

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING WARGA MUHAMMADIYAH LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH PADA KELURAHAN PASAR 7 TEMBUNG RANTING SAMBI REJO TIMUR CABANG CENDANA ASRI

SRI WAHYUNI

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

sriwahyuni@gmail.com

ABSTRAK

Mobile Banking adalah merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambahan kepada pelanggan. Variabel yang mempengaruhi keputusan warga Muhammadiyah menggunakan Mobile Banking adalah Faktor Kebudayaan, Faktor sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dengan menggunakan metode sampling jenuh diperoleh 30 sample dari ranting Sambu Rejo Cabang Cendana Asri Dalam penelitian ini, variabel dependen yaitu Keputusan penggunaan Mobile Banking warga Muhammadiyah dan variabel independen yaitu Faktor Kebudayaan, faktor sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis. Hasil penelitian ini menunjukkan Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah sedangkan Faktor Psikologis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah secara simultan keempat variabel independen Faktor kebudayaan, Faktor sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Mobile Banking warga Muhammadiyah lembaga keuangan syariah pada pasar 7 Tembung cabang Cendana Asri.

Kata kunci: *Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis*

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DECISION TO
USE MOBILE BANKING OF ISLAMIC FINANCIAL
INSTITUTIONS IN PASAR 7 TEMBUNG VILLAGE,
EAST SAMBI REJO BRANCH,
CENDANA ASRI BRANCH**

ABSTRACT

Mobile Banking is a banking service that applies information technology. This service is an opportunity for banks to offer additional value to customers. Variables that influence the decision of Muhammadiyah residents to use Mobile Banking are Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, using the saturated sampling method obtained 30 samples from the Sambu Rejo branch of Cendana Asri Branch. In this study, the dependent variable is the decision to use Mobile Banking for Muhammadiyah residents and the independent variables are Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors. The results of this study indicate that Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors have a positive and significant impact on the decision to use mobile banking for Muhammadiyah residents while Psychological Factors have a negative and insignificant effect on the decision to use mobile banking for Muhammadiyah residents simultaneously with the four independent variables Cultural factors, Social factors, Personal Factors, and Psychological Factors have a significant influence on the decision to use Mobile Banking for Muhammadiyah residents of Islamic financial institutions in the 7 Tembung market, Cendana Asri branch.

Keywords: *Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari transaksi. Transaksi tersebut memerlukan alat bayar berupa uang dimana kedua belah pihak harus bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Namun kenyataan yang ada saat ini berbeda dengan dahulu. Saat ini terdapat banyak layanan yang disebabkan oleh bank guna mempermudah nasabah melakukan transaksi. Dengan kecanggihan layanan yang ada saat ini, terdapat banyak layanan yang disediakan oleh bank guna mempermudah nasabah melakukan transaksi bisa dilakukan dengan menggunakan media elektronik tanpa melibatkan kontak fisik secara langsung. Dalam dunia perbankan saat ini telah diramalkan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara mobile, hal tersebut sering terjadi dengan tuntutan terhadap terhadap persediaan kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat.

Mobile Banking atau bisa disebut layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi M-banking tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (mobile commerce) dinilai

cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Maka mobile banking terlihat lebih sukses perkembangannya di Indonesia. Penggunaan mobile banking dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah. Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien.

Mobile banking merupakan jasa layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk nasabahnya agar dapat menggunakan jasa layanan perbankan tanpa batas ruang dan waktu dan juga berbasis teknologi seluler dan internet yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke bank karena dapat diakses setiap saat. Dalam penelitian Hanif et al, menyatakan bahwa dalam era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi layanan yang terdapat pada Mobile banking pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya penggunaan layanan

Menurut Drumond keputusan adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan suatu persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan dan kerugiannya masing-masing. Menurut Philip Kotler Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan ada 4 yaitu: 1. Faktor Kebudayaan 2. Faktor sosial 3. Faktor Pribadi 4. Faktor Psikologis.

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan Mobile Banking warga Muhammadiyah ranting Sambi Rejo Timur Cabang Cendana Asri yaitu faktor Kebudayaan, faktor sosial, faktor

pribadi, faktor psikologis. Semakin besar faktor budaya maka akan semakin meningkat keputusan penggunaan mobile banking warga muhammadiyah lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rantingambi rejo timur cabang cendana asri. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, nasabah merasa bahwa motivasi merupakan dorongan yang timbul oleh seseorang untuk memiliki kebutuhannya pada waktu tertentu hal ini dapat dilihat dari rata – rata jawaban responden yang menjawab netral. Dan rata – rata responden menjawab setuju untuk pernyataan sikap adalah tindakan yang berhubungan dengan motivasi, perasaan, emosional, persepsi serta kognitif tentang suatu objek. Hal ini berarti bahwa faktor psikologi seseorang dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan mobile banking.

