



Pengaruh *Self-Efficacy* dan Pemberian *Reward* Melalui Motivasi Terhadap Peningkatan Kinerja Agen (Studi Kasus PT. Prudential Pruaini Cabang Medan)

Thasya Virdinia*, Tri Inda Fadhila Rahma, Marliyah
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
*thasyavirdinia@gmail.com

Abstract

In the competitive insurance industry, agent performance is a key factor in achieving company success. Various factors can affect an agent's performance, including motivation, self-efficacy, and the reward system implemented by the company. This study aims to analyze the influence of self-efficacy and reward on the performance of insurance agents of PT. Prudential Pruaini Medan Branch, with motivation as a mediation variable. Using a quantitative approach with the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method, data was collected through a questionnaire distributed to 60 agents using a non-probability sampling method and analyzed using SmartPLS software. The results of the study show that self-efficacy has a significant influence on the motivation and performance of agents. Giving rewards has a positive effect on motivation, but does not have a direct effect on performance. Interestingly, motivation was shown to significantly mediate the relationship between self-efficacy and rewarding and agent performance. This study confirms that intrinsic factors (self-efficacy) and extrinsic (reward) factors contribute significantly in improving the motivation and performance of insurance agents. The practical implication of this research is the need to develop training programs to increase self-efficacy as well as performance-based reward systems to increase agent effectiveness.

Keywords: *Self-Efficacy*; *Rewarding*; *Agent Performance*; *Motivation*; *PLS-SEM*

Abstrak

Dalam industri asuransi yang kompetitif, kinerja agen menjadi faktor kunci dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Berbagai faktor dapat memengaruhi kinerja agen, termasuk motivasi, *self-efficacy*, dan sistem *reward* yang diterapkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *self-efficacy* dan pemberian *reward* terhadap kinerja agen asuransi PT. Prudential Pruaini Cabang Medan, dengan motivasi sebagai variabel mediasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 60 agen dengan metode *non-probability sampling* dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi dan kinerja agen. Pemberian *reward* berpengaruh positif terhadap motivasi, namun tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja. Menariknya, motivasi terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara *self-efficacy* dan pemberian *reward* dengan kinerja agen. Studi ini menegaskan bahwa faktor intrinsik (*self-efficacy*) dan ekstrinsik (*reward*) berkontribusi penting dalam meningkatkan motivasi dan kinerja agen asuransi. Implikasi praktis penelitian ini adalah perlunya pengembangan program pelatihan untuk meningkatkan *self-efficacy* serta sistem *reward* berbasis kinerja guna meningkatkan efektivitas agen.

Kata Kunci: *Self-Efficacy*; *Pemberian Reward*; *Kinerja Agen*; *Motivasi*; *PLS-SEM*

Pendahuluan

Agen asuransi memiliki peran strategis sebagai ujung tombak perusahaan dalam menjangkau dan melayani nasabah. Mereka tidak hanya bertanggung jawab atas proses pemasaran dan penjualan produk, tetapi juga berperan dalam memberikan edukasi literasi keuangan serta analisis kebutuhan calon nasabah agar dapat merekomendasikan solusi perlindungan yang sesuai. Kinerja agen menjadi indikator utama dalam menilai efektivitas aktivitas perusahaan asuransi, baik dari sisi kuantitas penjualan maupun kualitas layanan yang diberikan (Saragih & Atika, 2021).

Dalam konteks ini, PT Prudential Pruaini Cabang Medan menempatkan agen sebagai aktor kunci dalam menjaga pertumbuhan perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif. Kinerja agen asuransi, menurut Darmawan & Anggelina (2022) tidak hanya ditentukan oleh pencapaian target penjualan, tetapi juga oleh kemampuan agen dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, menjaga loyalitas, serta memperkuat reputasi perusahaan. Namun demikian, kinerja ini sangat bergantung pada berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk kepercayaan diri (*self-efficacy*), pemberian penghargaan (*reward*), serta tingkat motivasi kerja.

Efikasi diri merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas secara efektif, yang berperan besar dalam mempengaruhi kegigihan agen dalam menghadapi tantangan pekerjaan. Di sisi lain, *reward* merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan motivasi dan semangat kerja agen. *Reward* bisa berbentuk bonus, gaji, komisi, hingga kompensasi *non-finansial* seperti pengakuan atau penghargaan (Putri & Syahriza, 2022; Syafiq, 2021; Palupi et al., 2022). Sistem penghargaan yang tepat tidak hanya mendorong pencapaian target, tetapi juga menumbuhkan loyalitas dan rasa kepemilikan terhadap perusahaan.

Menurut Afida & Zainarti (2025) menegaskan bahwa *reward* yang diberikan secara adil dan sesuai kinerja dapat menciptakan iklim kerja yang mendukung serta meningkatkan motivasi intrinsik agen. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kinerja agen asuransi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan. Salah satu perusahaan asuransi yang menonjol di Indonesia adalah Prudential, yang dimana memiliki banyak agen yang berperan penting dalam pemasaran produk asuransinya. Kinerja agen ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya adalah *self-efficacy* dan pemberian *reward* yang dapat meningkatkan motivasi kerja terhadap peningkatan kinerja agennya. Sebagai contoh, agen berinisial DWS, menunjukkan bahwa tingkat efikasi diri merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam mencapai tugas tertentu, dan hal ini dapat berdampak langsung pada kinerja agen di lapangan. Namun, berdasarkan fenomena di lapangan, ditemukan ketidaksesuaian antara teori dan kenyataan. Di PT. Prudential Pruaini Cabang Medan, beberapa agen menunjukkan kinerja yang rendah meskipun telah menerima insentif dan memiliki tingkat *self-efficacy* yang baik. Contohnya, agen berinisial MA memperlihatkan skor motivasi dan kinerja yang rendah meskipun telah memperoleh kompensasi.

