

## **Dampak Social Network Marketing dan E-WOM (Elektronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Pelanggan Arimbi Hijab**

**Cindy Alfa Rizki**

<sup>1</sup>Fakultas Agama Islam, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email: cindyalfa@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Social Network Marketing dan E-Wom (Electronic Word of Mouth) dalam memutuskan minat beli produk hijab pada pelanggan Arimbi Hijab. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Arimbi Hijab jumlah 146 orang. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 106 orang pelanggan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa Social Network Marketing berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli hal ini didasarkan pada hasil Uji t hitung 5,549 > t tabel 1,983, nilai signifikan 0.000 < 0.05 menunjukkan H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Serta E-Wom berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli karena pada hasil Uji t hitung 3,328 > t tabel 1,983, nilai signifikan 0.001 < 0.05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Berdasarkan uji Determinasi Nilai R Square menunjukkan sekitar 58,5% variabel Minat Beli (Y) dipengaruhi Social Network Marketing (X<sub>1</sub>) dan EWom (X<sub>2</sub>). Sementara sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini variabel Social Network Marketing dan E-Wom mempunyai pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,585 atau 58,5% terhadap Minat Beli Pelanggan Arimbi Hijab.*

**Kata kunci:** *Social Network Marketing, Electronic Word of Mouth, Minat Beli*

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini internet merupakan media komunikasi yang banyak digunakan oleh manusia. Kebanyakan dari masyarakat menghabiskan sebagian besar hidupnya untuk menggunakan internet, mulai dari penggunaan social media seperti Instagram, Whatsapp, Twitter, Facebook, dan lain sebagainya. Diambil dari situs Kompas.com hasil study yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang melakukan kerjasama dengan study polling Indonesia menyatakan bahwa jumlah penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2020 naik sebesar 17% dibandingkan penggunaan internet padatahun-tahun sebelumnya . Diambil dari situs Detik.com pada Januari tahun 2020 total populasi masyarakat Indonesia telah tercatat sebanyak 272,1 juta jiwa dan sekitar 175,2 juta jiwa yang telah terhubung ke internet. Di Indonesia sendiri sepanjang tahun 2019 kontribusi terbesar untuk pengguna internet berasal dari Pulau Jawa. Sementara posisi kedua diduduki oleh Pulau Sumatera yang menyumbang penetrasi sebanyak 21%. Pada wilayah Pulau Sumatera pengguna internet terbanyak terletak pada Provinsi Sumatera Utara dengan angka yang dicapai sebesar 6,3% .

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini pengguna internet semakin berkembang pesat termasuk juga pengguna social media. Bahkan pada saat ini social media merupakan salah satu kebutuhan wajib bagi masyarakat. Berdasarkan data yang didapat dari Kompas.com menunjukkan bahwa pada awal tahun 2020 pengguna social media mencapai 160 juta jiwa atau sekitar 59% dari populasi masyarakat Indonesia telah menggunakan social media.

Minat beli pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor berbeda pada setiap individu. Pelanggan menggunakan informasi untuk memiliki sebuah produk pasti akan melalui beberapa proses, baik berdasarkan memori maupun berdasarkan stimulus<sup>5</sup> . Setiap pengusaha memiliki caranya sendiri untuk menarik perhatian pelanggan agar membeli produknya. Salah satu caranya yaitu dengan melakukan promosi. Promosi merupakan suatu elemen dari marketing yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam alat, salah satunya dengan menggunakan metode e-WOM (Electronic Word Of Mouth). Electronic Word Of Mouth merupakan cara promosi dari mulut ke mulut yang memungkinkan komunikasi dapat menyebar melalui internet. Penyebaran informasi melalui e-WOM sangat membantu para pengusaha dalam mempromosikan produknya.

Melihat semakin berkembangnya teknologi di Indonesia serta peluang yang cukup besar untuk mempromosikan sebuah produk, Arimbi Hijab memanfaatkan social network marketing (pemasaran melalui media sosial) melalui Instagram, Facebook, dan Whatsapp sebagai sarana promosi dan penjualan produknya. Melalui akun social media Instagram yaitu @arimbihijab\_, social media Facebook yaitu Arimbi Hijab, serta Whatsapp usaha Arimbi Hijab menjadikan jejaring sosial (social network) tersebut sebagai alat dari social network marketing (pemasaran jejaring sosial). Aktivitas social network marketing (pemasaran melalui media sosial) dilakukan dengan cara menjual produk Arimbi Hijab melalui Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Sementara untuk aktivitas promosi melalui e-WOM dilakukan dengan cara endorsement kepada selebgram, ataupun pelanggan yang me-review produk Arimbi Hijab yang di posting melalui media sosial. Sehingga dapat berdampak pada peningkatan jumlah followers media sosial Arimbi Hijab.

Adanya promosi melalui e-WOM biasanya diketahui bahwa beberapa followers yang mengikuti media sosial Arimbi Hijab karena rekomendasi dari teman melalui direct message Instagram, Whatsapp, Facebook, dan melihat review (ulasan) dari orang lain melalui Instagram story dan Whatsapp story yang merupakan bentuk dari e-WOM. Selain itu ada juga beberapa followers yang mengikuti akun Instagram dan Facebook karena melihat produk yang di posting oleh Arimbi Hijab melalui Instagram adsense atau postingan bersponsor di Instagram dan postingan di Facebook serta story Whatsapp.

Adanya social network marketing (pemasaran melalui media sosial) yang dilakukan oleh Arimbi Hijab dan e-WOM yang dilakukan melalui jejaring sosial (social network) dapat mendorong agar terjadinya percakapan sehingga pelanggan memberikan review terhadap

produk Arimbi Hijab yang akan memperluas jaringan pemasaran mengenai produk dalam menambah pelanggan. Promosi dan review di media sosial mengenai produk Arimbi Hijab akan memberikan informasi yang berguna bagi calon pembeli.