METODE

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu analisis data dalam bentuk angka yang digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis berdasarkan data yang ada. Dimana data tersebut diperoleh dari daftar pertanyaan yang sudah diolah dalam bentuk angka-angka dan perhitungan melalui perhitungan statistik. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sample bila semua anggota populasi digunakan sebagai sample. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasinya relatif kecil, kurang dari 30 orang. Selama melakukan penulis menggunakan data sekunder,

berupa data yang ada di perusahaan untuk melengkapi data primer data yang meliputi catatan-catatan, laporan, media, massa, dan dokumen-dokumen lainnya. Variable yang diteliti dibagi menjadi 2 kelompok yaitu variable bebas (independent variable) dan variable terikat (dependent variable). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data sekunder dan angket/kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif.

HASIL

Sejarah singkat Ranting dan Cabang Muhammadiyah

Memasuki abad kedua, Muhammadiyah dihadapkan pada tugas dan tantangan baru yang makin berat, bukan hanya karena makin kompleksnya perkembangan masyarakat yang menuntut berbagai penyesuaian, namun juga kemunculan banyak organisasi Islam baru yang mengharuskan Muhammadiyah memperbarui strategi dakwah dan perjuangannya. Masih banyak Cabang dan Ranting yang belum memiliki kepengurusan yang lengkap, dan belum mampu menjalankan tertib organisasi, dalam hal administrasi, keuangan, maupun kegiatan. belum adanya tertib organisasi menyebabkan kepengurusan Cabang dan Ranting rentan konflik internal, terutama terkait dengan pengelolaan amal usaha. lemah inisiatif, cenderung pasif dan menunggu instruksi dari atas. kondisi di atas diperparah oleh fakta bahwa SDM pimpinan Cabang dan Ranting masih banyak didominasi oleh kalangan usia lanjut akibatnya Cabang dan Ranting Muhammadiyah cenderung monoton dalam mengadakan kegiatan, serta kurang mampu merespon

perkembangan dan tuntutan lokalitas. Kondisi di atas akhirnya membuat organisasi di tingkat Cabang dan Ranting memiliki daya saing yang rendah dibanding organisasi Islam baru yang banyak bermunculan, yang telah banyak mengambil alih jamaah maupun amal usaha Muhammadiyah.

Pada 1 Juli 1928, tersusunlah pengurus besar Muhammadiyah. Muhammad Said Harahap atau lebih dikenal Hr. Muhammad Said menjadi ketuanya yang pertama. Djuin Sutan Penghulu menjabat wakil ketua sedangkan Mas Pono dari Yogyakarta sebagai sekretaris. Penetapan tersebut menandai berdirinya secara resmi organisasi Muhammadiyah di Kota Medan. Rantingambi Rejo Timur Cabang Cendana Asri terletak di jalan pasar 7 Tembung, didirikan pada tahun dan sekarang di pimpin oleh Dr. Tarmizi Lubis, yang beranggotakan 30 orang rantingambi Rejo Timur Cabang Cendana Asri ini didirikan 2 tahun lalu pada tanggal 12 Januari 2018.

Tugas dan Fungsi Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting

Tugas pokok LPCR antara lain:

- a. Mengaktifkan kembali Ranting-Ranting yang mati atau setengahmati/stagnan
- b. Membentuk Ranting-Ranting baru terutama di pedesaan dan pusat-pusat kawasan kota besar
- c. Menjadikan Ranting-Ranting tertentu yang memiliki infrastruktur dan prasyarat/kondisi yang kondusif untuk pilot proyek/program Keluarga Sakinah serta Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ)
- d. Menghidupkan dan menyemarakkan pengajian-pengajian pimpinan dan anggota dengan berbagai model alternatif
- e. Mengembangkan fungsi pelayanan crisis center untuk advokasi di tingkat Ranting.

Menjadikan Ranting sebagai basis kegiatan pemberdayaan masyarakat dan pembentukan Islamic Civil Society

- f. Meningkatkan konsolidasi, termasuk komunikasi dan jaringan intensif, dengan seluruh organisasi otonom dan unit-unit kelembagaan di tingkat Ranting.
- g. Menyiapkan dan mengusahakan kader Muhammadiyah untuk menempati posisi-posisi dan peran-peran penting serta strategis dalam kiprah kemasyarakatan di wilayah/kawasan Ranting setempat seperti menjadi Ketua RT, kelompok-kelompok sosial, organisasi kepemudaan, kelompok tani, dan sebagainya.
- h. Membangun/menyediakan/melengkapi perkantoran/gedung Ranting yang bersifat serbaguna dan menjadi pusat gerakan Muhammadiyah, sekaligus pusat pelayanan masyarakat, termasuk pemasangan papan nama.

