

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Ketertarikan Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Studi Kasus BSI KC Lubuk Pakam)

Yusril Isa Mahendra

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email: yusrilisa@gmail.com

Abstrak

Penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia di KC Lubuk Pakam yang mana didalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Indonesia di KC Lubuk Pakam terdapat permasalahan dilihat dari faktor lokasi, faktor brand image, faktor produk dan faktor pelayanan. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor lokasi, faktor brand image, faktor produk dan faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam. Sampel pada Penelitian ini sebanyak 80 nasabah yang melakukan transaksi di bank syariah di KC Lubuk Pakam. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diproses dan dianalisis dengan menggunakan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh. Uji kualitas data yang digunakan adalah uji validitas dengan menggunakan koefisien korelasi dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Dengan teknik analisis data yang dilakukan Bartlett's test of sphericity, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy, MSA (Measure of sampling Adequacy), Communalities, Eigenvalue, Scree plot dan Faktor Loadings. Hasil penelitian ini hasil uji statistik untuk faktor lokasi, faktor brand image, faktor produk dan faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam, hal ini terbukti dengan diperoleh nilai KMO sebesar 0,858 dan nilai signifikansi Bartlett's Test of Sphericity Nya adalah 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa bahwa analisis faktor lokasi, faktor brand image, faktor produk dan faktor pelayanan dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam. Dimana untuk jumlah faktor yang mempengaruhi sebesar 56,14%.

Kata Kunci: *Faktor Lokasi, Faktor Brand Image, Faktor Produk, Faktor Pelayanan dan Minat Masyarakat.*

1. PENDAHULUAN

Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman. Lokasi adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Penentuan lokasi di mana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Lokasi yang strategis, yang dekat dengan nasabah, mudah dijangkau dengan transportasi umum dan dekat dengan Bank Indonesia. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih. Selain lokasi, *brand image* juga dapat mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan transaksi, dimana *brand image* (citra merek) merupakan suatu komponen dalam perusahaan yang memiliki rasa ketertarikan sendiri bagi para konsumen dalam pemilihan atau pengambilan keputusan. *Brand image* perbankan syariah merupakan sebuah label dari lembaga keuangan yang dapat menarik minat serta perhatian nasabah untuk menabung di bank syariah, karena adanya kepercayaan yang telah dibangun oleh nasabah akibat adanya kualitas pelayanan, produk, serta promosi yang baik dari lembaga keuangan bank syariah tersebut.

Pada hakikatnya, merek lebih berupa janji dari perusahaan atau produsen untuk secara konsisten memberikan layanan, jasa, manfaat, dan tampilan tertentu kepada konsumen. Merek-merek yang terbaik, pastinya akan memberikan jaminan mutu yang terbaik juga, dan konsumen pun merasa puas. Dengan demikian, merek merupakan sebuah simbol yang kompleks, yang menggambarkan sebuah perusahaan atas kualitasnya dalam memberikan pelayanan serta memberikan jaminan mutu yang berkualitas. Melalui pemaparan yang telah disampaikan, merek juga erat kaitannya dengan alam dan pola pikir manusia yang meliputi seluruh bagian yang ada hubungannya dengan merek, seperti sikap, citra, pengalaman, dan persepsi. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya

Hubungan antara kualitas produk dengan minat nasabah menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Banyaknya produk yang ditawarkan tidak memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang ditawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan nasabah tidak peduli apa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Kualitas produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhannya. Semakin tinggi persepsi nasabah terhadap kualitas produk maka semakin besar minat untuk menjadi nasabah. Dalam rangka untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah dibank syariah, ada beberapa aspek pelayanan yang perlu diperhatikan, komponen tersebut mencakup *tangible*, *responsively*, *assurance*, *reality* dan *empathy*. Sehingga nasabah akan meningkatkan minatnya untuk memakai ulang produk perbankan yang sudah mereka gunakan. Pelayanan disini menurut Kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya minat beli ulang dan kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kualitas pelayanan juga dibutuhkan bank syariah untuk menarik minat nasabah, karena kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Umumnya nasabah bank syariah mempunyai perasaan senang apabila dilayani

secara baik oleh petugas bank syariah misalnya keramahmatan sikap yang diberikan kepada petugas bank syariah, kecepatan bank syariah dalam melayani pembiayaan, misalnya syarat-syaratnya tidak sulit dan cepat mengakses pengajuan pembiayaan, maka hal ini dijadikan salah satu sarana bank syariah untuk menarik minat nasabah. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah karena Pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan para pelanggan/nasabah. Pelayanan merupakan pengantar bagi aliran nilai tambah yang akan disampaikan kepada nasabah, sampai nilai tambah itu dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat mempercayakan kegiatan ekonominya pada bank syariah, di tengah banyaknya umat muslim yang masih banyak mempercayakan kegiatan perekonomiannya kepada bank konvensional. Penentuan suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Selain faktor lokasi, faktor reputasi juga mempengaruhi minat masyarakat. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank dipandang mempunyai reputasi apabila bank itu diakui dan dipercayai sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat.