Melalui penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebelum pelanggan membeli sebuah produk, pelanggan mencari informasi mengenai produk yang akan dibelinya melalui media elektronik sehingga dari informasi yang diterima pelanggan itulah yang akan menciptakan minat beli. Social network marketing (pemasaran melalui jejaring sosial) dan promosi dengan menggunakan e-WOM sudah dilakukan oleh Arimbi Hijab, akan tetapi minat beli pelanggan masih kurang dalam melakukan pembelian produk Arimbi Hijab. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah followers dan jumlah pembelian yang masih sedikit yaitu sekitar 4.665 akun untuk followers instagram dan 654 akun Facebook yang mengikuti akun Arimbi Hijab. Pembeli di Arimbi Hijab di dominasi oleh pengguna Instagram. Target penjualan yang diharapkan pemilik Arimbi Hijab yaitu sekitar 10% dari followers Arimbi Hijab atau sekitar 466 pelanggan. Sementara faktanya dari 4000 lebih followers Arimbi Hijab hanya sekitar 146 orang yang menjadi pelanggan Arimbi Hijab. Jumlah followers sangat berpengaruh terhadap minat beli karena biasanya sebelum melakukan pembelian yang pertama kali dilihat konsumen adalah jumlah followers dan testimoni dari pelanggan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Honorata Ratnawati Dwi Putranti yang menyebutkan bahwa salah satu pengaruh langsung yang meningkatkan minat beli yaitu banyaknya jumlah followers.

## 2. METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Arimbi Hijab jumlah 146orang. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 106 orang pelanggan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan determinasi ( $R^2$ ).

## 3. HASIL

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen adalah program komputer Statistical Program For Social Science (SPSS) versi 22.0 yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas dari 20 daftar pernyataan yang dijawab dan dikembalikan responden, penulis menginput nilainya untuk bahan pengujian.

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel suatu penelitian. Jika instrumen valid atau benar maka hasil pengukuran kemungkinan akan benar.

#### 1) Variabel Social Network Marketing

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Social Network Marketing**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,612	0,000 < 0,05	Valid
No.2	0,270	0,005 < 0,05	Valid
No.3	0,586	0,000 < 0,05	Valid
No.4	0,655	0,000 < 0,05	Valid
No.5	0,684	0,000 < 0,05	Valid
No.6	0,481	0,000 < 0,05	Valid
No.7	0,696	0,000 < 0,05	Valid

Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai korelasi yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 7 (tujuh) butir pertanyaan pada variabel Social Network Marketing dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05.

#### 2) Variabel E-WOM (Elektronic Word Of Mouth)

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (Electronic Word of Mouth)**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,577	0,000 < 0,05	Valid
No.2	0,741	0,000 < 0,05	Valid
No.3	0,568	0,000 < 0,05	Valid
No.4	0,465	0,000 < 0,05	Valid
No.5	0,543	0,000 < 0,05	Valid
No.6	0,605	0,000 < 0,05	Valid
No.7	0,782	0,000 < 0,05	Valid
No.8	0,624	0,000 < 0,05	Valid

Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai kolerasi yang artinya nilai kolerasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel e-WOM (Electronic Word of Mouth) dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05.

### 3) Variabel Minat Beli

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,583	0,000 < 0,05	Valid
No.2	0,624	0,000 < 0,05	Valid
No.3	0,576	0,000 < 0,05	Valid
No.4	0,621	0,000 < 0,05	Valid
No.5	0,719	0,000 < 0,05	Valid

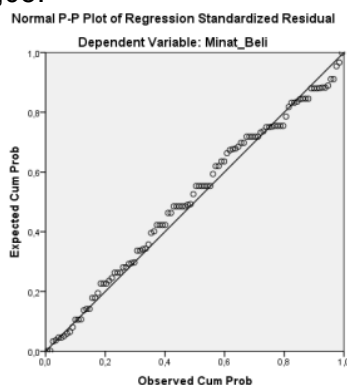
Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai kolerasi yang artinya nilai kolerasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel minat beli dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Berikut ini merupakan beberapa pengujian asumsi klasik yaitu:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai Kolmogorov Smirnov adalah tidak signifikan (Asymp. Sig (2-tailed)  $\alpha$  0,05.



**Gambar 1. Grafik P-P Plot**

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		106
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,12042787
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,061
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel diatas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dapat diketahui bahwa nilai Kolmogrov-Sminrov berdistribusi secara normal, karena tidak memiliki tingkat signifikan dibawah 0,05. Nilai variabel yang telah memenuhi standart yang telah ditetapkan dapat dilihat dari Asymp. Sig. (2-tailed).

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,847	1,603		2,399	,018		
	SNM	,372	,067	,512	5,549	,000	,473	2,115
	EWOM	,193	,058	,307	3,328	,001	,473	2,115

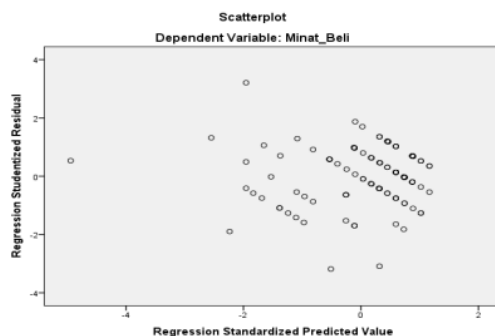
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel Social Network Marketing (X1) sebesar 2,115 dan variabel e-WOM (X2) sebesar 2,115. Kedua variabel independen yakni ROE dan ROA memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 4 atau 5), sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independen penelitian ini.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni metode Scatterplot. Dasar analisis yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Dengan SPSS versi 22 maka dapat diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut :



**Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas/teratur, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian “tidak terjadi heterokedastisitas” pada model regresi.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila variabel independen dimanipulasi atau dinaikkan/turunkan nilainya.

**Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,847	1,603		2,399	,018
	SNM	,372	,067	,512	5,549	,000
	EWOM	,193	,058	,307	3,328	,001

Persamaan Regresi:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e = 3,847 + 0,372X_1 + 0,193X_2 + e$

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji t hitung (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji t sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji T Hitung (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,847	1,603		2,399	,018
	SNM	,372	,067	,512	5,549	,000
	EWOM	,193	,058	,307	3,328	,001

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan nilai t, untuk  $n = 106$ , variabel bebas  $106 - 2 = 104$  adalah 1.983.

Tabel diatas menunjukkan hasil parsialnya adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel Social Network Marketing Thitung Social Network Marketing = 5,549 maka diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $5,549 > 1,983$ , nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel Social Network Marketing ( $x_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.
- 2) Variabel E-WOM Thitung e-WOM = 3,328 maka diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $3,328 > 1,983$ , nilai signifikan  $0.001 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel e-WOM ( $x_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.