Visi dan Misi cabang dan ranting Muhammadiyah

Visi LPCR PP Muhammadiyah Terwujudnya Cabang dan Ranting Muhammadiyah yang aktif dalam menggerakkan dakwah dan pembangunan masyarakat sesuai dengan konteks kebutuhan lokal.

Misi LPCR PP Muhammadiyah Pendataan jumlah dan kondisi Cabang dan Ranting di seluruh Indonesia, untuk kemudian diterjemahkan kedalam Peta Cabang dan Ranting Muhammadiyah.

Ada tiga aspek yang dipetakan: (i) Kategori Cabang dan Ranting—Aktif, Hidup, Vakum; (ii) Lokasi Cabang dan Ranting—Perkotaan, Pedesaan, Pedalaman; dan (iii) Problem lingkungan yang dihadapi Cabang dan Ranting—ekonomi, sosial, budaya, politik, konflik antar/intra agama. Pemekaran dan Pembentukan Cabang dan Ranting baru, dengan target terbentuknya PCM sebanyak

70% dari jumlah kecamatan di Indonesia, dan terbentuknya PRM sebanyak 40% jumlah Desa yang ada di Indonesia.

Makna Logo Ranting dan Cabang Muhammadiyah Kesimpulan dari makna lambang itu yaitu: a. Muhammadiyah dilahirkan pada tahun 1912 dan akan memancarkan ajaran Islam ke segala arah dan memberi pencerahan dimana-mana, di mana saja sinar matahari itu dapat menembus, b. Dalam bermuhammadiyah dan dalam menjalankan perintah agama mengikuti ajaran Nabi Muhammad SAW, berdakwah, menegakkan dan menjunjung tinggi agama Islam hendaknya dilandasi niat yang tulus, dan bersih, semata-mata untuk mencari ridha Allah SwT, li'ilaai kalimatillah, li wajhillah. c. Maksud dan tujuan dakwahnya yang dilaksanakan senantiasa untuk membangun keselamatan dan kedamaian (salam), kebaikan (khair), pembangunan (islah), keberkahan (rahmat), bersikap tengahan, moderat (wasithiyah), penuh keteladanan (uswah) dan kemuliaan (izzah) Islam. Mewujudkan Islam yang damai, toleran dan menenteramkan. Wallahu'alam bish shawwab.

Uji Parsial

(Uji t) Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan uji t. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel Coefficientsa seperti pada tabel IV.15

Tabel 1. Hasil Uji Signifikan t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.163	1.120		-1.931	.065
	FaktorBudaya (X1)	.493	.085	.561	5.779	.000
	FaktorSosial (X2)	.255	.098	.248	2.614	.015
	FaktorPribadi (X2)	.191	.073	.221	2.633	.014
	FaktorPsikologis (X2)	.037	.143	.036	.257	.799

a. Dependent Variable: KeputusanPenggunaan (Y)

Sumber : Hasil SPSS (2020)

PEMBAHASAN

Pengujian Ha1 : Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile banking Warga Muhammadiyah Dari tabel IV.15 dapat diketahui bahwa Faktor Budaya (X1) memiliki nilai thitung > ttabel yaitu $5.779 > 2,059$. dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan nilai β positif yaitu 0,561. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Faktor Budaya (X1) terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga muhammadiyah (Y) yang berpengaruh positif dan signifikan, maka kesimpulannya Ha1 diterima.

Pengujian Ha2: Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile banking Warga Muhammadiyah Dari tabel IV.15 dapat diketahui bahwa Faktor sosial (X2) memiliki nilai thitung > ttabel yaitu $2,614 > 2,059$ dengan nilai signifikansi $0,015 > 0,05$ dan nilai β positif yaitu 0,248. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Faktor Sosial (X2) terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga muhammadiyah (Y) berpengaruh positif dan signifikan, maka kesimpulannya adalah Ha2 diterima

Pengujian Ha3 : Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile banking Warga Muhammadiyah Dari tabel IV.15 dapat diketahui bahwa Faktor Pribadi memiliki nilai t hitung < ttabel

yaitu $2,633 > 2,059$ dengan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan nilai β positif yaitu $0,221$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Faktor Pribadi (X3) terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah (Y) berpengaruh positif dan signifikan, maka kesimpulannya adalah H_{a3} diterima.