Brand image memegang peranan penting dalam mengembangkan sebuah merek yang menyangkut reputasi dan kredibilitas, sehingga konsumen menjadikannya sebagai pedoman untuk mencoba atau menggunakan produk ataupun jasa sehingga menimbulkan pengalaman tertentu. *Brand image* berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. *Brand image* merupakan bentuk atau gambaran tertentu dari suatu jejak makna yang tertinggal di benak khalayak konsumen. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Pengelolaan perbankan syariah yang berprinsip syariah Islam terbukti bisa lebih adil dan memberikan keuntungan bagi nasabah, hal ini karena perbankan syariah dalam operasionalnya tidak menggunakan prinsip bunga melainkan prinsip *profit sharing* (bagi hasil). Dengan prinsip bagi hasil maka perbankan syariah berpijak pada sektor riil dan hal ini mengakibatkan bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis. Saat bank syariah lebih bertahan terhadap dampak krisis maka dana *funding* dari nasabah akan tetap terjaga keamanannya. Bank syariah dengan sistem dirancang untuk terbinanya kebersamaan dalam menanggung resiko usaha dan berbagi hasil usaha antara: pemilik dana (*ṣāhibul al-māl*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pengelola dana (*muḍārib*), dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha. Kemudian faktor lainnya adalah produk. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk di bank syariah berbeda dengan produk di bank konvensional, dimana bank syariah produk financing seperti, tabungan, deposito, giro ataupun produk financing harus sesuai dengan akad-akad yang berprinsip syariah dan undang-undang syariah. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yupiter dan Raina terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dan minat masyarakat nasabah non muslim menabung di bank syariah. Jadi secara teori dan hasil statistik menunjukkan bahwa produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih bank. Faktor lainnya yang juga mempengaruhi minat masyarakat melakukan transaksi, bisa dilihat dari pelayanan yang diberikan. Dimana kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Bagi setiap perusahaan dapat menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan masyarakat. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa kepada masyarakat sesuai dengan apa yang dipersepsikan.

Pelayanan merupakan hal terpenting bagi tiap-tiap unsur bisnis atau pun usaha untuk mencapai tujuan utama yaitu kepuasan dan kenyamanan konsumen. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya

pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain Menurut Hessel Nogi S, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara.

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebankan bunga kepada nasabah. Akan tetapi menerima dan membebankan bagi hasil serta imbalan lain yang sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Perkembangan jumlah perbankan syariah di Sumatera Utara. Yang dapat dilihat pada tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Perkembangan Beberapa Indikator Perbankan Syariah Di Sumatera Utara 2016 –2020

Tahun	Aset	PYD	DPK	FDR (%)	NPF (%)
2016	Rp. 133.523	Rp. 100.656	Rp. 92.589	108,71	9,61
2017	Rp. 154.064	Rp. 108.432	Rp. 105.014	103,25	7,32
2018	Rp. 178.249	Rp. 119.927	Rp. 124.087	96,65	6,95
2019	Rp. 130.126	Rp. 85.768	Rp. 78.399	109,40	3,45
2020	Rp. 207.227	Rp. 148.182	Rp. 139.166	104,32	4,14

Sumber: Data diolah dari Statistik Perbankan Syariah Sumatera Utara, OJK 2020

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa untuk tahun 2016 sampai tahun 2020 baik jumlah aset, pembiayaan yang diberikan, dan dana pihak ketiga mengalami fluktuatif, hal ini menunjukkan bahwa, masih adanya keraguan yang dirasakan masyarakat untuk menggunakan jasa dari Perbankan Syariah khususnya di Sumatera Utara. Dimana dari data observasi yang peneliti amati dan tanya jawab yang dilakukan kepada masyarakat Sumatera Utara, khususnya di kawasan Lubuk Pakam, dimana sebagian besar masyarakat Lubuk Pakam sudah menjadi nasabah di bank konvensional padahal rata-rata mereka sudah mengetahui tentang bank syariah dan keberadaannya, hal ini terjadi dikarenakan lokasi Bank Syariah yang jauh dari sarana transportasi dan sarana umum lainnya mengharuskannya berpikir dua kali untuk terus-terusan kembali ke lokasi bank, selain itu juga kurang dikenalnya bank syariah, khususnya produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, hal ini membuat masyarakat yang banyak beralih melakukan transaksi di bank konvensional.