#### b. Uji F Hitung (Uji Simultan)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (x) secara simultan (bersama-sama) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel (Y). Hasil pengolahan data yang dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji F Hitung (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185,848	2	92,924	72,612	,000 <sup>b</sup>
	Residual	131,813	103	1,280		
	Total	317,660	105			

Untuk menguji hipotesis statistik di atas, maka dilakukan uji F pada tingkat  $\alpha = 5\%$  adalah sebagai berikut :  $F_{tabel} = n - k - 1 = 106 - 2 - 1 = 103$   $F_{hitung} = 72,612$  dan  $F_{tabel} = 3,08$ .

Berdasarkan hasil pengujian diatas, nilai  $F_{hitung}$  Social Network Marketing dan e-WOM adalah sebesar 72,612 dan  $F_{tabel}$  diketahui sebesar 3,08. Dengan demikian  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $72,612 > 3,08$ . Kemudian dilihat dari hasil minat beli nilai signifikan adalah sebesar 0,000 (lebih kecil dari Sig 0,05). Dengan demikian  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Social Network Marketing dan e-WOM terhadap Minat Beli Pelanggan Arimbi Hijab.

#### 5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika  $r^2 = 1$  akan mempunyai arti bahwa model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. jika  $r^2 = 0$  akan mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara variabel (X) dengan variabel Y.

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 <sup>a</sup>	,585	,577	1,13125

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil nilai R-Square sebesar 0,585 hal ini berarti 58,5 % variasi minat beli dipengaruhi oleh variasi Social Network Marketing dan e-WOM. Sisanya 41,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil pengolahan data yang terkait dengan judul, kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu. Maka dalam penelitian ini ada beberapa hal yang harus dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Social Network Marketing (X1) Terhadap Minat Beli (Y)

Social Network Marketing adalah suatu kegiatan jual beli produk atau jasa yang dilakukan dengan menggunakan media sosial serta dapat diakses dengan mudah oleh penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, nilai  $T_{hitung}$  Social Network Marketing = 5,549 maka diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $5,549 > 1,983$ , nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel Social Network Marketing ( $x_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan. Artinya Social Network Marketing sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Arimbi Hijab, karena dengan adanya Social Network Marketing maka akan semakin mudah pelanggan membeli produk Arimbi Hijab. Produk Arimbi Hijab dapat dengan mudah dibeli dengan melalui media sosial, hal itu yang membuat pelanggan Arimbi Hijab memutuskan untuk memilih membeli produk Arimbi Hijab di karenakan kemudahan bertransaksi walaupun lokasi pelanggan jauh. Semakin meningkat minat beli pelanggan, maka akan meningkat pula laba bagi pihak Arimbi Hijab.

Hasil penelitian yang penulis dapatkan sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lubiana Mileva dan Achmad Fauzi DH yang berjudul "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)". Hasilnya menunjukkan bahwa Hasil Uji Simultan atau Bersama-sama (Uji F) menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Social Media Marketing berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Struktur

Keputusan Pembelian (Y). Hal ini terbukti dari hasil nilai sig. F (0,000) < sig.  $\alpha$  (0,05) dan hasil koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,524 atau setara dengan 52,4 % yang artinya variabel bebas dapat memengaruhi variabel terikat sebesar 52,4 % sedangkan 47,6 % sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 2. Pengaruh E-WOM (X2) Terhadap Minat Beli (Y)

E-WOM (Electronic Word of Mouth) merupakan suatu media komunikasi baru menggunakan internet untuk membagikan informasi kepada orang lain mengenai suatu produk atau jasa Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, nilai Thitung e-WOM = 3,328 maka diperoleh Ttabel atau 3,328 > 1,983, nilai signifikan 0.001 < 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa variabel e-WOM (x2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan. Artinya e-WOM sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Arimbi Hijab, karena dengan adanya e-WOM maka akan semakin mudah pelanggan membeli produk Arimbi Hijab. Karena dengan adanya e-WOM pembeli dapat melihat review produk Arimbi Hijab dari orang lain melalui media sosial. Sehingga pembeli dapat memutuskan untuk membeli atau tidak produk yang dijual oleh Arimbi Hijab. Hasil penelitian yang penulis dapatkan sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Honorata Ratnawati Dwi Putranti dan FX. Denny Pradana yang berjudul "Electronic Word of Mouth (E-Wom), Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Feb UNTAG Di Semarang)". Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan e-WOM dan kepuasan konsumen terhadap minat beli melalui social media, terdapat pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap e-WOM, dan terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung e-WOM terhadap minat beli konsumen.

## 3. Pengaruh Social Network Marketing (X1) dan E-WOM (X2) Terhadap Minat Beli (Y)

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa karena merasa yakin terhadap kualitas barang atau jasa tersebut. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, nilai Fhitung Social Network Marketing dan e-WOM adalah sebesar 72,612 dan Ftabel diketahui sebesar 3.08. Dengan demikian Fhitung lebih besar dari Ftabel atau 72,612 > 3.08. Kemudian dilihat dari hasil minat beli nilai signifikan adalah sebesar 0,000 (lebih kecil dari Sig 0.05). Dengan demikian Ho ditolak (Ha diterima). Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Social Network Marketing dan e-WOM terhadap Minat Beli Pelanggan Arimbi Hijab.

Artinya Social Network Marketing dan e-WOM berpengaruh terhadap minat beli pelanggan, jika Social Network Marketing dapat dengan mudah dilakukan maka pelanggan akan lebih mudah untuk melakukan pembelian. eWOM juga berpengaruh terhadap minat beli produk Arimbi Hijab. Adanya eWOM sangat berpengaruh untuk kemajuan usaha Arimbi Hijab, karena dengan begitu pelanggan tidak kesulitan mencari bahan dan model hijab seperti apa yang dijual oleh Arimbi Hijab dengan melihat review dari orang lain.

