

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP SISTEME- COMMERCE  
PADA BNI LIFE SYARIAH KANTOR CABANG  
YOGYAKARTA**

***CUSTOMER PERCEPTIONS OF E-COMMERCE SYSTEM  
BNI LIFE SYARIAH BRANCH OFFICE  
YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Program Studi Ilmu Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**Sulaimatul Khusna**  
**20090430028**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI**

**SKRIPSI**

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP SISTEM *E-COMMERCE*  
PADA BNI LIFE SYARIAH KANTOR CABANG  
YOGYAKARTA**


***CUSTOMER PERCEPTIONS OF E-COMMERCE SYSTEM  
BNI LIFE SYARIAH BRANCH OFFICE  
YOGYAKARTA***

Diajukan Oleh :

**SULAIMATUL KHUSNA**

**20090430028**

Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing

  
**Dr. Imamudin Yuliadi, SE.M.Si**  
NIK : 19640723199303143022

Tanggal 8 September 2014

**SKRIPSI**

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP SISTEM E-COMMERCE  
PADA BNI LIFE SYARIAH KANTOR CABANG  
YOGYAKARTA**

**CUSTOMER PERCEPTIONS OF E-COMMERCE SYSTEM  
BNI LIFE SYARIAH BRANCH OFFICE  
YOGYAKARTA**

—Diajukan Oleh : —

**SULAIMATUL KHUSNA**

**20090430028**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program  
Studi Ilmu Ekonomi & Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Tanggal 28 Agustus 2014**

Yang terdiri dari:

**Dr. Imamudin Yuliadi, SE.M.Si**

Ketua Tim Penguji

**Dra. Lilis Setiartiti, SE.M.Si**

Anggota Tim Penguji

**Agus Ni Basuki, SE.M.Si**

Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Dr. Nano Prawoto, S.E.M.Si**

NIK : 143016

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sulaimatul Khusna

Nomor Mahasiswa : 20090430028

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **PERSEPSI NASABAH TERHADAP SISTEM *E-COMMERCE* PADA BNI LIFE SYARIAH KANTOR CABANG YOGYAKARTA** ” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Tanggal 8 September 2014

Sulaimatul Khusna  
20090430028

## MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ①

*“Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang”*

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ⑥

*Artinya : “Dan barangsiapa yang berjihad, maka sesungguhnya jihadnya itu adalah untuk dirinya sendiri. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam”. (QS. Al-ankabut : 6)*

وَأذْكُر رَّبَّكَ فِي نَفْسِكَ تَضَرُّعًا وَخِيفَةً وَدُونَ الْجَهْرِ مِنَ الْقَوْلِ بِالْغُدُوِّ  
وَالْآصَالِ وَلَا تَكُن مِّنَ الْغَافِلِينَ ④٥

*Artinya : “Dan sebutlah (nama) Tuhanmu dalam hatimu dengan merendahkan diri dan rasa takut, dan dengan tidak mengeraskan suara, di waktu pagi dan petang, dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang lalai”. (QS. Al-a’raf : 205)*

*“Allah mencintai orang yang cermat dalam meneliti soal-soal yang meragukan dan*

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, Alhamdulillahirabbil'alamin..,

Akhirnya aku sampai ke titik ini, sepercik keberhasilan yang Engkau hadikan padaku ya Rabb. Tak henti-hentinya aku mengucapkan syukur pada-Mu ya Rabb. Serta shalawat dan salam kepada idolaku Rasulullah S.A.W dan para sahabatnya yang mulia. Semoga karya kecilku ini bisa menjadi amal bagiku serta menjadi kebanggaan bagi keluarga dan orang-orang yang aku sayangi.