Pengujian H_{a4} : Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Penggunaan Mobile banking Warga Muhammadiyah. Dari tabel IV.15 dapat diketahui bahwa Faktor psikologis (X4) memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,256 < 2,059$ dengan nilai signifikansi $0,799 > 0,05$ dan nilai β positif yaitu $0,036$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Faktor psikologis (X4) terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah (Y) tidak berpengaruh signifikan, maka kesimpulannya adalah H_{a4} ditolak.

faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan mobile banking karena responden merasa dengan menggunakan mobile banking makan akan menambah produktivitas dalam pekerjaan mereka sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan mobile banking. Selain itu menurut mereka mobile banking mudah dimengerti, kebutuhan pengguna selalu direspon, dan fleksibel artinya mudah digunakan dimana saja dan kapan saja. setiap orang berminat akan menggunakan suatu sistem tersebut, jika suatu sistem tersebut dapat memberikan kelebihan dan tidak memberatkan penggunaannya. Jika dilihat dari nilai Adjusted R Square yang besarnya $0,930$ menunjukkan bahwa proporsi pengaruh faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor Psikologi (X4) terhadap keputusan

penggunaan (Y) sebesar 93% artinya faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor Psikologi (X4) memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan (Y) mobile banking sebesar 93% sedangkan sisanya 7% ($100\% - 93$) dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar yang diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor Psikologi (X4) terhadap keputusan penggunaan (Y) mobile banking warga Muhammadiyah pada lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rating sambi rejo timur cabang cendana asri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Dalam hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa Faktor Budaya (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah pada lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rating sambi rejo timur cabang cendana asri. 2. Dalam hasil uji hipotesis kedua diketahui bahwa Faktor Sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah pada lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rating sambi rejo timur cabang cendana asri. 3. Dalam hasil uji hipotesis ketiga diketahui bahwa Faktor Pribadi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking warga Muhammadiyah pada lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rating sambi rejo

timur cabang cendana asri. 4. Dalam hasil uji hipotesis keempat diketahui bahwa Faktor Psikologis (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan Penggunaan mobile banking warga muhammadiyah pada lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rating sambu rejo timur cabang cendana asri. 76 5. Dalam hasil uji hipotesis kelima diketahui bahwa Faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan Penggunaan mobile banking warga muhammadiyah pada lembaga keuangan syariah pada kelurahan pasar 7 tembung, rating sambu rejo timur cabang cendana asri.

REFERENSI

BUKU

Drummond, Helga, metode penelitian bisnis edisi kelima, (Jakarta: jilid 1. Erlangga 2007).

JURNAL

Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2019). 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).

Hadi syamsul, Novi, "Faktor-Faktor Yang mempengaruhi penggunaan layanan Mobile banking".

Hanif et al, —Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah Dimodifikasill. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntan , Vol. 4 No. 1, 2017.

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).

Kolistiawan budi, "Tantangan Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN", Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 2017.

Mahmudatus sa'diyah dan Nur aziroh, — Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim penggunaan Mobile Banking di bank Muamalat Indonesia kantor cabang Pemburu KuduS, jurnal Equilibrium, Vol. 1, NO.1 2013.

Masitah, W., & Hastuti, J. (2017). Meningkatkan Kemampuan Bahasa Melalui Metode Ber cerita 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). Upaya Meningkatkan Perkembangan Moral dan Sosial Emosional Anak Melalui Metode Pembiasaan Di Ra. Al-Hikmah. Intiqad: Jurnal Agama

dan Pendidikan Islam, 10(1), 174-187.

Masitah, W. (2019). Morality In Islam. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, pp. 914-922).

Masitah, W., & Setiawan, H. R. (2017). Peran Pendidikan Anak Usia Dini terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar Islam Terpadu Daarul Istiqlal Deli Serdang Tahun Ajaran 2016-2017. Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, 9(1), 134-155.

Masitah, W., & Hastuti, J. (2017). Meningkatkan Kemampuan Bahasa Melalui Metode Ber cerita 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.

Muhammad Radiansyah, "Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Di Kota Medan", Jurnal AtTawassuth, Vol. 1, No. 1, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016, h. 135.

Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah di Bank Syariah. Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, 9(1), 93-111.

Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam, 1(1).

Pradesyah, R. (2018). Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan). Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, 10(2), 334-348.

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.

Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam, 3(1), 33-42.

- Sihotang, M. K., & Hasanah, H. (2021, February). ISLAMIC BANKING STRATEGY IN FACING THE NEW NORMAL ERA DURING THE COVID 19. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, pp. 479-485).
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 33-42.
- WulandariNovitasari Putri dan Nadya Novandriani Karina Ana Fitriani et al, —determinan Perilaku Konsumen Smartphone pada Konsumen smartphone pada siswa SMA Negi kota Salatigall, Vol.4 No.12015.