Hasil penelitian yang penulis dapatkan sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wenny Kartika Susanto yang berjudul "Pengaruh Social Network Marketing (SNM) dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Pelanggan". Hasilnya menunjukkan bahwa social network marketing (SNM) berpengaruh positif terhadap minat beli pelanggan diterima karena memiliki nilai CR5,476 > 1,96 dan P 0,000 < 0,05. Serta electronic word of mouth (eWOM) berpengaruh positif terhadap minat beli pelanggan diterima karena memiliki nilai CR 4,507 > 1,96 dan P 0,000 < 0,05. Sehingga Social Network Marketing (SNM) dan Electronic Word of Mouth (EWOM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai pengaruh social network marketing dan e-WOM terhadap minat beli pelanggan Arimbi Hijab maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:



1. Hasil uji t (parsial) variabel social network marketing dengan nilai t hitung 5,549 > t tabel 1,983 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa social network marketing secara parsial berpengaruh dan signifikan antara social network marketing dan minat beli pelanggan Arimbi Hijab. Semakin mudah melakukan social network marketing tersebut maka semakin meningkat minat beli konsumen.
2. Hasil uji t (parsial) e-WOM dengan nilai t hitung 3,328 > t tabel 1,983 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa e-WOM secara parsial berpengaruh dan signifikan antara e-WOM dan minat beli pelanggan Arimbi Hijab, karena dengan adanya e-WOM maka akan semakin mudah pelanggan membeli produk Arimbi Hijab sehingga minat beli pada pelanggan akan semakin meningkat.
3. Hasil uji F (simultan) menunjukkan sekitar 58,5% variabel minat beli (Y) dipengaruhi social network marketing (X1) dan e-WOM (X2), yang artinya kedua variabel tersebut secara bersama akan mempengaruhi minat beli pelanggan.

## 6. REFERENSI

- Agussani, A., & Akrim, A. (2020). Enhancing Social Performance Of Ngos Operation In Indonesia Through External Positive Pressure: Mediating Role Of Orientation Dimensions And Sustainable Practices. *Journal Of Security And Sustainability Issues*, 10(October), 108-122.
- Agustina, I., Nasrudin, N., Putra, S., Akrim, A., & Maharani, D. (2020). The Effect Of Moodle Implementation In English For Multimedia Classroom On Students' Achievement In Reading And Writing.
- Akrim, A., & Junaidi, J. (2021). A Study Of The Role Of Religious Development In Childhood On Psychological Health In Indonesia. *Hts Teologiese Studies/Theological Studies*, 77(4), 6.
- Al Butary, B., Yusuf, M. A., Diliyani, M., & Andriani, S. (2021, December). Pelatihan Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19 Di Desa Sementara Pantai Cermin Serdang Bedagai–Provinsi Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Pp. 1-7).
- Albara, A., & Pradesyah, R. (2021). Pengelolaan Keuangan Masjid Berbasis Manajemen Keuangan Syariah Pada Pimpinan Cabang Muhammadiyah Batang Kuis. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 43-53.
- Al-Butary, B., Lubis, K. A., & Amalia, A. (2021). Pelatihan Manajemen Pengelolaan Organisasi Sosial Pada Majelis Pengajian Amal Bakti Medan. *Bhakti Nagori (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 38-43.
- Amalia, A. (2020). Pengaruh Kurs Nilai Tukar, Jumlah Uang Beredar, Dan Laju Inflasi Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg). *Journal Attanmiah*, 3(5).
- Amalia, A., Zaini, O. K., Ramdani, S. H., & Sianturi, A. M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pemilihan Sekolah Menengah Pertama Di Kecamatan Purwakarta (Studi Kasus Smp Full Day Al-Muhajirin Purwakarta). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen*, 6(4).
- Amini, A., Pane, D., & Akrim, A. (2021). Analisis Manajemen Berbasis Sekolah Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Kinerja Guru Di Smp Swasta Pemda Rantau Prapat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 11148-11159.
- Amini, N. (2015). Pengaruh Penyuluhan Metode Poster Terhadap Pengetahuan Pola Makan Hipertensi Pada Lansia Di Desa Krapyak Wetan Kabupaten Bantul (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Amini, N. R., & Daulay, M. Y. (2022, March). Motivation And Religious Understanding Of Students In Hijab At Muhammadiyah University, North Sumatra. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, Pp. 1235-1242).
- Amini, N. R., & Junaidi, J. (2018). Aplikasi Metode Every One Is Teacher Here Dalam Memotivasi Mahasiswa Belajar Mata Kuliah Al-Islam Dan Kemuhammadiyah. *Seminar Nasional Al-Islam Dan Kemuhammadiyah*.
- Amsari, S. (2021). Analisis Mekanisme Pembiayaan Dana Talangan Haji Pada Pt. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 98-117.
- Amsari, S., & Sari, D. P. (2022, March). Consumer Factors In Deciding To Purchase Online At Shopee E-Commerce During The Covid-19 Pandemic. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, Pp. 174-182).
- Aziz, I. U. A., & Pasaribu, M. (2021, January). Characteristics Of Children In Islamic Education In The Family In The Pandemic Time. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 91-100).