Selain itu masih kurangnya gerai ATM Syariah di kota Lubuk Pakam sehingga mengharuskannya melakukan transaksi di Bank Syariah ini, dimana adanya keluhan pada saat suasana di bank ramai, hanya ada satu mesin ATM yang tersedia, sehingga dengan minimnya mesin ATM, waktu jadi banyak terbuang karena lama mengantri. Faktor yang berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk bertransaksi pada bank syariah adalah sistem bagi hasil (*Profit Sharing*). Menurut Naskah Publikasi yang ditulis oleh Muh Risky Adi Hirmawan, faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bertransaksi di bank syariah selain faktor lokasi, keyakinan, pelayanan, kualitas produk, bagi hasil juga sangat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi pada bank syariah. Berdasarkan fenomena yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti faktor apa yang paling mempengaruhi minat bertransaksi masyarakat di bank syariah yang pengoperasiannya jelas disesuaikan dengan prinsip syariat Islam, dibandingkan dengan bank konvensional yang pengoperasiannya bersifat umum. Data yang penulis ambil berupa aspek-aspek yang berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk bertransaksi pada bank syariah, yaitu aspek lokasi, aspek citra perusahaan, dan aspek produk. Adapun judul penelitian yang dilakukan penulis adalah **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus BSI KC Lubuk Pakam).**

2. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka dengan metode asosiatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Metode asosiatif merupakan penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel ataupun lebih.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui ketercukupan korelasi antar variabel awalnya. Korelasi ini dapat dilihat pada matriks korelasi antar variabel-variabel awalnya. Test Statistik yang digunakan adalah *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*, *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy* dan *Bartlett test of sphericity*.

a. *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy and Bartlett's Test*

Langkah yang dilakukan setelah setiap variabel awal yang akan dimasukkan dalam analisis diperoleh, yaitu pengujian kecukupan sampel melalui indeks *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity*. Indeks ini digunakan untuk meneliti ketepatan penggunaan analisis faktor. Apabila nilai KMO antara 0,5 sampai 1 dan signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* ini kurang dari level signifikansi (α) yang digunakan dapat diartikan bahwa analisis faktor tepat digunakan. Dari output SPSS 23 diperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 1. *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test of Sphericity*
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,741	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	617,481
	Df	276
	Sig.	,000

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari output SPSS 23 diperoleh nilai KMO sebesar 0,741 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* nya adalah 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor tepat digunakan untuk menyederhanakan kumpulan empat variabel tersebut.

b. *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

Measure of Sampling Adequacy (MSA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Nilai ini dapat dilihat pada nilai *anti-image correlation matriks*. Jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Apabila terdapat nilai MSA dari variabel-variabel awal yang kurang dari 0,5 harus dikeluarkan satu per satu dari analisis, diurutkan dari variabel yang nilai MSA nya terkecil dan tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya. Dari hasil output yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 23 diperoleh nilai MSA sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

Variabel	<i>Anti-Image Correlationmatriks</i>
L1	0.705
L2	0.701
L3	0.779
L4	0.785
L5	0.649
L6	0.725
BI1	0.741
BI2	0.855
BI3	0.842

BI4	0.760
BI5	0.697
BI6	0.863
KP1	0.834
KP2	0.827
KP3	0.798
KP4	0.741
KP5	0.569
KP6	0.675
P1	0.678
P2	0.606
P3	0.626
P4	0.767
P5	0.652
P6	0.723

Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Melalui output SPSS 23 dapat dilihat bahwa tiga variabel masing-masing mempunyai nilai MSA lebih dari 0,5, dimana untuk faktor lokasi (L) yang memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6, untuk faktor *brand image* (BI) yang memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6, untuk faktor kualitas produk (KP) yang memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6 dan untuk pelayanan (P) yang memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

c. *Communality*

Communality pada dasarnya adalah jumlah variansi dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 3.
Communalities

	Initial	Extraction
L1	1,000	,777
L2	1,000	,658
L3	1,000	,540
L4	1,000	,690
L5	1,000	,648
L6	1,000	,593
BI1	1,000	,524
BI2	1,000	,578
BI3	1,000	,646
BI4	1,000	,654
BI5	1,000	,591
BI6	1,000	,613
KP1	1,000	,642
KP2	1,000	,531
KP3	1,000	,559
KP4	1,000	,686
KP5	1,000	,610
KP6	1,000	,562
P1	1,000	,510
P2	1,000	,628
P3	1,000	,773

P4	1,000	,733
P5	1,000	,537
P6	1,000	,666

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari tabel di atas menunjukkan 4 variabel diuji memenuhi persyaratan komunalitas yaitu lebih besar dari 0,5 (komunalitas > 0,5). Dimana setiap variabel memiliki nilai komunalitas diatas 0,5.

d. Pembentukan Faktor

Setelah variabel ditentukan dan dipilih serta perhitungan korelasinya telah memenuhi persyaratan, langkah selanjutnya adalah membentuk faktor untuk menemukan struktur yang mendasari hubungan antar variabel awal tersebut. Dua langkah utama dalam pembentukan faktor adalah penentuan jumlah faktor dan rotasi faktor-faktor yang terbentuk.