Ini menunjukkan bahwa *reward* dan *self-efficacy* belum tentu selalu berbanding lurus dengan peningkatan kinerja, terutama jika tidak disertai dengan motivasi kerja yang tinggi. Fenomena ini menjadi sinyal bahwa terdapat faktor lain yang turut memediasi hubungan antara *reward* dan *self-efficacy* terhadap kinerja, salah satunya adalah motivasi kerja sebagai variabel psikologis yang kompleks. Fenomena ini mengindikasikan adanya gap antara teori dan praktik, yang disebabkan oleh faktor-faktor lain seperti lingkungan kerja yang kurang mendukung, kurangnya pelatihan yang relevan, atau sistem *reward* yang tidak tepat sasaran. Gap penelitian ini juga muncul dari keterbatasan studi sebelumnya yang hanya meneliti hubungan langsung antara *self-efficacy* dan kinerja atau strategi pemasaran, tanpa menelusuri peran penting motivasi sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menjadi penting karena terdapat ketidaksesuaian antara teori dan kenyataan di lapangan, di mana motivasi kerja agen asuransi tetap rendah dan kinerja tidak optimal meskipun perusahaan telah menerapkan pemberian *reward* dan penguatan *self-efficacy*. Jika fenomena ini terus dibiarkan tanpa pemahaman yang mendalam, perusahaan berisiko mengalami penurunan produktivitas, pencapaian target yang rendah, hingga berkurangnya loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini juga mendasari pentingnya pengisian gap dalam literatur akademik, di mana studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada hubungan langsung antara *self-efficacy*, *reward*, dan kinerja, tanpa menelusuri peran motivasi sebagai variabel mediasi.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis dalam memberikan solusi strategis untuk meningkatkan kinerja agen di PT. Prudential Pruaini Cabang Medan, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis untuk memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja agen asuransi. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat menyusun program pengembangan sumber daya manusia yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan motivasi internal agen dan mendukung pencapaian target perusahaan secara berkelanjutan.

Motivasi berfungsi sebagai penggerak perilaku individu untuk mencapai tujuan organisasi. Ketika motivasi kerja tinggi, agen cenderung lebih proaktif, konsisten, dan gigih dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, motivasi tidak dapat diabaikan dalam kajian yang mengaitkan *self-efficacy* dan *reward* dengan kinerja. Agen dengan efikasi diri tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menetapkan strategi, mengatur waktu, serta berinteraksi dengan nasabah. Kombinasi antara efikasi diri dan *reward* yang diperkuat oleh motivasi internal terbukti dapat meningkatkan kinerja secara signifikan (Safitri et al., 2023). Selain itu, klasifikasi agen tetap dan agen lepas menurut Daulay (2019) turut mempengaruhi konteks kerja agen dalam mencapai performa optimal.

Agen tetap memiliki keterikatan struktural terhadap perusahaan, sehingga sistem *reward* dan penguatan motivasi harus disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik masing-masing jenis agen. Beberapa penelitian sebelumnya seperti oleh Safitri et al., (2023) telah membahas dampak efikasi diri terhadap kinerja dalam konteks pemasaran asuransi syariah, namun belum secara spesifik menelusuri peran motivasi sebagai variabel mediasi yang dapat menjembatani pengaruh *self-efficacy* dan *reward* terhadap kinerja. Inilah yang menjadi celah literatur (*research gap*) dan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan. Penelitian ini difokuskan pada agen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan dengan tujuan untuk menguji bagaimana *self-efficacy* dan pemberian *reward* berpengaruh terhadap kinerja melalui peran mediasi motivasi kerja.

Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia di sektor asuransi, tetapi juga rekomendasi praktis bagi manajemen perusahaan dalam merancang strategi pengembangan dan motivasi agen yang lebih efektif. Dengan memahami secara menyeluruh hubungan antara *self-efficacy*, *reward*, dan motivasi terhadap kinerja agen, perusahaan dapat membangun program pengembangan SDM yang lebih tepat sasaran, meningkatkan loyalitas agen, serta memperkuat daya saing di tengah dinamika industri asuransi yang terus berkembang. Penelitian ini mencoba memberikan pemahaman yang lebih baik tentang elemen-elemen yang menentukan kinerja agen asuransi serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja agen tersebut, dan memberikan rekomendasi yang praktis bagi manajemen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan untuk merancang teknik pengembangan sumber daya manusia yang lebih efisien.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Pendekatan ini dilakukan untuk memahami hubungan antara *self-efficacy* dan pemberian *reward* terhadap kinerja agen dengan motivasi sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh agen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan, dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner berisi pernyataan tertutup dengan skala *Likert* lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Kuesioner disebarakan melalui *Google Form*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Analisis ini dipilih karena mampu menguji hubungan simultan antar variabel laten dan variabel teramati. Pengujian model dilakukan melalui evaluasi *outer model* (validitas konvergen dan diskriminan, reliabilitas) serta *inner model* (uji R-Square dan *path coefficient*). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *self-efficacy* (X1), variabel independen, pemberian *reward* (X2), variabel independen, motivasi (Z), variabel mediasi, dan kinerja agen (Y), variabel dependen. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris yang kuat mengenai bagaimana *self-efficacy* dan *reward* memengaruhi kinerja agen, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui motivasi (Soemitra et al., 2022).