- Bara, A. (2018). Penyelesaian Non Performing Finance Di Lembaga Keuangan Syariah. *Aghniya*, 1(1), 1-13.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623).
- Bara, A., & Pradesyah, R. (2019). Analisis Pengaruh Deposito Mudharabah Dan Tabungan Mudharabah Terhadap Pemberian Pembiayaan Umkm. *Al-Muamalat Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 141-157.
- Bara, A., & Pradesyah, R. (2021, January). Mosque Financial Management In The Pandemic Covid 19. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 21-27).
- Br Pinem, R. K. (2004). Persepsi Masyarakat Muslim Karo Tentang Kedudukan Perempuan Sebagai Ahli Waris Di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo (Doctoral Dissertation, Program Pascasarjana lain Sumatera Utara Medan).
- Butar-Butar, A. J. R. (2014). 'Ilm Al Miqat Fi Al Hadaratil Al'arabiyyah Wa Al Islamiyyah Wa Dauruhu Fi Al Mujtama'al Islami. *Heritage Of Nusantara: International Journal Of Religious Literature And Heritage*, 3(1), 155-170.
- Butar-Butar, A. J. R., & Raisal, A. Y. *Astronomi Islam*.
- Butar-Butar, A. J. R., & Setiawan, H. R. (2018). Pengakurasion Arah Kiblat Di Lingkungan Cabang Muhammadiyah Medan Denai. *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam Dan Ilmu-Ilmu Berkaitan*, 4(1).
- Calam, A., Edi, S., & Daulay, Y. (2007). Peran Pesantren Dalam Mengembangkan Kesadaran Kemajemukan Agama: Studi Kasus Di Pesantren Aisyiyah, Kelurahan Sei Rengas Permata, Kecamatan Medan Area, Kota Medan, Propinsi Sumatera Utara, Indonesia: Laporan Hasil Penelitian. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Dahlia, D., & Kasduri, M. (2022). Pengelolaan Model Pembinaan Tahfidz Qur'an Di Sma Muhammadiyah 18 Sunggal. *Educate: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 1(1), 18-33.
- Daulay, M. Y., & Amin, N. R. (2022). Evaluasi Model Pengajaran-Pengajaran Muhammadiyah Dan 'Aisyiyah. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(01).
- Dianto, D. (2020, February). Islamic Political Social Values In Society. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 481-489).
- Dianto, D. (2021, February). Character Building In New Normal Islamic Education. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 264-269).
- Dianto, D. Keteladanan Guru Pendidikan Agama Islam Di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Medan. *Intiqad*, 9(1), 268774.
- Dianto, D., & Amsari, S. (2021). Pembinaan Koperasi Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Dalam Membangun Perekonomian Umat Pasca Pandemi Covid 19. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 223-228.
- Dianto, D., & Idawati, I. (2020, September). Business Education Funding Partnership. In *Proceeding International Conference On Language And Literature (Ic2lc)* (Pp. 336-344).
- Edi, S. (2021, May). Eksplorasi Konten Transformasi Geometri Berbasis Etnomatematika Pakaian Adat Suku Dayak Kenyah. In *Prosiding Seminar Pendidikan Matematika Dan Matematika* (Vol. 3).
- Edi, S., & Rosnawati, R. (2021). Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Dalam Pembelajaran Matematika Model Discovery Learning. *Jnpm (Jurnal Nasional Pendidikan Matematika)*, 5(2), 234-246.
- Edi, S., Saputra, J., & Husna, A. (2022). Mekanisme Pasar Dala Konteks Islam. *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 1-6.
- Fanreza, R. (2019, October). The Formation Of Students' Akhlakul Karimah And Al-Islam And Muhammadiyah Studies At The Muhammadiyah University Of Sumatera Utara. In *6th International Conference On Community Development (Iccd 2019)* (Pp. 455-457). Atlantis Press.
- Fanreza, R. (2020). [Haki] Motivation To Educate Lecturers In The Islamic Religion Faculty Of Muhammadiyah University Of Sumatera Utara. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Fanreza, R. (2020). [Haki] Pendidikan Agama Islam Dalam Keluarga Dosen Tetap Al-Islam Kemuhammadiyah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Fanreza, R. (2020, October). The Implementation Of Character Values Through Al-Islam And Kemuhammadiyah At Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 01 Medan. In *International Conference On Community Development (Iccd 2020)* (Pp. 272-274). Atlantis Press.
- Fanreza, R., & Kasduri, M. (2021, February). Muhammadiyah Strategic Steps In Overcoming The Covid Pandemic 19. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 898-905).

- Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021, November). Melatih Pelaku Umkm Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi Di Dusun Vii Manunggal. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1).
- Ginting, N. (2020, February). Equity And Equality In Education Financing. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 209-216).
- Ginting, N. (2022, March). Reconstruction Of Moderate Islamic Theological Reason; As Solution Facing The New Normal Time For Youth Muhammadiyah At The Leaders Of The Youth Muhammadiyah Branch Medan Baru, Medan City. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 3, No. 1, Pp. 1078-1083).
- Ginting, N., Pradesyah, R., Amini, A., & Panggabean, H. S. (2021). Memperkuat Nalar Teologi Islam Moderat Dalam Menyikapi Pandemi Covid-19 Di Pimpinan Ranting Pemuda Muhammadiyah Bandar Pulau Pekan. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 30-40.
- Gunawan, G., Setiawan, H. R., & Rakhmadi, A. J. (2020, January). Institusi Mikat Perkembangan Dan Peran Sosial-Intelektualnya Di Dunia Islam. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 44-50).
- Hafriani, R. The Increase In Love-Peace Character Education Through Teaching Hadits Memorization In 5-6 Year-Old Children. *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas*, 3(2), 41-49.
- Harfiani, R. (2017, November). The Application Of Character Friendly Education Through Teaching Hadith Memorization At Raudhatul Athfal. In Proceeding Of International Conference On Islamic Education (Icied) (Vol. 2, No. 1, Pp. 325-332).
- Harfiani, R. (2020). Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Inklusif Pada Anak Usia Dini (Studi Kasus: Ra. An-Nahl, Jakarta) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Harfiani, R., & Mavianti, M. (2019). Pkm Peningkatan Kualitas Guru Paud Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Berbasis Pendidikan Inklusif Di Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Hariani, P. P., Rahmayati, R., & Mujiatun, S. Model Bisnis Islamic Financial Technology Produk Bank Syariah Di Kota Medan. *Al-Mashrafiah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 69-81.
- Hartanto, D., Dalle, J., Akrim, A., & Anisah, H. U. (2021). Perceived Effectiveness Of E-Governance As An Underlying Mechanism Between Good Governance And Public Trust: A Case Of Indonesia. *Digital Policy, Regulation And Governance*.
- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2020). Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh Pt. Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
- Hasanah, U., Naimi, N., Sihotang, M. K., Munardi, B., & Hisan, K. (2020). Pkm Pembinaan Taman Baca Al Quran Dalam Pembelajaran Tahsin Tilawah Di Kelurahan Sari Rejo Medan Polonia. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 101-111.
- Hasanuddin, H., & Ginting, N. (2022, March). Pancasila State Concept As Darul Ahdi Wa Shahadah (Study On Muhammadiyah Regional Leaders Of Medan City). In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 3, No. 1, Pp. 1230-1234).
- Hasibuan, E. H., & Masitah, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Metode Pemberian Tugas Rumah Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sma Muhammadiyah 18 Sunggal. *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 25-36.
- Hayati, I. (2015). Hubungan Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Umsu*, 15(01).
- Hayati, I. (2020). Laporan Kuliah Kerja Lapangan Strategi Kepala Bagian Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Bagian Tata Pemerintahan Kantor Bupati Labuhanbatu Utara.
- Hayati, I. (2021). Peran Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Perempuan (Studi Kasus Desa Lamamek, Kecamatan Simeulue Barat, Kabupaten Simeulue, Provinsi Aceh).
- Hayati, I., & Al Muddatstsir, U. D. (2019). Effects Of Customer Relationship Management On Customer Loyalty.
- Hayati, I., & Sari, A. M. (2019, March). The Effect Of Appraisal Performance On Employee Performance. In Multi-Disciplinary International Conference University Of Asahan (No. 1).
- Hayati, I., & Sitompul, D. N. (2018). Pengaruh Model Pembelajaran Peer Teaching Terhadap Peningkatan Aspek Kognitif Dan Aspek Afektif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Keuangan Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun Akademik 2016/2017. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).