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

1. Aba dan Umikku tercinta, yang telah mendukungku dengan segala daya dan upaya baik dalam bentuk moril, materil dan kasih sayang yang berlimpah dan mengajarkanku tentang arti hidup yang sesungguhnya.
2. Adik-adikku tersayang Lila, Anton, Ikhwan dan Syakira yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat kepadaku.
3. Keponakanku tersayang Aqila yang memberikan kebahagiaan di kala sepi.
4. Mbah, Mak, Mbah lanang dan semua keluarga besar ku yang memberikanku kehangatan dan kasih sayang.
5. Kepada orang yang sangat special untukku, yang selalu ada dalam setiap keluh kesah ku dan siap membantu dalam setiap susah ku Sukma Filiandri.
6. Teman-teman seperjuangan di Ilmu Ekonomi ( pera, miccy, mitha, eko, leyni,

7. Teman-teman seperjuangan di Persis ( qoris, elsa, sabrina, ulya, zaqia, refqi, wulan, winda, rifqo, lina, ivad,, dll).

## INTISARI

Pertumbuhan asuransi syariah nasional menunjukkan pertumbuhan signifikan, baik dari segi total premi maupun jumlah perusahaannya asuransi yang berbasis syariah, secara mayoritas masih dikelola dalam bentuk UUS (Unit Usaha Syariah). Kondisi ini berdampak pada semakin kompetitif dan berskala global persaingan dibidang industri asuransi syariah terlebih dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang dikenal dengan e-commerce, yang saat ini menjadi salah satu instrument penting dalam mendukung strategi bersaing setiap perusahaan. Selain itu, persepsi menjadi kata kunci keberhasilan strategi bersaing perusahaan asuransi syariah yang sangat lekat dengan tingkat kepercayaan nasabah. Oleh sebab itu, perusahaan asuransi dituntut untuk mampu membangun sistem e-commerce yang menarik dan semakin memudahkan nasabah untuk berinteraksi bisnis dengan perusahaan, sehingga diharapkan dapat terbentuk persepsi positif nasabah terhadap sistem e-commerce perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi nasabah terhadap sistem e-commerce yang digunakan oleh BNI Life Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Obyek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan jasa layanan melalui fasilitas e-commerce pada BNI Life Syariah. Subyek penelitian ini adalah sistem adalah sistem e-commerce yang digunakan pada BNI Life Syariah dalam melayani nasabahnya. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan instrument angket tertutup. Pengambilan sampel menggunakan Non Probabilitas dengan teknik *Convenience sampling*. Teknis analisis data menggunakan uji deskriptif frekuentif dan uji tabulasi silang dengan bantuan program SPSS 19 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Sebagian besar nasabah memiliki persepsi terhadap sistem e-commerce pada BNI Life Syariah yang dapat memberikan pengetahuan tentang produk asuransi syariah masuk ke dalam kategori baik sebanyak 48 orang (96%); (2) sebagian besar nasabah memiliki persepsi terhadap upaya para agen asuransi BNI Life Syariah dalam memperkenalkan kinerja dari sistem e-commerce masuk kedalam kategori baik sebanyak 49 nasabah (98%); dan (3) sebagian besar nasabah memiliki persepsi terhadap kinerja dari BNI Life Syariah dalam menggunakan sistem e-commerce sebagai media komunikasi pemasaran masuk dalam kategori baik sebanyak 49 nasabah (98%).

Kesimpulan penelitian ini adalah sebagian besar nasabah memiliki persepsi terhadap sistem e-commerce pada BNI Life Syariah yang masuk dalam kategori baik.



## ABSTRACT

The growth of Islamic insurance nationwide showed significant growth, both in terms of total premiums and the amount of insurance perusahaan yang berbasis sharia, the majority nasig administered in the form of UUS (Sharia). This condition affects the increasingly competitive and global-scale competition in the field of Islamic insurance industry especially with the advancement of information and communication technology, known as e-commerce, which is now becoming one of the important instruments in support of the competitive strategy of each company. In addition, the perception of the key to success Islamic insurance company's competitive strategy is very closely related to the level of customer confidence. Therefore, the insurance company is required to build an e-commerce system that is attractive and even easier for customers to interact with the business of the company, which is expected to form a positive perception of customers towards e-commerce companies.

This study aims to mendeskripsikan customer perception toward e-commerce system that is used by Life BNI Syariah Branch Office of Yogyakarta.