1) Penentuan Jumlah Faktor

Jumlah faktor yang akan dibentuk ditentukan dengan melakukan kombinasi beberapa kriteria untuk mendapatkan jumlah faktor yang paling sesuai dengan data penelitian.

Tabel 4.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
L1	6,573	27,389	27,389	6,573	27,389	27,389
L2	1,718	7,158	34,547	1,718	7,158	34,547
L3	1,414	5,890	40,437	1,414	5,890	40,437
L4	1,361	5,672	46,109	1,361	5,672	46,109
L5	1,272	5,302	51,410	1,272	5,302	51,410
L6	1,123	4,680	56,090	1,123	4,680	56,090
BI1	1,087	4,531	60,621	1,087	4,531	60,621
BI2	,999	4,161	64,782			
BI3	,948	3,948	68,730			
BI4	,925	3,853	72,584			
BI5	,831	3,464	76,047			
BI6	,780	3,249	79,296			
KP1	,735	3,064	82,360			
KP2	,651	2,711	85,071			
KP3	,581	2,420	87,491			
KP4	,525	2,186	89,677			
KP5	,484	2,015	91,693			
KP6	,411	1,710	93,403			
P1	,375	1,564	94,968			
P2	,314	1,308	96,276			
P3	,291	1,212	97,488			
P4	,235	,979	98,467			
P5	,195	,811	99,278			
P6	,173	,722	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Penelitian (2020)

Dari output SPSS 23 diperoleh nilai kriteria pertama yang digunakan adalah nilai eigen. Faktor yang mempunyai nilai eigen lebih dari 1 akan dipertahankan dan faktor yang mempunyai nilai eigen kurang dari 1 tidak akan diikutsertakan dalam model. Dari tabel diatas diperoleh nilai eigen yang lebih besar dari 1 pada 7 faktor. Dengan kriteria ini diperoleh jumlah faktor yang digunakan adalah 7 faktor.

Kriteria kedua adalah penentuan berdasarkan nilai persentase variansi total yang dapat dijelaskan oleh banyaknya faktor yang akan dibentuk. Dari tabel diatas dapat dilakukan interpretasi yang berkaitan dengan variansi total kumulatif sampel. Jika variabel-variabel itu diringkas menjadi beberapa faktor, maka nilai total variansi yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut:

Jika ke-1 component diekstraksi menjadi 1 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $6,573/24 \times 100\% = 27,38\%$.

Jika ke-2 component diekstraksi menjadi 2 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,718/24 \times 100\% = 7,16\%$.

Jika ke-3 component diekstraksi menjadi 3 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,414/24 \times 100\% = 5,9\%$.

Jika ke-4 component diekstraksi menjadi 4 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,361/24 \times 100\% = 5,7\%$.

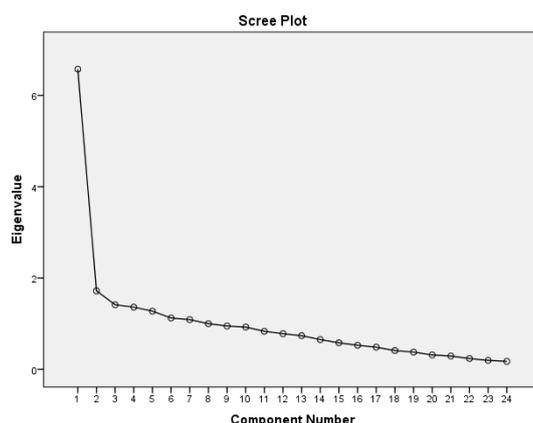
Jika ke-5 component diekstraksi menjadi 5 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,272/24 \times 100\% = 5,3\%$.

Jika ke-6 component diekstraksi menjadi 6 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,123/24 \times 100\% = 4,7\%$.

Jika ke-7 component diekstraksi menjadi 7 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,087/24 \times 100\% = 4,7\%$.

Dengan mengekstraksi component- component awal menjadi 7 faktor telah dihasilkan variansi total kumulatif yang cukup besar yaitu 56,14%, artinya dari 7 faktor yang terbentuk sudah dapat mewakili 7 variabel minat bertransaksi yang menjelaskan kira-kira sebesar 56,14% minat bertransaksi. Dengan demikian ekstraksi 7 faktor yang diperoleh telah dapat dihentikan dan telah memenuhi kriteria kedua.

Kriteria untuk ketiga faktor yang digunakan adalah penentuan berdasarkan *scree plot*. *Scree plot* merupakan suatu plot nilai eigen terhadap jumlah faktor yang diekstraksi. Titik pada tempat dimana screen mulai terjadi menunjukkan banyaknya faktor yang tepat. Titik ini terjadi ketika screen mulai terlihat mendatar. Pada gambar 4.1 diketahui bahwa scree plot mulai mendatar pada ekstraksi variabel-variabel awal menjadi 1 faktor.yang diperoleh telah dapat dihentikan dan telah memenuhi kriteria kedua.



