapkan setelah evaluasi kinerja perusahaan juga menjadi tepat sasaran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor dominan pada penilaian kinerja penjualan pada perusahaan asuransi jiwa di Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui penyebaran 150 kuesioner yang dibagikan kepada tenaga sales marketing namun kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 110. Selanjutnya dilakukan analisis faktor pada data yang diperoleh.

Dari hasil penelitian diperoleh tiga faktor baru yang terbentuk yaitu faktor pertumbuhan dan pendapatan, jumlah pelanggan dan pangsa pasar, serta faktor pelanggan sebesar. Nilai *percentage of variance* masing-masing faktor adalah 45.556%, 9.117% dan 8.194%. Dengan demikian faktor pertumbuhan dan pendapatan menjadi faktor dominan. Dari ketiga faktor diperoleh presentase total sebesar 62,867%. Artinya, ketiga faktor tersebut dapat menjelaskan 62,867% dari seluruh faktor awal dan terdapat faktor lain sebesar 37,133% yang juga digunakan perusahaan sebagai indikator penilaian kinerja penjualan perusahaan asuransi jiwa swasta di kota Bandung.

**Kata Kunci :** *analisis faktor, penilaian kinerja, kinerja penjualan, asuransi jiwa.*