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Uji Validitas dapat dievaluasi berdasarkan salah satu dari kriteria utama, yaitu nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE).

a. Nilai *Loading Factor*

Nilai faktor pemuatan mencerminkan tingkat keterkaitan antara skor indikator (instrumen) dan konstruk yang diukur (variabel laten). Suatu indikator dianggap sah jika nilai korelasinya lebih dari 0,70 (Hamid, 2019). Jika suatu indikasi tidak mencapai ambang batas ini, maka indikator tersebut harus dipertimbangkan untuk dihapus. Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas konvergen yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil *Outer Loading Uji Convergent Validity*

| Indikator | Kinerja (Y) | Motivasi (Z) | Pemberian <i>Reward</i> (X2) | <i>Self-Efficacy</i> (X1) | Ket |
|-----------------------------|-------------|--------------|------------------------------|---------------------------|-------|
| Kinerja KN1 | 0.879 | | | | Valid |
| Kinerja KN2 | 0.929 | | | | Valid |
| Kinerja KN3 | 0.873 | | | | Valid |
| Kinerja KN4 | 0.839 | | | | Valid |
| Motivasi MT1 | | 0.710 | | | Valid |
| Motivasi MT2 | | 0.822 | | | Valid |
| Motivasi MT3 | | 0.731 | | | Valid |
| Motivasi MT4 | | 0.816 | | | Valid |
| Motivasi MT5 | | 0.819 | | | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR1 | | | 0.857 | | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR2 | | | 0.854 | | Valid |

| | | |
|--------------------------------|-------|-------|
| Pemberian <i>Reward</i> PR3 | 0.900 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR4 | 0.877 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR5 | 0.760 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE2 | 0.867 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE3 | 0.875 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE4 | 0.796 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE5 | 0.873 | Valid |

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis Dengan SmartPLS 3.0, 2025.

Hasil uji *outer loading* menunjukkan bahwa setelah penghapusan indikator SE1 dan KN5 yang tidak valid, seluruh indikator yang tersisa memiliki nilai > 0,70, sehingga memenuhi kriteria validitas. Nilai faktor pemuatan untuk indikator KN1, KN2, KN3, dan KN4 pada variabel kinerja (Y) masing-masing adalah 0,879, 0,929, 0,873, dan 0,839, sehingga mengonfirmasi validitasnya dalam menilai kinerja agen asuransi. Variabel motivasi (Z) juga menghasilkan hasil positif, dengan nilai pemuatan sebesar faktor indikator MT1 hingga MT5 berkisar antara 0.710 hingga 0.819, yang mengonfirmasi bahwa indikator-indikator tersebut dapat merepresentasikan motivasi agen dengan baik.

Selanjutnya, pada variabel pemberian *reward* (X2), indikator PR1 hingga PR5 memiliki nilai loading antara 0.760 hingga 0.900, menunjukkan bahwa *reward* yang diberikan, baik dalam bentuk insentif maupun penghargaan, telah terukur dengan valid. Sementara itu, pada variabel *self-efficacy* (X1), indikator SE2 hingga SE5 memiliki nilai antara 0.867 hingga 0.875, yang menunjukkan bahwa *self-efficacy* agen dalam penelitian ini dapat diukur dengan baik setelah penghapusan indikator yang tidak valid. Dengan demikian, hasil ini memastikan bahwa seluruh indikator yang digunakan telah memenuhi persyaratan validitas dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut dengan memanfaatkan pendekatan PLS-SEM.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan memastikan bahwa setiap konstruk dalam model menilai topik yang berbeda tanpa tumpang tindih. Dalam studi ini, uji *Cross Loading* mengungkapkan bahwa setiap indikasi memiliki beban terbesar pada konstruk diukurnya, menegaskan bahwa alat ukur valid dan setiap variabel dapat dibedakan dengan jelas.

Tabel 2. Hasil *Cross Loading* Uji Validitas Diskriminan

| Indikator | Kinerja (Y) | Motivasi (Z) | Pemberian <i>Reward</i> (X2) | <i>Self-Efficacy</i> (X1) | Keterangan |
|--------------|-------------|--------------|------------------------------|---------------------------|------------|
| Kinerja KN1 | 0.879 | 0.783 | 0.643 | 0.822 | Valid |
| Kinerja KN2 | 0.929 | 0.744 | 0.645 | 0.777 | Valid |
| Kinerja KN3 | 0.873 | 0.650 | 0.635 | 0.639 | Valid |
| Kinerja KN4 | 0.839 | 0.673 | 0.670 | 0.599 | Valid |
| Motivasi MT1 | 0.538 | 0.710 | 0.454 | 0.571 | Valid |
| Motivasi MT2 | 0.721 | 0.822 | 0.559 | 0.694 | Valid |
| Motivasi MT3 | 0.592 | 0.731 | 0.515 | 0.520 | Valid |

| | | | | | |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Motivasi MT4 | 0.672 | 0.816 | 0.766 | 0.748 | Valid |
| Motivasi MT5 | 0.637 | 0.819 | 0.738 | 0.629 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR1 | 0.705 | 0.682 | 0.857 | 0.648 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR2 | 0.610 | 0.649 | 0.854 | 0.599 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR3 | 0.658 | 0.682 | 0.900 | 0.611 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR4 | 0.564 | 0.698 | 0.877 | 0.576 | Valid |
| Pemberian <i>Reward</i> PR5 | 0.580 | 0.641 | 0.760 | 0.585 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE2 | 0.735 | 0.679 | 0.638 | 0.867 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE3 | 0.700 | 0.705 | 0.561 | 0.875 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE4 | 0.556 | 0.611 | 0.495 | 0.796 | Valid |
| <i>Self-Efficacy</i> SE5 | 0.762 | 0.778 | 0.709 | 0.873 | Valid |

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis Dengan SmartPLS 3.0, 2025