Gambar 1. Grafik Plot
Sumber: Hasil Penelitian (2020)

Screen Plot adalah salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk membantu peneliti menentukan berapa banyak faktor terbentuk yang dapat mewakili keragaman. Dari scree plot di atas, terlihat pada saat satu komponen terbentuk, kurva masih menunjukkan kecuraman, begitu juga pada saat di titik ke-1, garis kurva masih tajam, di titik ke-2 garis kurva

juga masih tajam, di titik ke-3 sampai ke-7 garis kurva sudah mulai landai, semakin ke kanan akan semakin landai. Dari penjelasan di atas, dapat kita tarik kesimpulan bahwa terdapat ekstraksi faktor yang paling tepat adalah 1 dan 2 faktor.

Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa yang membahas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah studi kasus BSI KC Lubuk Pakam, dapat diantaranya dari faktor lokasi, faktor *brand image*, faktor produk dan faktor pelayanan. Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Dari hasil uji statistik untuk faktor lokasi, faktor *brand image*, faktor produk dan faktor pelayanan dapat mempengaruhi minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah studi kasus BSI KC Lubuk Pakam, hal ini terbukti dengan diperoleh nilai KMO sebesar 0,741 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity Nya* adalah 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor tepat digunakan untuk menyederhanakan kumpulan tiga variabel tersebut. Dan untuk ke tiga variabel masing-masing mempunyai nilai MSA lebih dari 0,5, dimana untuk faktor lokasi memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6, untuk faktor *brand image* memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6, untuk faktor produk memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6, untuk faktor pelayanan memenuhi kriteria untuk no 1 sampai 6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Dimana untuk jumlah faktor yang mempengaruhi minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah studi kasus BSI KC Lubuk Pakam yang diukur dengan menggunakan faktor lokasi, faktor *brand image*, faktor produk dan faktor pelayanan besar yaitu sebesar 56,14%, dimana faktor yang terbesar dalam mempengaruhi tingkat minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah studi kasus BSI KC Lubuk Pakam adalah variabel lokasi. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat mempercayakan kegiatan ekonominya pada bank syariah, di tengah banyaknya umat muslim yang masih banyak mempercayakan kegiatan perekonomiannya kepada bank konvensional. Penentuan suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting Bank sangat memperhatikan risiko ini, mengingat sebagian besar bank melakukan pemberian kredit sebagai bisnis utamanya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus BSI KC Lubuk Pakam) pada penelitian ini berjumlah 80 nasabah, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil uji statistik untuk faktor lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam
- 2) Dari hasil uji statistik untuk faktor *brand image* berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam
- 3) Dari hasil uji statistik untuk faktor produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam
- 4) Dari hasil uji statistik untuk faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam,
- 5) Dari hasil uji statistik untuk faktor lokasi, faktor *brand image*, faktor produk dan faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di KC Lubuk Pakam hal ini terbukti dengan diperoleh nilai KMO sebesar 0,858 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity Nya* adalah 0,000\ . Dimana untuk jumlah faktor yang mempengaruhi minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah studi kasus BSI KC Lubuk Pakam yang diukur dengan menggunakan faktor lokasi, faktor *brand image*, faktor produk dan faktor pelayanan besar yaitu sebesar 56,14%, dimana faktor yang terbesar dalam mempengaruhi tingkat minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah studi kasus BSI KC Lubuk Pakam adalah variabel lokasi.