- Hayati, I., Anisya, N. N., & Amsari, S. (2021, November). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Daur Ulang Limbah Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, Pp. 1077-1082).
- Hidayat, M., Setiawan, H. R., & Rakhmadi, A. J. (2020, January). Konsep-Konsep Matematika Oleh Ilmuwan Muslim. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 59-67).
- Indriarto, F. (2015). *Worry Marketing Strategi Pemasaran Berbasis Kekhawatiran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jamil, M., Ishaq, I., Muhardinata, I., Faza, A. M., Caniago, A. S., Nasution, A., ... & Anizar, A. (2017). *Fikih Kontemporer: Sebuah Dialektika*.
- Jf, N. Z. (2017). *Upaya Meningkatkan Karakter Kemandirian Anak Usia 5-6 Tahun Melalui Metode Bercerita Dengan Menggunakan Media Audio-Visual Di Tk It Zia Salsabila Kecamatan Percut Sei Tuan* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Jf, N. Z. (2022, March). Problems Of Early Childhood Development In The Era Of Disruption. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, Pp. 123-133).
- Jf, N. Z. *Pengembangan Media Flipchart Tema Kelestarian Alam Untuk Mengoptimalkan Kecerdasan Naturalistik Anak Di Tk It Zia Salsabila Medan*.
- Jf, N. Z., & Sukiman, S. (2020). *Pengembangan Media Flipchart Bertemakan Kelestarian Alam Untuk Mengoptimalkan Kecerdasan Naturalis Anak Di Tkit Zia Salsabila Medan*. *Awlady: Jurnal Pendidikan Anak*, 6(1), 88-109.
- John P. S, et.al. (2003). *Public Relations*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Juliandi, A, et.al. (2014). *Metode Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*. Edisi Pertama. Medan: Umsu Press.
- Kasduri, M. (2010). *Fiqih Ibadah Islam*. Medan: Ratu Jaya.
- Kasduri, M., & Daulay, M. Y. (2019). *Kpkmpembinaan Sikap Religiusitas Dalam Penanggulangan Bahaya Narkoba Di Pimpinan Ranting Pemuda Muhammadiyah Kecamatan Percut Sei Tuan*. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Kasduri, M., Daulay, M. Y., & Dianto, D. (2020). *Pembinaan Kutbah Jum'at Sesuai Tarjih Muhammadiyah Di Cabang Muhammadiyah Teladan Kecamatan Medan Kota*. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 41-51.
- Kasduri, M., Daulay, M. Y., & Dianto, D. (2021). *Peran Da'i Dalam Penguatan Ideologi Dan Kemajuan Muhammadiyah Di Kota Medan*. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 89-93.
- Khaira, M. (2019). *Perilaku Bisnis Muhammad Saw Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam*. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 3(6).
- Kholil, S., Nasution, H., & Amini, N. R. (2021). *Organizational Communication Model On The Implementation Of The Sakinah 'Aisyiyah Family'sumatera Utara*. *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences*, 4(1), 1558-1568.
- Lestari, I., & Amsari, S. (2020, February). *The Communication Of Halal Tourism With Sharia Regulation In Increasing Income And Community Welfare In North Sumatra*. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 453-464).
- Limbong, I. E. (2021). *Aspek Finansial Pendidikan Islam*. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer (Jurkam)*, 1(3), 147-154.
- Limbong, I. E., & Ginting, N. (2021). *Pengaruh Kemampuan Baca Alquran Terhadap Prestasi Siswa Pada Mata Pelajaran Alquran Hadis Di Madrasah Aliyah Negeri Baru Kab. Tapanuli Tengah*. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 6(1), 35-44.
- Masitah, W. (2018). *Impact Of Habituation Methods On Children Moral And Social Emotional Development*. 5374, 30–33.
- Masitah, W., & Pasaribu, I. D. (2022, March). *The Influence Of Parenting Style Of Early Childhood Cognitive Development In Tanjung Medan Utara Village*. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, Pp. 1223-1229).
- Masitah, W., & Setiawan, H. R. (2019). *Pengembangan Program Pelibatan Orang Tua Peguyuban Tk Amanah Marindal*. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Masitah, W., Sitepu, J. M., & Nasution, M. (2022). *Peningkatan Kompetensi Guru Ra Dalam Pembelajaran Daring Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Patumbak Dan Biru-Biru*. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 29-36.
- Mavianti, M., Setiawan, H. R., & Hutagalung, F. (2021, June). *Implementasi Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (Mpls) Bagi Siswa Baru Sekolah Dasar Di Era New Normal*. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, Pp. 393-397).