Temuan uji *cross-loading* menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading terbesar pada konstruk yang diukurnya, yang menunjukkan validitas diskriminan. Ini berarti bahwa setiap variabel dapat dikenali dengan mudah tanpa tumpang tindih. Dengan demikian, instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini sah dan berkontribusi pada penyelidikan hubungan antara variabel, khususnya pengaruh efikasi diri dan pemberian insentif terhadap kinerja agen melalui motivasi.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|------------------------------|------------|
| Kinerja | 0.840 | 0.886 | Reliabel |
| Motivasi | 0.876 | 0.915 | Reliabel |
| Pemberian <i>Reward</i> | 0.904 | 0.929 | Reliabel |
| <i>Self-Efficacy</i> | 0.903 | 0.932 | Reliabel |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SmartPLS 3.0, 2025

Hasil uji reliabilitas Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) di atas 0,70 menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria *reliabilitas* (Haryono, 2016). Variabel *insentif* (0,904) dan *self-efficacy* (0,903) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* tertinggi, menunjukkan konsistensi yang sangat baik. CR menghasilkan hasil yang sebanding, dengan *self-efficacy* (0,932) sebagai yang tertinggi. Data ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki dependabilitas yang tinggi dan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

a. Analisis *R-Squared* untuk Evaluasi Model Struktural

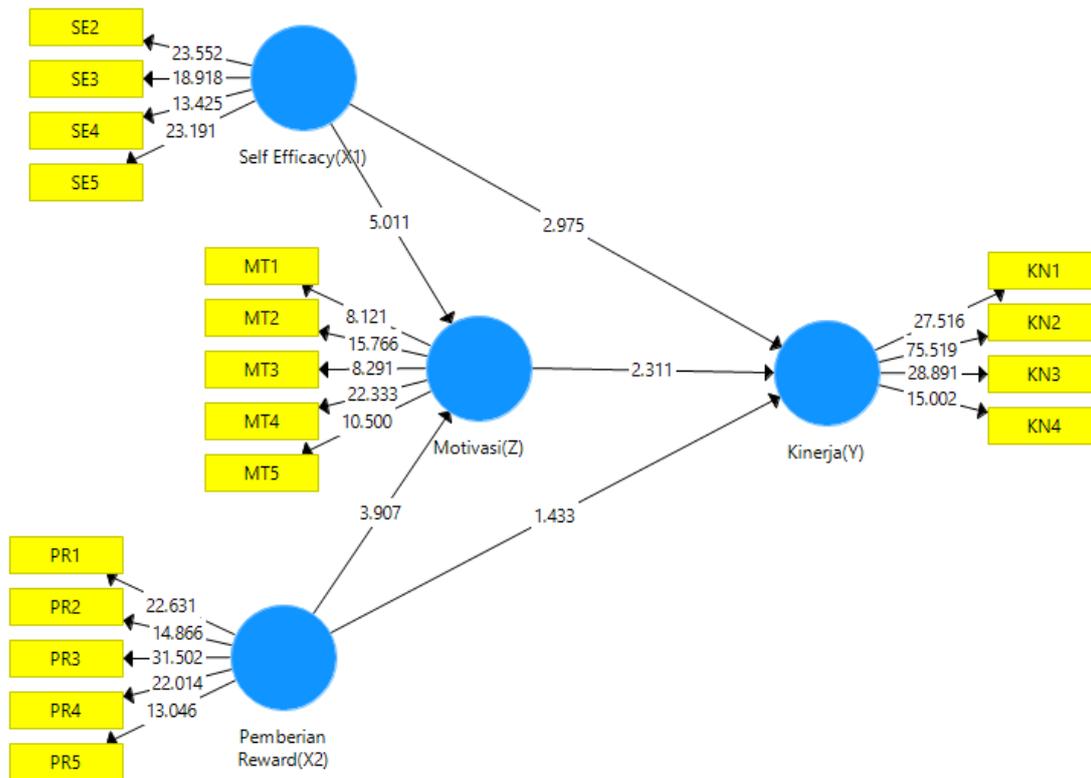
Dalam PLS-SEM, *R-Square* menilai seberapa baik variabel independen laten model menjelaskan variabilitasnya. Nilai R2 menunjukkan kekuatan prediksi keseluruhan model. Nilai R2 menunjukkan kekuatan prediksi keseluruhan model. Nilai R2 bervariasi antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih besar menunjukkan model yang lebih baik untuk menjelaskan varians. Berikut adalah hasil *R-Square* untuk analisis ini.

Tabel 4. Hasil Uji *R-Square*(R²)

| Variabel Dependen | <i>R-Square</i> | <i>R-Square Adjusted</i> |
|-------------------|-----------------|--------------------------|
| Kinerja | 0.739 | 0.725 |
| Motivasi | 0.754 | 0.746 |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SmartPLS 3.0, 2025

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis



Gambar 1. Hasil Output SmartPLS 3.0

(Sumber: Data Diolah Oleh Penulis Dengan SmartPLS 3.0, 2025)

Uji signifikansi dalam kuadrat Terkecil Parsial. Sasaran pemodelan persamaan struktural (PLS-SEM) adalah untuk menetapkan apakah hubungan variabel laten suatu model bermakna secara statistik. Metode ini sering dilakukan melalui teknik *bootstrapping*, di mana data diambil sampelnya kembali beberapa kali untuk memperoleh koefisien rute dan galat standar.

Hasil analisis *bootstrapping* biasanya dinyatakan sebagai statistik-t atau nilai-p. Suatu hubungan dianggap signifikan jika nilai-p kurang dari tingkat signifikansi yang diberikan (dalam kasus ini, $\alpha = 0,05$). Jika koefisien jalur signifikan, artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen laten memiliki dukungan statistik yang tinggi, dan hipotesis yang diberikan dalam penelitian dapat diterima. Berikut ini adalah temuan analisis *bootstrapping*, yang mencakup efek langsung dan tidak langsung dalam model penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji *Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect*

| Koefisien Jalur | Original Sample | Sample Mean | Standard Deviation | T Statistics | P Values | Ket. |
|-----------------------------|-----------------|-------------|--------------------|--------------|----------|----------------|
| Motivasi > Kinerja | 0.337 | 0.315 | 0.118 | 2.853 | 0.006 | Terbukti |
| Pemberian Reward > Kinerja | 0.176 | 0.169 | 0.123 | 1.432 | 0.157 | Tidak Terbukti |
| Pemberian Reward > Motivasi | 0.420 | 0.402 | 0.104 | 4.053 | 0.000 | Terbukti |
| Self-Efficacy > Kinerja | 0.413 | 0.442 | 0.109 | 3.797 | 0.000 | Terbukti |
| Self-Efficacy > Motivasi | 0.519 | 0.539 | 0.101 | 5.110 | 0.000 | Terbukti |

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis Dengan SmartPLS 3.0, 2025.