The method used is descriptive quantitative. Object of this study is that customers use services through e-commerce facility at BNI Syariah Life. The subject of this research is system is an e-commerce system is used on BNI Life Sharia in serving its clients. The type of data in this study is a data primer collected using a questionnaire instrument is closed. Non-Probability Sampling Convenience sampling technique. Technical analysis of the data using descriptive frekuentif test and cross tabulation test with SPSS 19 for windows.

The results showed that: (1) Most of the customers have the perception of e-commerce system at BNI Syariah Life that can provide knowledge about the Takaful products fit into either category as many as 48 people (96%); (2) most clients have a perception of effort BNI Life insurance agents introducing Sharia in the performance of the system of e-commerce into the good category total of 49 customers (98%); and (3) most clients have a perception on the performance of BNI Life Sharia in using e-commerce as a marketing communication medium into the category of either total of 49 customers (98%).

The conclusion of this research is the most customer has a perception of an e-commerce system at BNI Syariah's Life fall into the category of good.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah juga inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**PERSEPSI NASABAH TERHADAP SISTEM *E-COMMERCE* PADA BNI LIFE SYARIAH KANTOR CABANG YOGYAKARTA**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan, untuk itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-sebarnya kepada :

1. Dr. Nano Prawoto, S.E.M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan segala kebijakannya yang telah sangat membantu dan mendukung mahasiswa.
2. Dr. Imamudin Yuliadi, S.E.M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberi saran kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis

4. Aba dan Ummi tercinta, terimakasih atas do'a, cinta, waktu dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya. Menjadi anak kalian adalah anugerah terindah yang tak ternilai harganya.
5. Adik-adikku tersayang yang selalu memberikan dukungan, terimakasih atas semua do'anya.
6. Teman-teman Ilmu Ekonomi 2009, yang telah memberikan dukungan dan terimakasih atas do'anya.
7. Teman-teman PERSIS 2003, yang telah memberikan dukungan dan terimakasih atas do'anya.
8. Para nasabah BNI Life Syariah yang telah bersedia membantu dalam pengumpulan data pada penelitian ini.
9. Semua pihak yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I      PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Penelitian.....	1
2. Batasan Masalah Penelitian.....	7
3. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
4. Tujuan Penelitian.....	8
5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA.....	10
1. Landasan Teori.....	10
2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
3. Kesimpulan.....	20

BAB III	METODE PENELITIAN.....	31
	1. Obyek/Subyek Penelitian.....	31
	2. Jenis Data.....	31
	3. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
	4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
	5. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
	6. Alat Analisis.....	36
	7. Model Penelitian.....	37
	8. Uji Kualitas Data.....	38
	9. Uji Hipotesa dan Analisis Data.....	41
BAB IV	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	42
	1. Sejarah BNI Life Syariah.....	42
	2. Visi dan Misi BNI Life Syariah.....	44
	3. Gambaran Umum Responden.....	45
BAB V	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
	1. Analisis Data.....	48
	2. Pembahasan.....	92
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
	1. Kesimpulan.....	101
	2. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

1.1.	Indikator Perusahaan Perasuransian Syariah.....	3
4.1.	Risk Based Capital BNI Life Syari.....	44
4.2.	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	45
4.3.	Distribusi Responden Menurut Pendidikan.....	45
4.4.	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan.....	46
4.5.	Distribusi Responden Menurut Lama Menjadi Nasa.....	47
5.1.	Hasil Uji Validitas Persepsi 1.....	48
5.2.	Hasil Uji Validitas Persepsi 2.....	49
5.3.	Hasil Uji Validitas Persepsi 3.....	49
5.4.	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi 1.....	50
5.5.	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi 2.....	50
5.6.	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi 3.....	51
5.7.	Persepsi Nasabah Terhadap Sistem <i>E-commerce</i> yang Dapat - Memberikan Pengetahuan Tentang Produk Asuransi Syariah.....	52
5.8.	Persepsi Nasabah Terhadap Sistem <i>E-commerce</i> yang Dapat - Memberikan Pengetahuan Tentang Produk Asuransi Syariah - Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin.....	54
5.9.	Persepsi Nasabah Terhadap Sistem <i>E-commerce</i> yang Dapat - Memberikan Pengetahuan Tentang Produk Asuransi Syariah - Berdasarkan Karakteristik Pendidikan.....	55
5.10.	Persepsi Nasabah Terhadap Sistem <i>E-commerce</i> yang Dapat - Memberikan Pengetahuan Tentang Produk Asuransi Syariah - Berdasarkan Karakteristik Pendidikan.....	57

