

Analisis Pengaruh Tanggapan Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan E – Money Pada PT. Bank Sumut Kc Syariah Medan

Dewi Permata Sari

¹Fakultas Agama Islam, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Mochtar Basri No.3, Glugur Darat li, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email : dewipermata@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian yang diteliti adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk layanan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan, Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk layanan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan, Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk layanan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan, Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama – sama antara persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk layanan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Metode peneliti skripsi ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuisioner, teknik pengumpulan data berupa kuisioner yang disebarkan kepada 131 responden. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis data regresi berganda dengan langkah – langkah berupa uji deskriptif, uji validitasi, uji reliabilitas, uji kecocokan model, uji regresi berganda, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi berganda $Y = 3.433 + 0,277X_1 + 0,330X_2 + 0,269X_3$. Hasil uji t_{test} menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, kepercayaan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Sedangkan hasil uji f , pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money (Y) pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, E-Money

1. PENDAHULUAN

E – money yaitu alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada server atau pun kartu. Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (Electronic Money) sebagaimana telah diubah dua kali menjadi Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/2016(BI,2014). Kartu E-money ini kemudian dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun merchant-merchant yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu e-money. Menjadi populer karena e-money telah gencar digunakan untuk bertransaksi ditoko online maupun offline (Setyo Ferry Wibowo & Dede Rosmauli,2015). Bahkan, fasilitas-fasilitas umum telah memperkenalkan e-money sebagai pembayaran tol, commuterline, transjakarta, parkir, dan lain-lain. Ada beberapa kelebihan e-money dibanding uang fisik. Pertama, dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai di e-money sesuai dengan nilai transaksi, tanpa sulit menghitung berlembar uang. Namun, ada juga kekurangan e-money. Pertama, belum semua transaksi bisa memakai e-money karena e-money baru bisa dipakai dimerchant yang bekerja sama dengan penerbit. Kedua, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan e-money.

Menurut Mars Indonesia pada tahun 2014, penerapan e-money di Indonesia termasuk terlambat jika dibandingkan dengan negara lain seperti Hongkong dan Singapura. E-money baru dikenalkan sejak 2007, sedangkan di Hongkong pada 1997 dan Singapura pada 2000. Karena baru beberapa tahun, maka keberadaannya belum banyak diketahui oleh masyarakat atau konsumen. Tidak seperti kartu kredit, ATM, atau kartu debit yang sudah lebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Bahkan dibanding dengan produk electronic banking lainnya, seperti mobile banking, SMS banking, phone banking maupun internet banking, kehadiran e-money paling belakangan. Berdasarkan hasil survei MARS Indonesia pada tahun 2013, tingkat awareness nasabah di 5 kota yang disurvei terhadap e-money yang mulai diperkenalkan di Indonesia pada 2007 itu masih relatif rendah, baru sekitar 23,8% masyarakat yang mengenalnya. Artinya masih ada 76,2% lagi konsumen yang belum aware atau sadar terhadap instrumen pembayaran secara elektronik. Dari 23,8% tersebut, awareness tertinggi berada di Semarang (37%), disusul Jakarta (28,6%) dan Medan (23,8%). Sementara awareness terendah berada di Surabaya dan Bandung dengan persentase masing – masing 10,6% dan 20%. Dari sisi strata sosial – ekonomi, usia dan pendidikan, awareness tertinggi terhadap e-money terdapat pada nasabah dengan kelas sosial ekonomi usia 25 – 34 tahun dan berpendidikan tinggi (diploma dan sarjana). Dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini :

Permasalahan yang muncul dari fenomena e-money di Indonesia yaitu perusahaan – perusahaan berbasis bank dan non bank sudah banyak yang menerbitkan dan mengeluarkan produk atau layanannya berupa e-money atau pembayaran non tunai yang dapat memudahkan pembayaran, sehingga pembayaran dapat lebih mudah, cepat, praktis dan efisien dilakukan dimanapun, namun pada kenyataannya jumlah pengguna e-money di Indonesia masih terbilang sedikit dan kurang peminat, dapat dilihat dari data yang dimiliki oleh Bank Indonesia dari tahun 2012-2021 jumlah uang yang beredar dari penggunaan e-money masih jauh tertinggal yaitu masih terhitung masih satuan juta jika dibandingkan dengan penggunaan uang tunai yang terhitung mencapai satuan triliun Tabel 1.1 dan 1.2. Dengan jumlah pengguna e-money yang masih sedikit tersebut, perusahaan – perusahaan penyedia produk layanan e-money harus mampu melihat peluang yang ada karena jumlah masyarakat Indonesia yang belum begitu banyak menggunakan e-money, serta harus mampu untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari system atau teknologi karena individu yakin bahwa system atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan system juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. System yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa system tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Sedangkan, menurut