Tabel 6. Hasil *Patch Coefficient Bootstrapping Indirect Effect*

| Koefisien Jalur | <i>Original Sample</i> | <i>Sample Mean</i> | <i>Standard Deviation</i> | T Statistics | P Values | Ket |
|--|------------------------|--------------------|---------------------------|--------------|----------|----------|
| Pemberian <i>Reward</i> > Motivasi > Kinerja | 0.141 | 0.124 | 0.055 | 2.591 | 0.012 | Terbukti |
| <i>Self-Efficacy</i> > Motivasi > Kinerja | 0.175 | 0.171 | 0.077 | 2.262 | 0.027 | Terbukti |

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis Dengan SmartPLS 3.0, 2025

1. Uji Hipotesis (H1) Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Motivasi

Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis dengan pendekatan *bootstrapping* pada PLS-SEM, variabel *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi agen asuransi di PT. Prudential Pruaini Cabang Medan. Nilai koefisien jalur (*Original Sample/O*) sebesar 0,519 menunjukkan adanya peningkatan *self-efficacy* pada agen berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan motivasi dalam menjalankan pekerjaannya. Hasil pengujian statistik juga memperkuat temuan ini, di mana nilai t-statistik sebesar 5.110 lebih tinggi Batas kritisnya adalah 1,96, dan nilai-p adalah 0,000, yang jauh lebih kecil daripada ambang signifikansi 0,05. Dengan demikian, hubungan antara *self-efficacy* dan motivasi dalam penelitian ini dapat dinyatakan signifikan, sehingga hipotesis H1 diterima.

Temuan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi efikasi diri seorang agen, semakin besar pula motivasi internal mereka untuk bekerja lebih tekun, konsisten, dan percaya diri dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efikasi diri sangat penting dalam mengembangkan kepercayaan diri individu terhadap keterampilan mereka sendiri untuk menghadapi masalah, menyelesaikan aktivitas, dan meraih keberhasilan. Dalam konteks penelitian ini, agen mereka yang memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi akan lebih terdorong. memberikan layanan terbaik kepada nasabah, menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, serta berupaya meningkatkan pencapaian target penjualan. Sebaliknya, agen dengan *self-efficacy* rendah cenderung mengalami keraguan terhadap kemampuannya sendiri, yang dapat menghambat motivasi mereka dalam bekerja.

2. Uji Hipotesis (H2) Pengaruh Pemberian *Reward* Terhadap Motivasi

Hasil pengujian hipotesis dengan pendekatan *bootstrapping* pada PLS-SEM menunjukkan bahwa variabel *reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi agen asuransi PT. Prudential Cabang Medan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample/O*) sebesar 0,420 yang menunjukkan bahwa semakin besar insentif yang diberikan kepada agen maka semakin termotivasi agen untuk bekerja. Berdasarkan analisis statistik diperoleh nilai t-statistik sebesar 4,053 yang melebihi batas signifikansi sebesar 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang berarti lebih rendah secara signifikan dari ambang batas signifikansi sebesar 0,05.

Dengan demikian, hubungan antara pemberian *reward* dan motivasi dapat dikategorikan signifikan, sehingga hipotesis H2 dapat diterima. Temuan ini menegaskan bahwa pemberian *reward*, baik dalam bentuk insentif finansial, penghargaan *non-moneter*, maupun pengakuan dari perusahaan, dapat meningkatkan motivasi kerja agen. Ketika agen mendapatkan apresiasi atas kinerja mereka, mereka cenderung lebih bersemangat dan terdorong untuk terus meningkatkan pencapaiannya. Sebaliknya, jika sistem *reward* tidak dikelola dengan benar atau sesuai dengan harapan agen, maka tingkat motivasi mereka dapat menurun.

Kondisi ini berpotensi memengaruhi produktivitas dan semangat kerja mereka dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Penelitian hal ini sesuai dengan teori motivasi, yang menekankan bahwa insentif dan penghargaan eksternal memainkan peran penting dalam mendorong motivasi individu. Oleh karena itu, manajemen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan diharapkan dapat mengembangkan sistem *reward* yang lebih optimal, transparan, dan berbasis pencapaian kinerja. Dengan demikian, pemberian *reward* dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan terhadap semangat kerja serta loyalitas para agen.

3. Uji Hipotesis (H3) Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Agen

Pengujian hipotesis menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,337, dengan statistik *t* sebesar 2,853 dan nilai *p* sebesar 0,006 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi memiliki efek positif dan substansial terhadap kinerja agen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin termotivasi seorang agen, semakin baik mereka melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab mereka. Temuan hal ini mendukung hipotesis bahwa motivasi sangat penting dalam meningkatkan produktivitas dan efektivitas individu di tempat kerja.

Agen dengan dorongan motivasi yang tinggi lebih bersemangat dalam mencapai target yang telah ditetapkan, lebih gigih dalam menghadapi tantangan, serta lebih fokus dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Motivasi yang kuat, baik yang berasal dari faktor intrinsik seperti kepuasan kerja, maupun dari faktor ekstrinsik seperti penghargaan dan insentif, dapat menjadi pemicu utama peningkatan performa kerja. Dengan adanya hubungan yang signifikan ini, perusahaan perlu lebih proaktif dalam menciptakan lingkungan kerja yang mampu meningkatkan motivasi agen.