5. REFERENSI

- Akrim, A., & Sulasmi, E. (2019). Student Perception Of Cyberbullying In Social Media. Kumpulan Makalah, Jurnal Dosen, 1(1).
- Akrim, A., Zainal, Z., & Munawir, M. (2016). Developing Model And Textbook Integrated To Spiritual And Social Competence Of Math Subject For Grade Vii In State Junior High School Of Medan. Proceeding Of Icmse, 3(1), M-97.
- Amalia, A. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pengangguran Dan Ketimpangan Gender Terhadap Kemiskinan Di Sumatera Utara. At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam, 2(2), 324-344.
- Amalia, A. (2018). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Journal Attanmiyah, 1(2).
- Amalia, A. (2021). Analisis Kelangkaan Barang Dan Jasa Dalam Pandangan Ekonomi Syariah. Journal Attanmiyah, 4(7).
- Amalia, A., & Lubis, A. S. (2021). Building The Character Of Indonesia's Sharia-Based Indonesian Human Resources As An Important Component In Dealing With The Asean Economic Community (Mea). Journal Of Management Analytical And Solution, 2(2).
- Amalia, A., Latif, A., & Murizal, I. (2021, March). The Influence Of Leadership And Organizational Culture On Sharia-Based Business Development In Washliyin In North Sumatera. In First International Conference On Science, Technology, Engineering And Industrial Revolution (Icsteir 2020) (Pp. 273-276). Atlantis Press.
- Amini, A., & Ginting, N. (2020). Otonomi Pendidikan Di Masa Krisis Pandemi Covid-19 (Analisis Peran Kepala Sekolah). Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman, 5(2), 305-314.
- Amini, N. R., & Fanreza, R. (2021, February). The Effectiveness Of Online Kajian Al-Islam And Kemuhammadiyah Assessment In The Time Of Covid-19 University Of Muhammadiyah Sumatera Utara. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 859-863).
- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam, 11(2), 359-372.
- Amsari, S. (2019). Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus Lazismu Pusat). Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam, 1(2).
- 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., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150).
- Antonio, M.S. (2010). Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik. Jakarta: Kencana
- Arafah, A., & Pasaribu, M. (2021, February). The Role Of Sd Negeri 102052 Bagan Kuala Teachers In Shaping Student Character During The Covid-19 Pandemic. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 249-256).
- Arbi, S. (2012). Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, Jakarta : Djembatan.
- Arifin, I. (2011). Membuka Cakrawala Ekonomi. Jakarta: Setia Purna Inves.
- Ascarya. (2010). Akad & Produk Bank Syariah. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Astuti, P.S. (2015). Pengaruh Kemampuan Awal dan Minat Belajar terhadap Prestasi Belajar Fisika. Universitas Indraprasta PGRI. Jurnal Informatif 5(1): 68-75, 2015
- Augusty, F. (2012). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azwar, M., Aulia, A. M., Candra, R., Anisa, U., & Fariduddin, M. Merajut Asa Di Bumi Pertiwi Di Tengah Pandemi.
- 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., Affandi, F., Farid, A. S., & Marzuki, D. I. (2021). The Effectiveness Of Advertising Marketing In Print Media During The Covid 19 Pandemic In The Mandailing Natal Region. Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal) Vol, 4(1), 879-886.
- Bayu, D. (2019). Analisis Pemahaman Bunga Bank Dan Sistem Bagi Hasil Di Pusat Pasar Kota Medan. Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam, 2(1).

- 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. (2017). Kajian Ilmu Falak Di Indonesia: Kontribusi Syaikh Hasan Maksum Dalam Bidang Ilmu Falak. *Journal Of Contemporary Islam And Muslim Societies*, 1(1), 113-134.
- Butar-Butar, A. J. R. (2017). Khazanah Peradaban Islam Di Bidang Turats Manuskrip (Telaah Karakteristik, Konstruksi Dan Problem Penelitian Naskah-Naskah Astronomi). *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam Dan Ilmu-Ilmu Berkaitan*, 1(1).
- Carlina, A. (2021). *Penilaian Autentik Pada Pembelajaran Al-Qur'an (Vol. 1)*. Umsu Press.
- Darmadi, H. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Bandung: Alfabeta,
- Daulay, M. Y., & Amini, N. R. (2019). Pkmpembinaan Kader Mubaligh/Mubalighat Muhammadiyah 'Aisyiyah Dalam Kemajuan Dakwah Muhammadiyah Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Kec. Pegajahan. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- 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.
- Djamarah, S. (2010). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Edi, S. (2015). Radikalisme Dan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2).
- Edi, S. (2020). Teori Dan Ilustrasi Syirkah Dalam Ekonomi Islam. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Fajaruddin, F., & Pinem, R. K. (2020). 'Aisyiyah's Legal Aid Model In Medan City. *International Journal Reglement & Society (Ijrs)*, 1(2), 38-43.
- 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., & Pasaribu, M. (2016). *Pendidikan Islam Dalam Pembentukan Karakter Anak Didik*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*. Semarang: Universitas Diponegoro
- 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., & Fanrenza, R. (2018, November). Motivation To Educate Lecturers In The Islamic Religion Faculty Of Muhammadiyah University Of Sumatera Utara. In *Proceedings International Conference Bksptis 2018*.
- Harfiani, R., & Pasaribu, M. (2019, October). Implementasi Business Model Canvas Pada Cv. Media (Penerbit Dan Distributor Buku Pelajaran Paud). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, Pp. 200-208)*.
- Harfiani, R., Mavianti, M., & Tanjung, E. F. (2020, January). Practical Application Of Inclusive Education Programs In Raudhatul Athfal. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 333-339)*.
- Hariani, P. P., Rahmayati, R., & Mujiatun, S. Model Bisnis Islamic Financial Technology Produk Bank Syariah Di Kota Medan. *Al-Mashrafayah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 69-81.
- 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.
- Hasanah, U., Sihotang, M. K., Munardi, B., & Hisan, K. (2021, February). Implementation Of Management Function In Deli Serdang Small Businesses In Marketing Muslim Products In North Sumatera. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 735-740)*.
- Hayati, I., & Fitria, S. (2018). Pengaruh Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bmt El-Munawar Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 50-65.
- Hayati, I., & Hasibuan, S. R. (2021, February). The Effect Of Mudharabah And Musyarakah Financing On Return On Equity In Syariah Banks In Indonesia. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 374-382)*.
- 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)*.