Widjana dalam Andriyanto menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan usaha yang besar pada saat digunakan (free of effort). Indikator variabel dari kemudahan adalah mudah dimengerti, mudah dipelajari, mudah digunakan dan tidak dibutuhkan banyak usaha.

Faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerimaan e-money sehingga bank harus membentuk sikap yang positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan (Tjini dan Baridwan). Ketika suatu bank mampu memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabah. Kepercayaan terhadap suatu sistem layanan e-money akan menentukan Kepuasan konsumen untuk melakukan sistem ini. Indikator pada variabel kepercayaan adalah sistem kepercayaan dan keamanan. Selain faktor persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan penggunaan yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi, faktor lainnya ialah persepsi risiko. Meskipun, teknologi memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan (Kuisma et al., 2007; Littler and Melanthiou, 2006 dalam Lee, 2009:130). Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen ialah risiko, menurut Pavlou (2001:10) risiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi. Faktor risiko keamanan ini perlu diperhatikan oleh pihak penerbit uang elektronik (e-money) guna meminimalkan persepsi masyarakat akan risiko transaksi yang dapat terjadi, akibat transaksi yang dilakukan secara elektronik dengan tujuan agar pengguna uang elektronik terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik. Beberapa faktor risiko yang dapat terjadi oleh pengguna uang elektronik diantaranya ialah risiko terkena hacker, risiko kesalahan dalam memasukan nomor atau kode saat pengisian ulang uang elektronik akibat kesalahan pengguna sendiri (human error) atau karena fasilitas yang belum maksimal dan hanya terfokus pada beberapa kota besar saja, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan e-money. Indikator pada variabel risiko adalah keamanan transaksi, risiko yang besar dan mengalami kerugian.

2. METODE PENELITIAN

Metode peneliti skripsi ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner, teknik pengumpulan data berupa kuisisioner yang disebarkan kepada 131 responden. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis data regresi berganda dengan langkah – langkah berupa uji deskriptif, uji validitasi, uji reliabilitas, uji kecocokan model, uji regresi berganda, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

3. HASIL

1. Uji Validitas Data

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan suatu alat ukur (arikunto, 1995). Sebuah angket nilai r hitung $>$ r tabel maka suatu angket dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,782	0,1703	Valid
Item 2	0,771	0,1703	Valid
Item 3	0,762	0,1703	Valid

Berdasarkan dari tabel diatas, diketahui semua pernyataan variabel Persepsi kemudahan (X1) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20.0 menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung $>$ r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel persepsi kemudahan (X1) adalah Valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Persepsi Kepercayaan (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,699	0,1703	Valid
Item 2	0,700	0,1703	Valid
Item 3	0,852	0,1703	Valid
Item 4	0,802	0,1703	Valid

Berdasarkan dari tabel diatas, diketahui semua pernyataan variabel Persepsi kepercayaan (X2) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20.0 menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung > r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel persepsi kepercayaan (X2) adalah Valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Persepsi Resiko (X3)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,593	0,1703	Valid
Item 2	0,870	0,1703	Valid
Item 3	0,833	0,1703	Valid
Item 4	0,801	0,1703	Valid

Berdasarkan dari tabel diatas, diketahui semua pernyataan variabel Persepsi resiko (X3) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20.0 menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung > r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel persepsi resiko (X3) adalah Valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas E-Money (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,792	0,1703	Valid
Item 2	0,793	0,1703	Valid
Item 3	0,757	0,1703	Valid
Item 4	0,794	0,1703	Valid

Berdasarkan dari tabel diatas, diketahui semua pernyataan variabel E-Money (Y) yang di dapatkan dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20.0 menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung > r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel E-Money (Y) adalah Valid.