Strategi yang dapat diterapkan meliputi pemberian apresiasi terhadap pencapaian karyawan, sistem insentif yang adil dan kompetitif, serta peluang pengembangan karier yang jelas. Selain itu, membangun budaya kerja yang sehat, memberikan umpan balik yang membangun, dan menjamin kesejahteraan agen merupakan elemen penting untuk mempertahankan dan meningkatkan motivasi. Dengan demikian, kinerja agen dapat terus meningkat, yang pada akhirnya menguntungkan pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

4. Uji Hipotesis (H4) Pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Kinerja Agen

Pengujian hipotesis menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,413, dengan statistik *t* sebesar 3,797 dan nilai *p* sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki efek positif dan substansial pada kinerja agen. Dengan kata lain, semakin kuat keyakinan agen terhadap kapasitas mereka untuk melaksanakan tugas dan mencapai tujuan, semakin baik pula kinerja yang mereka tunjukkan. Implikasi dari temuan ini bagi manajemen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan adalah pentingnya menciptakan program pengembangan yang dapat meningkatkan *self-efficacy* agen. Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain memberikan pelatihan berkala, *mentorship* oleh agen berpengalaman, serta pemberian umpan balik yang membangun.

Selain itu, menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, di mana agen diberikan kebebasan untuk mengeksplorasi kemampuan mereka tanpa takut gagal, juga dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri mereka. Dengan meningkatnya *self-efficacy*, agen akan lebih bersemangat dalam bekerja, lebih optimis dalam menghadapi tantangan, serta lebih konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Hal ini pada akhirnya akan membantu meningkatkan kinerja individu sekaligus membantu tercapainya tujuan organisasi secara keseluruhan.

5. Uji Hipotesis (H5) Pengaruh Pemberian *Reward* Terhadap Kinerja Agen

Berdasarkan hasil uji *path coefficient*, pemberian *reward* tidak Nilai T-Statistik sebesar 1,432 dan Nilai-P sebesar 0,157 menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja agen. Nilai-P yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa premis hubungan langsung antara penawaran insentif dan kinerja tidak didukung secara statistik. Dengan kata lain, meskipun korporasi menawarkan insentif, hal itu tidak menjamin peningkatan kinerja agen. Hal ini konsisten dengan paradigma penentuan nasib sendiri yang diberikan oleh Richard & Ryan (2017) yang menyatakan bahwa individu cenderung lebih terdorong oleh motivasi intrinsik, seperti rasa puas dalam bekerja, pengembangan diri, dan lingkungan kerja yang mendukung, dibandingkan insentif eksternal seperti bonus atau *reward*.

Jika agen tidak merasa puas atau tidak memiliki dorongan internal yang kuat, maka *reward* tidak akan cukup untuk meningkatkan kinerja mereka. Salah satu faktor utama yang menyebabkan penghargaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja adalah adanya faktor lain yang lebih dominan dalam meningkatkan produktivitas agen. Berdasarkan hasil penelitian, *self-efficacy* (kepercayaan diri terhadap kemampuan diri sendiri) terbukti memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja agen ($T\text{-Statistics} = 3.797$, $P\text{-Value} = 0.000$). Artinya, agen yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya dalam bekerja cenderung menunjukkan kinerja yang baik, terlepas dari ada atau tidaknya *reward*.

Agen yang percaya diri dalam menyelesaikan tugasnya lebih cenderung memiliki inisiatif, daya juang tinggi, serta kemampuan mengatasi tantangan, sehingga kinerja mereka meningkat secara alami tanpa bergantung pada insentif eksternal. Selain itu, *reward* sering kali hanya memberikan efek motivasi jangka pendek. Pada awalnya, agen mungkin merasa terdorong untuk meningkatkan kinerja demi mendapatkan insentif. Namun, setelah *reward* diterima, motivasi mereka dapat kembali ke tingkat semula, sehingga tidak ada perubahan kinerja yang penting dalam jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa sistem *reward* yang hanya mengandalkan insentif eksternal tidak cukup untuk menciptakan peningkatan kinerja yang berkelanjutan.

Faktor lain seperti lingkungan kerja yang kondusif lebih berpengaruh terhadap produktivitas dibandingkan sekadar pemberian *reward*. Menurut Simamora & Sambas (2023) lingkungan kerja yang nyaman, aman, dan mendukung dapat meningkatkan moral dan kinerja karyawan. Suasana kerja yang baik memberikan rasa nyaman dan meningkatkan keterlibatan karyawan dalam pekerjaan mereka, sehingga dapat mendorong peningkatan produktivitas yang lebih berkelanjutan. Selain itu, kesempatan untuk mengembangkan keterampilan serta hubungan baik dengan rekan kerja dan atasan juga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja agen.

Disiplin kerja juga penting untuk meningkatkan kinerja agen. Disiplin kerja digambarkan sebagai kepatuhan terhadap norma dan tugas saat menjalankan aktivitas, yang memiliki pengaruh langsung terhadap produktivitas karyawan (Cahaya & Rahma, 2021). Menurut penelitian, orang yang memiliki disiplin tinggi lebih bertanggung jawab dan efektif dalam menyelesaikan pekerjaannya. Akibatnya, meskipun penghargaan tidak terlalu berpengaruh, disiplin kerja mungkin merupakan komponen yang lebih penting dalam memastikan kinerja agen yang konstan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cahaya & Rahma (2021), disiplin kerja yang baik dipengaruhi oleh kepemimpinan yang tegas dan sistem kerja yang jelas. Jika agen memiliki etos kerja yang kuat, mereka akan lebih termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan baik, terlepas dari adanya *reward*. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara disiplin kerja, motivasi intrinsik, dan *self-efficacy* dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dibandingkan sekadar pemberian insentif finansial.