- Mujiatun, S., & Sari, M. (2021). Pemanfaatan Lrtmj (Limbah Rumah Tangga Minyak Jelantah) Melalui Kepul Online Di Aisyiyah Ranting Pasar VII Tembung. *Jurnal Solma*, 10(3), 448-455.
- Nasution, M. (2018). Pola Asuh Permisif Terhadap Agresifitas Anak Di Lingkungan X Kelurahan Suka Maju Kecamatan Medan Johor. *Prosiding Konferensi Nasional, No. Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah*, 1-4.
- Nasution, M. (2021). Pemantapan Tes Minat Bakat Di Kecamatan Medan Johor. *Jurnal Solma*, 10(3), 463-468.
- Nasution, M. (2022, March). Parenting For Children Born Out Of Wedlock. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 3, No. 1, Pp. 1207-1213)*.
- Nasution, M., & Sitepu, J. M. (1927). Dampak Pola Asuh Terhadap Perilaku Agresif Remaja Di Lingkungan X Kel Suka Maju Kec Medan Johor. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10 (1), 117-140.
- Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227-248.
- Nasution, S. (2021). Konsep Pariwisata Halal Berbasis Ekonomi Kreatif Dengan Sharia Regulation Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(2), 250-261.
- Nasution, S., & Mujiatun, S. (2020, February). Influences Of Collective Action And Communication On Welfare Of Muhammadiyah Members (A Case Study Of Muhammadiyah Charity Institutions' Leaders In Medan). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 446-452)*.
- Nasution, S., Amsari, S., & Lestari, I. (2020, October). The Use Of Malay Cultural Values In Improving The Malay Economic Society (Case Of Malay Figures In Medan). In *Proceeding International Conference On Language And Literature (Ic2lc) (Pp. 44-50)*.
- Nasution, U. R., & Edi, S. (2022). Analysis Of Mustahik Welfare Improvement Strategy Through Msme Utilization Program By Lazismu Medan City. *Al-Muhtarifin: Islamic Banking And Islamic Economic Journal*, 1(1), 31-43.
- Nurzannah, N. (2018, November). Application Of Authentic Assessment In Various Learning Methods In Improving Student's Morals Through Religious Subjects. In *Proceedings International Conference Bksptis 2018*.
- Nurzannah, N., & Ginting, N. (2022). Improving The Ability To Read The Quran Through The Tahsin Program Based On The Talaqqi Method. *Jces (Journal Of Character Education Society)*, 5(2), 305-317.
- Nurzannah, N., & Ginting, N. (2022, March). Non-Muslim Student Needs For The Aik Curriculum At Muhammadiyah University North Sumatra. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 3, No. 1, Pp. 634-642)*.
- Nurzannah, N., Daulay, M. Y., & Ginting, N. (2021). Map Of The Needs Of Umsu Students On Al-Islam And Muhammadiyah Curriculum. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(3), 777-791.
- Pasaribu, M. (2021). Implementasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Mts Istiqlal Delitua (Doctoral Dissertation, Umsu).
- Pasaribu, M., & Harfiani, R. (2021). Vocational Education At Special School In North Sumatra. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 13(2), 1335-1347.
- Pasaribu, M., Nasution, S., & Ginting, N. (2022). Pelatihan Dai Muhammadiyah Di Daerah Minoritas (Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah Karo Dan Dairi). *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 230-240.
- Pinem, R. K. B. (2018). Peranan Kegiatan Kiam Dalam Membentuk Akhlak Mulia Mahasiswa Umsu. In *Seminar Nasional Al-Islam Dan Kemuhammadiyah*.
- Pinem, R. K. B. (2018). Strategi Internalisasi Nilai-Nilai Al-Islam Pada Mahasiswa Di Rusunawa Umsu. *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, 4(1), 789-801.
- Pinem, R. K. B., Amini, N. R., & Nasution, I. Z. (2021). Bimbingan Perkawinan Pranikah Bagi Usia Remaja Dalam Upaya Mencegah Pernikahan Anak. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 138-150.
- Pohan, S., & Lubis, F. (2019). Metode Asii Sebagai Pembinaan Jamaah Manis Di Prm Seroja Cabang Muhammadiyah Medan Denai. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 203-2014.
- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2021, February). The Strategy Of Principal In The Implementation Of Character Education In Smp Muhammadiyah 1 Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 242-248)*.

- Pohan, S., & Sudarmayah, A. F. (2021). Urgensi Penyaluran Bakat Anak-Remaja Dalam Menghafal Al-Quran Di Desa Jati Kesuma. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 151-164.
- Pohan, S., Lubis, F., & Alban, A. (2020). Pembinaan Jamaah-Jamaah Masjid Taqwa Se-Cabang Muhammadiyah Medan Denai Dengan Metode Asii. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 74-85.
- Pradesyah, R. (2016). Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah, Total Penjualan, Dan Laba Bersih Terhadap Kinerja Harga Saham Panin (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Pradesyah, R., & Bara, A. L. (2019). Analisis Sistem Pengawasan Mui Terhadap Hotel Syariah Di Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Pradesyah, R., & Bara, A. L. (2020, February). Mui Monitoring Analysis (Case Study Of Sharia Hotel, City Of Medan). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 581-589).
- Pradesyah, R., Susanti, D. A., & Rahman, A. (2021). Analisis Manajemen Keuangan Masjid Dalam Pengembangan Dana Masjid. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 4(2), 153-170.
- Prasetya, I., Akrim, A., & Sulasmi, E. (2020). Effective Competency Based School Model. *Jurnal Tarbiyah*, 27(1).
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Edisi Pertama, Bandung: Pustaka Setia.
- Qorib, M. (2020). [Peer Review] Dakwah Di Tengah Pluralitas Masyarakat. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Qorib, M. (2020). [Peer Review] Peran Dan Kontribusi Oif Umsu Dalam Pengehahn Ilmu Falak Di Sumatera Utara. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Qorib, M. (2021). [Peer Reviewer][Buku] Membaca Perubahan Zaman. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Qorib, M. (2021). *Pembinaan Dan Penguji*. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Qorib, M., Zailani, S. P. I., Pasaribu, M., & Harfiani, R. (2022). *Panduan Penulisan Skripsi Fai Umsu* (Vol. 1). Umsu Press.
- Rahmayati, M. E. I. (2020). *Sukuk As A Model For Infrastructure Financing Published By Bumr Companies*. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(1).
- Rahmayati, R. (2021). Strengthening Islamic Banking Services In Indonesia Through Blockchain Technology: The Anp-Step Approach. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 7(2), 259-272.
- Rahmayati, R. (2021, August). Accelerate Ecosystem Development Financial Services Sector. In *Annual Conference Of Ihtifaz: Islamic Economics, Finance, And Banking* (Vol. 2, No. 2, Pp. 235-243).
- Rahmayati, R., Mujiatun, S., & Sari, M. (2022). Islamic Green Banking At Bank Pembangunan Daerah In Indonesia. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Ijse)*, 5(1), 74-93.
- Raisal, A. Y., Putraga, H., Hidayat, M., & Rakhmadi, A. J. Analisis Pengaruh Aphelion Dan Perihelion Terhadap Suhu Menggunakan Weather Station. *Jurnal Environmental Science*, 3(2).
- Rakhmadi, A. J. (2013). Astronomi Islam Era Dinasti Mamalik (1250-1517). *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal Of Islamic Studies*, 9(1), 26-36.
- Rakhmadi, A. J & ,.Setiawan, H. R. (2019, December) المرصد الفلكي الجامعة العمدية سومطرة الشمالية دوره وإسهاماته (In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies*) Vol. 1, No. 1, Pp. 195-202.
- Raniyah, Q. (2016). *Pengaruh Media Audiovisual Terhadap Kemampuan Berhitung Permulaan Pada Anak Usia Dini Kelompok B Di Tk Salsa Ta 2015/2016* (Doctoral Dissertation, Unimed).
- Raniyah, Q., & Syamsudin, A. (2019, April). Centerred Concentration For Adhd Children Via Educational Game. In *International Conference On Special And Inclusive Education (Icse 2018)* (Pp. 422-426). Atlantis Press.
- Ridwan, M., Zulfikar, A. A., Pinem, R. K. B., Septiani, R., Riyanto, O. S., & Batu, D. P. L. (2021). *Ham Ditinjau Dari Berbagai Perspektif Hukum*. *Nuta Media*.
- Sari, D. C., Apino, E., Setiawan, A., Hamid, A., & Rulyansah, A. (2022, January). The Economic In International Islamic Education Strategy Collaboration: A Rapid Review. In *International Conference On Social, Economics, Business, And Education (Icsebe 2021)* (Pp. 25-28). Atlantis Press.