2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kontruk atau angket dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,643	3

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,643 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kepercayaan (X2)
Reliabilit Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha	
,763	4

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel persepsi kepercayaan (X2) memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,763 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Resiko (X3)

Reliability Statistics

Cronb ach's Alpha	N of Items
,728	4

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel persepsi risiko (X3) memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,728 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas E-Money (Y)

Reliability Statistics

Cronb ach's Alpha	N of Items
,785	4

Berdasarkan pada data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel E-Money (Y) memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,785 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

3. Uji Kecocokan Model

a. Uji Regresi Berganda

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi risiko (X3) terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money (Y) pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Hasil uji regresi berganda dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,433	1,593		2,155	,033
Persepsi Kemudahan (X1)	,277	,105	,203	2,645	,009
Persepsi Kepercayaan (X2)	,330	,091	,328	3,642	,000
Persepsi Resiko (X3)	,269	,083	,270	3,225	,002

a. Dependent Variable: E-Money (Y)

Dari tabel *coefficient*, dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$$

$$Y = 3.433 + 0,277X_1 + 0,330X_2 + 0,269X_3$$

Dimana :

Y = Kepuasan Menggunakan E-Money

X1 = Persepsi Kemudahan

X2 = Persepsi Kepercayaan

X3 = Persepsi Resiko

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- 1) Nilai *constant* adalah 3,433 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko (nilai X1, X2 dan X3 adalah 0) maka kepuasan nasabah menggunakan E-Money ada sebesar 3,433.
- 2) Persepsi Kemudahan (X1) mempunyai regresi sebesar 0,277 artinya bahwa setiap kenaikan variabel persepsi kemudahan sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan kepuasan nasabah menggunakan e-money sebesar 2,77%.
- 3) Persepsi Kepercayaan (X2) mempunyai regresi sebesar 0,330 artinya bahwa setiap kenaikan variabel persepsi kepercayaan sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan kepuasan nasabah menggunakan e-money sebesar 3,3%.
- 4) Persepsi Risiko (X3) mempunyai regresi sebesar 0,269 artinya bahwa setiap kenaikan variabel persepsi risiko sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan kepuasan nasabah menggunakan e-money sebesar 2,69%.

b. Uji T_{test} (Uji Secara Individual)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikasi variabel independen mempengaruhi dependen secara individu atau sendiri – sendiri.

Tabel 10. Hasil Uji T_{test} Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,433	1,593		2,155	,033
Persepsi Kemudahan (X1)	,277	,105	,203	2,645	,009
Persepsi Kepercayaan (X2)	,330	,091	,328	3,642	,000
Persepsi Risiko (X3)	,269	,083	,270	3,225	,002

a. Dependent Variable: E-Money (Y)

Berdasarkan Tabel 4.14 dengan mengamati baris, kolom t dan sig bisa dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E – Money

Variabel persepsi kemudahan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money (Y). Hal ini terlihat dari signifikan persepsi kemudahan (X1) $0,009 < 0,05$, dan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 131-3-1) = (0,025; 127) = 1,97882$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,645 > 1,97882$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money secara parsial diterima.

2) Pengaruh Variabel Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money

Variabel persepsi kepercayaan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money (Y). Hal ini terlihat dari signifikan persepsi kepercayaan (X2) $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 131-3-1) = (0,025; 127) = 1,97882$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,642 > 1,97882$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money secara parsial diterima.

3) Pengaruh Variabel Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money

Variabel persepsi risiko (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money (Y). Hal ini terlihat dari signifikan persepsi risiko (X3) $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 131-3-1) = (0,025; 127) = 1,97882$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,225 > 1,97882$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money secara parsial diterima.

c. Uji F_{test} (Uji Secara Serempak)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel independen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{tabel} = f(k; n-k)$, $F = (3; 131-3)$, $F = (3; 128)$, $F_{tabel} = 2,68$ dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.18 di bawah ini :

Tabel 11. Uji F_{test}
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	165,106	3	55,035	31,330	,000 ^b
Residual	223,092	27	1,757		
Total	388,198	30			

a. Dependent Variable: E-Money (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kepercayaan (X2), Persepsi Risiko (X3),