- Heny, T et. al. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*, cet.1 Medan: Perdana Publishing
- Iskandarwasid & Dadang, S. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda.
- Ismail. (2013). *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jf, N. Z., & Latif, M. A. (2020). Peningkatan Kualitas Manajemen Pendidik Dan Tenaga Kependidikan Di Paud. *Indonesian Journal Of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 2(1), 1-16.
- Joko, S. (2010). *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku ini!*. Jakarta: Visimedia
- Juliandi, A et.al. (2014). *Metode Penelitian & Bisnis (Konsep & Aplikasi)*, Medan: Umsu Press.
- Kasduri, M., & Daulay, M. Y. (2019). Pkmpembinaan 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.
- Kasmir. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Khaira, M., Hasanah, U., & Hayati, I. (2020). Peran Bank Sampah Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187-195.
- Khairani, L., Hayati, I., & Pulungan, D. R. (2019). Penguatan Kelembagaan Bumdes Karya Tanjung Di Desa Tanjung Pasir Kabupaten Langkat. *Prosiding Applicable Innovation Of Engineering And Science Research*, 2019, 870-876.
- 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.
- Kotler, P dan Gary,. (2011). *Prinsip-Prinsip Asuransi*. Jakarta: Erlangga.
- 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 Barus Kab. Tapanuli Tengah. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 6(1), 35-44.
- Lubis, A. S., & Amalia, A. (2021). Employee Performance Assessment With Human Resources Scorecard And Ahp Method (Case Study: Pt Pln (Persero) North Sumatra Generation). *Journal Of Management Analytical And Solution*, 2(2).
- Lupiyoadi, R dan Hamdani. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Masitah, W., & Hastuti, J. (2017). Meningkatkan Kemampuan Bahasa Melalui Metode Bercerita Dengan Menggunakan Media Audio Visual Di Kelompok B Ra Saidi Turi Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 147-177.
- Masitah, W., & Setiawan, H. R. (2018). Pembuatan Media Pembelajaran Melalui Seni Decaupage Pada Guru Raudhatul Athfal Kecamatan Medan Area. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019). Pkm Pelatihan Kader Pimpinan Wilayah Nasyiatul 'Aisyiyah Sumatera Utara Menuju Terwujudnya Kader Nasyiah Berkemajuan Di Era Milenial. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Mavianti, M., Harfiani, R., & Setiawan, H. R. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Kader 'Aisyiyah Pimpinan Ranting Tanjung Selamat. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Montolalu, P. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Kanwil V Manado. *Universitas Sam Ratulangi. Jurnal penelitian* 6(3):1808-1817. 2018
- Muhammad. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*. Yogyakarta: UPFE
- Mujiatun, S., Rahmayati, R., & Ferina, D. (2021, February). Effect Of Profitability And Asset Structure On Capital Structure (In Sharia Based Manufacturing Companies In Indonesia Stock Exchange In 2016-2019 Period). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 458-468)*.
- Mulyandari, D. (2018). Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pendapatan Nasabah terhadap Minat Nasabah untuk Investasi Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Wonogiri. *Skripsi Tidak Dipublikasi*.2018

