

ABSTRAKSI

HUBUNGAN KECERDASAN EMOSIONAL (EMOTIONAL INTELLIGENCE) TERHADAP KEMAMPUAN ADAPTIVE SELLING PADA AGEN ASURANSI DI PT. AXA LIFE MEDAN

Oleh : Topan Guntur Simamora
NPM : 05 860 0082

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan kecerdasan emosional (*emotional intelligence*) terhadap kemampuan *adaptive selling* pada Agen Asuransi di PT. AXA Life Medan.

Berdasarkan penjabaran yang dalam bab landasan teori, maka diajukan hipotesis penelitian yang berbunyi: Ada hubungan positif antara kecerdasan emosional (*emotional intelligence*) dengan *adaptive selling* pada agen asuransi" Artinya semakin tinggi *emotional intelligence*, maka semakin tinggi kemampuan mereka dalam melakukan *adaptive selling*. Sebaliknya semakin rendah *emotional intelligence*, maka semakin rendah tinggi kemampuan mereka dalam melakukan *adaptive selling*.

Dalam upaya untuk membuktikan ketiga hipotesis di atas, maka digunakan teknik analisis korelasi *Product Moment* dari Karl Person. Alasan digunakannya teknik korelasi ini karena pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat hubungan antara satu variabel bebas (kecerdasan emosional) dengan satu variabel terikat (*adaptive selling*).

Berdasarkan analisis data yang menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment*, maka diperoleh hasil sebagai berikut: 1). terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kecerdasan emosional dengan *adaptive selling*, dimana $r_{xy} = 0,679$; $p < 0,010$. Artinya semakin tinggi kecerdasan emosional, maka semakin baik *adaptive selling* para agen asuransi. Sebaliknya semakin rendah kecerdasan emosional, maka semakin buruk *adaptive selling* para agen asuransi. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima.. 2). Diketahui bahwa kecerdasan emosional mempengaruhi *adaptive selling* sebesar 46,1%. Ini berarti bahwa masih terdapat 53,9% pengaruh faktor lain terhadap *adaptive selling*, diantaranya *personality traits* dan penyebab *adaptive selling* itu sendiri yakni *intrinsic motivation*, pengalaman dan gaya manajemennya, sedangkan *personality traits* yang mempengaruhi *adaptive selling* adalah *self-monitoring*, androgini, empati, keterbukaan dan *locus of control*.

Secara umum hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kecerdasan emosional para agen asuransi PT. AXA Life Medan tergolong sedang, sebab selisih antara mean empirik (140,400) dengan mean hipotetik (136) tidak melebihi bilangan SD, yakni 18,149. Kemudian para agen asuransi PT. AXA Life Medan dinyatakan memiliki *adaptive selling* yang tergolong sedang, sebab selisih antara kedua nilai (empirik dan hipotetiknya) tidak melebihi bilangan SD yakni 13,675.

Kata Kunci: Kecerdasan emosional dan *adaptive selling*