5.11.	Persepsi Nasabah Terhadap Sistem <i>E-commerce</i> yang Dapat - Memberikan Pengetahuan Tentang Produk Asuransi Syariah - Berdasarkan Karakteristik Lama Menjadi Nasabah.....	58
5.12.	Persepsi Nasabah Terhadap Upaya Para Agen Asuransi - BNI Life Syariah dalam Memperkenalkan Kinerja dari - Sistem <i>E-commerce</i> .....	60
5.13.	Persepsi Nasabah Terhadap Upaya Para Agen Asuransi - BNI Life Syariah dalam Memperkenalkan Kinerja dari - Sistem <i>E-commerce</i> Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelami.....	62
5.14.	Persepsi Nasabah Terhadap Upaya Para Agen Asuransi - BNI Life Syariah dalam Memperkenalkan Kinerja dari - Sistem <i>E-commerce</i> Berdasarkan Karakteristik Pendidikan.....	63
5.15.	Persepsi Nasabah Terhadap Upaya Para Agen Asuransi - BNI Life Syariah dalam Memperkenalkan Kinerja dari - Sistem <i>E-commerce</i> Berdasarkan Karakteristik Pekerjaan.....	65
5.16.	Persepsi Nasabah Terhadap Upaya Para Agen Asuransi - BNI Life Syariah dalam Memperkenalkan Kinerja dari - Sistem <i>E-commerce</i> Berdasarkan Karakteristik - Lama Menjadi Nasabah.....	66
5.17.	Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja dari BNI Life Syariah - Dalam Menggunakan Sistem <i>E-commerce</i> Sebagai Media - Komunikasi Pemasaran.....	68
5.18.	Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja dari BNI Life Syariah - Dalam Menggunakan Sistem <i>E-commerce</i> Sebagai Media - Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin.....	71
5.19.	Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja dari BNI Life Syariah - Dalam Menggunakan Sistem <i>E-commerce</i> Sebagai Media - Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Karakteristik Pendidikan.....	72
5.20.	Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja dari BNI Life Syariah - Dalam Menggunakan Sistem <i>E-commerce</i> Sebagai Media - Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Karakteristik Pekerjaan.....	73

5.21.	Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja dari BNI Life Syariah - Dalam Menggunakan Sistem <i>E-commerce</i> Sebagai Media - Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Karakteristik - Lama Menjadi Nasabah.....	74
5.22.	Gambaran Persepsi Nasabah Terhadap Sistem <i>E-commerce</i> - yang Dapat Memberikan Pengetahuan Tentang Produk - Asuransi Syariah.....	75
5.23.	Gambaran Persepsi Nasabah Terhadap Upaya Para Agen Asuransi - BNI Life Syariah dalam Memperkenalkan Kinerja dari Sistem - <i>E-commerce</i> .....	76
5.24.	Gambaran Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja dari BNI Life - Syariah Dalam Menggunakan Sistem <i>E-commerce</i> Sebagai Media - Komunikasi Pemasaran.....	77
5.25.	Gambaran Persepsi Nasabah Berdasarkan Karakteristik - Jenis Kelamin.....	77
5.26.	Gambaran Persepsi Nasabah Berdasarkan Karakteristik - Pendidikan.....	78
5.27.	Gambaran Persepsi Nasabah Berdasarkan Karakteristik - Pekerjaan.....	79
5.28.	Gambaran Persepsi Nasabah Berdasarkan Karakteristik - Lama Menjadi Nasabah.....	79