- Muslidar, V. (2018). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Strategi Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Emas Pada Bank Syariah Mandiri Banda Aceh. Skripsi Tidak Dipublikasi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh. 2018.
- Naimi, N., & Amini, N. R. (2021, February). Strengthening Muhammadiyah Ideology Through Webiner'aisyiyah, North Sumatra, Faces Covid 19 New Normal. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 700-706).
- Nurzannah, N. (2021, February). Paradigm Of Associative Thinking Through A Scientific Approach In The 2013 Curriculum Concept. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 864-868).
- 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.
- Nurzannah, N., Ginting, N., & Setiawan, H. R. (2020, January). Implementation Of Integrated Quality Management In The Islamic Education System. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 1-9).
- Pasaribu, M. (2020). Pembelajaran Ilmu Falak Di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam Dan Ilmu-Ilmu Berkaitan*, 6(2), 207-222.
- Pasaribu, M., & Tanjung, R. R. (2021, August). Islamic Education At Mtsn 1 Tapanuli Tengah In The Covid 19 Era. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 945-952).
- Pinem, R. (2019). Hak-Hak Perempuan terhadap Harta Dalam Suku Karo (Memaknai Simbol Dalam Rangka Perubahan Hukum Di Masyarakat). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 16-27.
- Pinem, R. K. B. (2019). Metode Pembelajaran Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 373-395.
- Pinem, R. K. B. (2020). Donor Anggota Tubuh (Transplantasi) Menurut Hukum Islam (Upaya Mengidentifikasi Masalah Dan Mencari Dalil-Dalilnya). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(1), 67-78.
- Pinem, R. K. B., Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019, October). Upaya Peningkatan Kualitas Mubalighat Melalui Pelatihan Public Speaking & Styles Dakwah Pada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Sumatera Utara. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, Pp. 187-193).
- Pohan, S. (2017). Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 120-146.
- Pohan, S. (2018). Pelatihan Fardhu Kifayah Dan Pelatihan Khatib Jumat Pada Warga Muhammadiyah Cabang Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2020, February). Analysis Management Of Mosque Taqwa Contribution In Assisting Revenue Jamaah To Members Muhammadiyah In Medan. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 740-745).
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Dan Laba Bersih Terhadap Kinerja Harga Saham Bank Panin Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 101-119.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Penerapan Fatwa Mui Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan). *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 334-348.
- Primanisa, R., & Jf, N. Z. (2020). Tindak Lanjut Hasil Asesmen Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Anak Usia Dini Di Taman Kanak-Kanak (Tk). *Jurnal Pendidikan Raudhatul Athfal*, 3(1).
- Qorib, M. (2017). Ahmad Syafii Maarif: Kajian Sosial-Intelektual Dan Model Gagasan Keislamannya. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(2), 66-92.
- Qorib, M., & Juliandi, A. (2018). Islamic Organizational Culture Model Dalam Perusahaan Bisnis Islam. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Qorib, M., Akrim, A., & Gunawan, G. (2019). Pluralisme Buya Syafii Marif. *Kumpulan Buku Dosen*, 1(1).
- Rahmayati, R. (2021). Competition Strategy In The Islamic Banking Industry: An Empirical Review. *International Journal Of Business, Economics, And Social Development*, 2(2), 65-71.
- 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). Centered Concentration For Adhd Children Via Educational Game. In International Conference On Special And Inclusive Education (Icsie 2018) (Pp. 422-426). Atlantis Press.
- Setiawan, H. R. (2018). Media Pembelajaran (Teori Dan Praktek). Yogyakarta: Bildung.
- Setiawan, H. R. (2019). Sistem Finansial Pendidikan. Yogyakarta: Bildung.

- Setiawan, H., & Lubis, Z. (2017). Peningkatan Motivasi Dan Hasil Belajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Bahasa Arab Materi Hiwar Dengan Menggunakan Metode Role Play Pada Program Studi Pendidikan Agama Islam Semester Ii Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 47-51.
- Siagian, S.P. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: BumiAksara,
- 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., & Al Amin, H. (2018). Pengaruh Religi Dan Harga Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2).
- Sihotang, M. K., Hasanah, U., & Nasution, R. (2021). Penguatan Pemahaman Keuangan Syariah Bagi Guru Dan Siswa Madrasah Aliyah. *Monsu'ani Tano Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 160-173.
- 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).
- Siregar, A., & Naimi, N. (2020). The Pelatihan Media Big Maze Bagi Guru-Guru Aisyah Pendukung Selama Daring. *Abdimas Universal*, 2(2), 76-81.
- Sitompul, D. N., & Hayati, I. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Direct Instruction Berbasis Games Terhadap Minatbelajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Pasiva Program Studi Pendidikan Akuntansi Fkip Umsu Ta 2017/2018. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(3), 243-253.
- Sodik, M. (2017). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Banda Lampung. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. 2017
- Soemarsono. (2010). *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*. Jakarta: Rineka Cipta
- Subagyo, J. (2018). *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Melton Putra.
- Sulasmi, E., & Akrim, A. (2019). Management Construction Of Inclusion Education In Primary School. *Kumpulan Makalah, Jurnal Dosen*, 1(1).
- Suryana, (2010). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat,
- Tanjung, E. F. (2018, July). Improving The Quality Of Religious Islamic Education Learning Through Collaborative Learning Approach In Smp Al-Muslimin Pandan District Tapanuli Tengah. In *Proceedings Of The 5th International Conference On Community Development (Amca 2018)* (Vol. 231, Pp. 205-7).
- Tanjung, E. F., & Harfiani, R. (2020, February). The Role Of Islamic Religious Education In Overcoming The Negative Influence Of Technology On Students Smk Muhammadiyah. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 532-542).
- Trianto, B., Rahmayati, R., Yuliaty, T., & Sabiu, T. T. (2021). Determinant Factor Of Islamic Financial Inclusiveness At Msmes: Evidence From Pekanbaru, Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(2), 105-122.
- Utami, C., Hayati, I., & Indrayani, I. (2019). Pemanfaatan Kaleng Bekas Menjadi Celengan Di Desa Kotasan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 332-336).
- Wiji, N. (2011). *Teknologi perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wirnyaningsih. (2011). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Zailani, Z., & Ginting, N. (2019). Pembinaan Pelaksanaan Fardu Kifayah Dan Pelatihan Imam Anggota Muhammadiyah (Studi Pimpinan Cabang Muhammadiyah Medan Deli). *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).