Berdasarkan fenomena ini, manajemen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan perlu mengevaluasi kembali sistem *reward* yang diterapkan. Menurut Haditya & Robi (2023) menyatakan bahwa sistem *reward* yang transparan dan berbasis pencapaian memiliki pengaruh lebih besar dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya memastikan bahwa *reward* yang diberikan relevan dengan kebutuhan agen, transparan, dan adil, serta dikombinasikan dengan strategi peningkatan motivasi lainnya, seperti pelatihan pengembangan diri, kesempatan promosi, dan lingkungan kerja yang suportif. Dengan pendekatan yang lebih komprehensif, *reward* tidak hanya menjadi sekadar insentif, tetapi juga faktor yang benar-benar mendorong kinerja agen ke arah yang lebih baik.

6. Uji Hipotesis (H6) Motivasi Mediasi Pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Kinerja Agen

Pengujian hipotesis menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,175, dengan statistik t sebesar 2,262 dan nilai p sebesar 0,027 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi merupakan komponen mediasi yang substansial dalam hubungan antara efikasi diri dan kinerja agen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan efikasi diri pada agen memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja mereka serta meningkatkan motivasi kerja. Temuan Hal ini sesuai dengan gagasan tentang efikasi diri dan motivasi, yang menyatakan bahwa orang yang percaya diri dengan keterampilan mereka cenderung memiliki motivasi intrinsik yang kuat.

Agen yang percaya diri dengan kemampuan mereka untuk memenuhi sasaran dan menyelesaikan tugas akan lebih terdorong untuk bekerja lebih keras, merancang taktik yang lebih efektif, dan menghadapi masalah dengan optimisme. Motivasi yang kuat ini pada akhirnya menghasilkan peningkatan kinerja agen dan layanan pelanggan yang lebih baik dan mencapai target perusahaan. Implikasi dari hasil penelitian ini bagi manajemen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan adalah pentingnya mengembangkan program yang tidak hanya meningkatkan *self-fficacy* agen tetapi juga memperkuat motivasi kerja mereka. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan, pemberian untuk mempertahankan motivasi kerja yang kuat, pertimbangkan dukungan sosial dari atasan dan rekan kerja, serta penghargaan berdasarkan prestasi.

Dengan adanya motivasi yang kuat sebagai penghubung antara *self-fficacy* dan kinerja, agen akan lebih berkomitmen dalam pekerjaannya, lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan, serta lebih konsisten dalam mencapai hasil yang optimal. Menurut penelitian (Satria, 2022), motivasi merupakan komponen mediasi yang krusial dalam hubungan antara efikasi diri dan kinerja karyawan, dengan tumbuhnya rasa percaya diri dalam menyelesaikan tugas akan lebih berhasil apabila didukung oleh dorongan motivasi yang kuat. Dengan demikian, motivasi bukan hanya karakteristik internal yang memotivasi orang untuk bekerja lebih giat, tetapi juga merupakan komponen penting dalam meningkatkan produktivitas dan efektivitas tempat kerja. Hal ini akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kinerja individu maupun keberhasilan perusahaan secara keseluruhan.

7. Uji Hipotesis (H7) Motivasi Memediasi Dampak Pemberian *Reward* Terhadap Kinerja Agen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa jalur pemberian *reward* menuju kinerja melalui motivasi memiliki koefisien sebesar 0,141, t-statistik sebesar 2,591, dan nilai p sebesar 0,012. Karena nilai p kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa motivasi secara signifikan mengubah pengaruh pemberian *reward* terhadap kinerja agen. Hal ini

menunjukkan bahwa *reward* yang diberikan agen akan berdampak lebih efektif dalam meningkatkan kinerja mereka apabila terlebih dahulu meningkatkan motivasi. Namun, hasil uji hubungan langsung antara pemberian *reward* pada kinerja tanpa motivasi, efeknya tidak signifikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,176, statistik t 1,432, dan nilai p 0,157.

Karena nilai p lebih besar dari 0,05, hipotesis bahwa pemberian hadiah secara langsung meningkatkan kinerja tidak didukung. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pemberian *reward* tidak serta-merta meningkatkan kinerja agen secara langsung. Sebaliknya, motivasi menjadi faktor kunci yang menjembatani hubungan tersebut. Jika agen tidak merasa termotivasi dengan *reward* yang diberikan, maka insentif tersebut tidak akan berdampak pada peningkatan performa kerja mereka. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa pemberian *reward* yang tidak disertai dengan peningkatan motivasi cenderung kurang efektif dalam meningkatkan kinerja.

Menurut *Equity Theory* yang dikemukakan oleh Adams (1965) individu cenderung membandingkan rasio antara usaha yang mereka keluarkan dengan imbalan yang mereka terima, serta membandingkannya dengan orang lain di lingkungan kerja mereka. Jika mereka merasa bahwa sistem *reward* yang diterapkan tidak adil atau kurang menarik, maka mereka akan mengalami ketidakpuasan, yang berakibat pada menurunnya motivasi dan produktivitas kerja. Sebagai contoh, jika agen asuransi Jika individu percaya bahwa penghargaan yang mereka terima tidak mencerminkan usaha mereka, mereka mungkin kehilangan dorongan untuk meningkatkan kinerja mereka.

Ketika insentif digabungkan dengan mekanisme yang dapat meningkatkan motivasi, seperti sistem insentif berbasis prestasi, pengakuan kinerja, atau peluang kemajuan karier, agen akan lebih terdorong untuk berkinerja lebih baik, sehingga menghasilkan peningkatan kinerja. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya merancang sistem pemberian *reward* yang tidak hanya bersifat material, tetapi juga mampu membangun semangat kerja dan kepuasan agen. Manajemen PT. Prudential Pruaini Cabang Medan disarankan untuk mengoptimalkan strategi penghargaan dengan mempertimbangkan aspek psikologis dan emosional dari motivasi karyawan.