- Seituni, S., Nurzannah, N., Wachidah, H. N., Refika, R., & Sari, D. C. (2022, March). A Meta Synthesis: Islamic Education Of Covid Psychotherapy. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, Pp. 1150-1158).
- Setiawan, H. R. (2019). Cara Mudah Menguasai Microsoft Office 2017. Kumpulan Buku Dosen, 1(1).
- Setiawan, H. R. (2020). Peningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Siswa Dengan Menggunakan Model Pembelajaran Team Assisted Individualization (Tai) Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Smp Rahmat Islamiyah Medan. *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, 4(2), 942-955.
- Setiawan, H. R., & Rakhmadi, A. J. (2019). Pemanfaatan Winhisab Dalam Menentukan Waktu Salat. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 146-154.
- Shifa, M., Amalia, A., & Majid, M. S. A. (2022). Penggunaan Mata Uang Dinar Dan Dirham Sebagai Solusi Prediksi Krisis Moneter Di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2321-2338.
- Sihotang, M. K. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Profitabilitas Pada Pt. Bank Syariah Mega Indonesia (Doctoral Dissertation, Pascasarjana Uin Sumatera Utara).
- Sihotang, M. K. (2021). The Effect Of Financing To Deposit Ratio (Fdr) And The Money Supply On Profitabilitas In Sharia Business Unit For The 2016-2020 Period. *Iqtishaduna*, 12(2), 304-313.
- Sihotang, M. K. (2021, November). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pendapatan Umkm Pada Bmt Amanah Ray. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, Pp. 1220-1229).
- Sihotang, M. K., Hasanah, U., & Hayati, I. (2022). Model Of Sharia Bank Profitability Determination Factors By Measuring Internal And Externals Variables. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Ijise)*, 5(1), 235-251.
- Sihotang, M. K., Hasanah, U., & Nst, R. (2021). Penguatan Pemahaman Keuangan Syariah Bagi Guru Dan Siswa Madrasah Aliyah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Silalahi, P. R., Hafizh, M., Nasution, S., & Sugianto, S. (2021). Psychology Of Muslim Investors In Stock Investment During Covid-19 Pandemic. *Tazkia Islamic Finance And Business Review*, 14(1).
- Sirait, F. Y. (2021). Internalisasi Nilai-Nilai Al-Maun Dalam Pengembangan Kelembagaan Muhammadiyah Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Lazismu Kota Medan) (Doctoral Dissertation, Umsu).
- Siregar, A., & Naimi, N. (2020). The Pelatihan Media Big Maze Bagi Guru-Guru Aisyah Pendukung Selama Daring. *Abdimas Universal*, 2(2), 76-81.
- Sitepu, J. M. (2018). Peran Kompetensi Sosial Terhadap Coping Stress Pada Remaja. *Prosiding Universitas Medan Area*, 1(1).
- Sitepu, J. M., & Hadisah, S. (2022, March). Teacher Strategies In Improving Children's Literacy Through Online Methods In Ra Nurul Yaqin Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, Pp. 845-853).
- Sitepu, J. M., & Sitepu, M. S. (2021, June). Perkembangan Konsep Diri Anak Usia Dini Di Masa Pandemic. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, Pp. 402-409).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasmu, E. (2021). *Buku Manajemen Dan Kepemimpinan*. Aksaqila Jabfung.
- Syaiful, F. L., & Hayati, I. (2021). Inovasi Pengolahan Sampah Plastik Menjadi Produk Dan Jasa Kreatif Di Kenagarian Kinali Kabupaten Pasaman Barat. *Jurnal Hilirisasi Ipteks*, 4(2), 110-117.
- Tanjung, E. F. (2021). [Peer Review] Impact Of Public Wellness Competitiveness And Government Effectiveness On Quality Of Education In Asian Countries. Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen.
- Tanjung, E. F. (2021). [Peer Review] Innovation Method Of Islamic Education Through Active Learning In Smp Al-Muslimin Pandan, Central Tapanuli. Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen.
- Tanjung, E. F. (2021). [Peer Review] Learning Of The Quran With The Tartila Method For Madrasah Students. Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen.
- Tanjung, E. F. (2021). [Peer Review] Pembelajaran Active Learning Pada Pendidikan Agama Islam. Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen.
- Tanjung, E. F. (2021). [Peer Review] The Role Of Islamic Religious Education In Overcoming The Negative Influence Of Technology On Students Smk Muhammadiyah. Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen.
- Tanjung, R. R., & Pasaribu, M. (2021, February). Islamic Education At Mtsn 1 Tapanuli Tengah In The Covid 19 Era. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 674-680).