Dengan pendekatan ini, pemberian *reward* dapat menjadi alat yang lebih efektif untuk mendorong peningkatan berkelanjutan dalam kinerja agen. Menurut penelitian Haditya & Robi (2023) pemberian insentif yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan motivasi karyawan secara signifikan, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan kinerja. Untuk mendapatkan kinerja yang lebih baik, sistem kompensasi yang mempertimbangkan variabel psikologis dan emosional karyawan harus ditetapkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *self-efficacy* dan pemberian *reward* memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi yang pada gilirannya meningkatkan kinerja agen di PT. Prudential Pruaini Cabang Medan. Agen dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi menunjukkan motivasi lebih kuat dan kinerja yang lebih baik, sementara pemberian *reward* terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi, tetapi tidak langsung berdampak pada kinerja tanpa adanya motivasi yang terbangun terlebih dahulu. Motivasi berperan sebagai mediator yang menghubungkan *self-efficacy* dan *reward* dengan peningkatan kinerja, sehingga *reward* yang tidak mampu menumbuhkan motivasi internal tidak cukup untuk meningkatkan kinerja secara optimal. Oleh karena itu, manajemen disarankan tidak hanya fokus pada pemberian *reward* secara rutin, tetapi juga mengembangkan sistem penghargaan yang mampu memicu motivasi intrinsik agar peningkatan kinerja agen dapat berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Afida, N., & Zainarti, Z. (2025). Strategi Reward dan Punishment Dalam Meningkatkan Motivasi dan Kinerja Agen di PT Asuransi Jiwa Sequis Life Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 380-391.
- Cahaya, N., & Rahma, T. I. F. (2021). Peran Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil di Kabupaten Aceh Tenggara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8253-8261.
- Dari, D., Dimensi, P., Fatimah, S., Manuardi, A. R., & Meilani, R. (2021). Tingkat Efikasi Diri Performa Akademik Mahasiswa Ditinjau Dari Perspektif Dimensi Bandura. *Prophetic: Professional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, 4(1), 25-36.
- Darmawan, A., & Anggelina, Y. (2022). The Effect of Motivation, Job Training, Career Development and Self Efficacy on Employee Performance. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 47-56.
- Daulay, A. N. (2019). *Manajemen Pemasaran Asuransi Syariah*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UINSU.
- Evalia, A., Wardana, M. A., & Sudarmawan, W. I. E. (2022). Pengaruh Pemberian Insentif Perjalanan Wisata Terhadap Motivasi Dan Kinerja Agen Asuransi (Studi Pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo). *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 1-10.
- Hadithya, R., & Robi, A. T. (2023). Analisis Pemberian Reward Terhadap Motivasi Karyawan PT. Multi Garmen Jaya. *Jurnal Study and Management Research*, 20(3), 64-75.
- Hamid, R. S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 Dalam Resert Bisnis*. Jakarta: PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL Smart PLS*. Yogyakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hendri, A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Cv. Bintani Jaya. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 5(1), 17-24.
- Maisyaro, S., & Santoso, B. (2022). Analisis Kinerja Agen Asuransi Sun Life Syariah Di Pt. Sahabat Sukses Berbisnis Surabaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(4), 851-858.
- Nazli, P., Marliyah, M., & Nasution, Y. S. J. (2022). Pengaruh Nilai-Nilai Islam, Upah, Pengembangan Karir, Dan Motivasi, Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2083-2092.
- Palupi, D., Herawati, J., & Septyarini, E. (2022). Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Reward terhadap Kinerja Karyawan PT Wika Daerah Cilacap. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(5), 1466-1484.
- Putri, A., & Syahriza, R. (2022). Factors Affecting Work Motivation of Insurance Agents (Case Study At PT. Sun Life Financial Unit Syariah Medan City. *Journal of Indonesian Management*, 2(1), 124-129.
- Richard, M., & Ryan, E. L. D. (2017). *Self-Determination Theory Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. London: Guilford Publications.
- Safitri, D., Ramadhan, M., & Aslami, N. (2023). Pengaruh Self Efficacy Dan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Kinerja Agen Asuransi Syariah PT. Asuransi Sinar Mas Kisaran Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020/2021. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 151-159.

- Saragih, T. A., & Atika, A. (2021). Analisis Kinerja Agen Asuransi Dalam Membantu Penyelesaian Klaim Nasabah (Studi Kasus Agen Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Setia Budi). *PRAJA observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 1(3), 177-187.
- Satria, M. Y. (2022). Pengaruh Self Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 2(2), 94-94.
- Simamora, K. N., & Sambas, I. G. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6), 3869-3876.
- Soemitra, A., Kusmilawaty, & Rahma, T. I. F. (2022). The Role of Micro Waqf Bank in Women's Micro-Business Empowerment Through Islamic Social Finance: Mixed-Method Evidence from Mawaridussalam Indonesia. *Economies*, 10(7).
- Sucipto, N., Rachmat, Z., & Muchtar, S. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Agen Asuransi. *Journal of Management & Business*, 5(1), 40-48.
- Sundawa, R. D., Nurdin, N., & Zahiditrisno, W. (2023). Hubungan Self Efficacy Dan Locus of Control Terhadap Kinerja Karyawan Pada Isykariman Property Syariah. *Manazir-Jurnal Ilmiah UIC*, 1(1), 11-25.
- Syafiq, S. S. (2021). Pengaruh Motivasi, Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan (Studi kasus Klinik Kecantikan Puspita Bandar Lampung). *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(1), 57-66.