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 31,330 dengan nilai F_{tabel} adalah 2,68 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $31,330 > 2,68$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi kepercayaan (X2), dan persepsi risiko (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money (Y) pada PT. Bank SUMUT KC Syariah Medan.

d. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut Bawono (2006 : 92) koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X1,2,3). Bila nilai R^2 mendekati 0, berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen, jika ternyata dalam perhitungan nilai $R^2 = 0$ maka ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 12. Uji R^2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,65 ^a	,425	,412	1,325

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kepercayaan (X2), Persepsi Risiko (X3),

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,412, hal ini berarti pengaruh variabel X1, X2, dan X3 kepada variabel Y sebesar 412% dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi kepercayaan (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap variabel E-money (Y).

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Muticollinearity

Uji multicollinearity digunakan untuk menguji adanya korelasi antara variabel bebas. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*)

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearilitas

Model	Unstandar dized Coefficients		St andar ized Coeff icients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol erance	V IF
(Constant)	3,433	1,593		2,155	,033		
Persepsi Kemudahan (X1)	,277	,105	,203	2,645	,009	,771	1,296
Persepsi Kepercayaan (X2)	,330	,091	,328	3,642	,000	,558	1,791
Persepsi Resiko (X3)	,269	,083	,270	3,225	,002	,645	1,550

Berdasarkan hasil tabel di atas, diketahui nilai VIF X1 (Persepsi Kemudahan) sebesar 1,296, X2 (Persepsi Kepercayaan) sebesar 1,791, X3 (Persepsi Risiko) sebesar 1,550 dengan demikian ke tiga variabel terbebas dari masalah multikolinearitas, karena nilai VIF diatas tersebut kurang dari 10,00, maka penelitian ini layak untuk di pakai.

b. Uji Heteroscedasticity

Uji heteroscedasticity bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Dasar pengambilan Kepuasaannya adalah jika t-test > t tabel (sig.< 0,05), maka H₀ ditolak, artinya dalam persamaan regresi tersebut terdapat heteroskendastisitas dan jika t-test < t tabel (sig > 0,05), maka H₀ diterima artinya dalam persamaan regresi tersebut tidak terdapat heteroskendastisitas.

Tabel 14. Hasil Uji Heteroskendastisitas

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolera nce	VIF
(Consta nt)	3,025	1,005		3,010	,003		
Perseps i Kemudahan (X1)	-,078	,066	-,117	-1,181	,240	,771	1,296
Perseps i Kepercayaa n (X2)	-,053	,057	-,107	-,920	,359	,558	1,791
Perseps i Resiko (X3)	,002	,053	,004	,039	,969	,645	1,550

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, diketahui nilai sig. persepsi kemudahan (X1) sebesar 0,240, sig. persepsi kepercayaan (X2) sebesar 0,359, sig. persepsi risiko (X3) sebesar 0,969 dengan demikian ketiga variabel terbebas dari masalah heteroskendastisitas karena nilai sig > 0,05, maka H₀ diterima atau penelitian ini layak untuk dipakai.

c. Uji Normality

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi kedua variabel (variabel dependen dan variabel independen) yang dipakai mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika probabilitas > 0,05 maka H₀ diterima, yaitu variabel residual terdistribusi normal atau kebalikannya.

**Tabel 15. Hasil Uji Normality
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandar dized Residual
N		131
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4,5918766
	Std. Deviation	,83620379
Most Extreme Differences	Absolute	,171
	Positive	,076
	Negative	-,171
Kolmogorov-Smirnov Z		0,430
Asymp. Sig. (2-tailed)		,175

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel di atas menunjukkan N=131 yang berarti jumlah sampel yang berarti jumlah sampel yang diambil sebanyak 127, nilai *kolmogorov-smirnov z* menunjukkan angka 0,430 dan Asymp.Sig (2-tailed) menunjukkan 0,175. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena Asymp. Sig (2-tailed) lebih dari 0,05 atau 5%.

d. Uji Linearity

Pengujian linieritas digunakan untuk menguji apakah spesifikasi model yang kita gunakan sudah tepat atau lebih baik dalam spesifikasi model bentuk lain. Jika X^2 hitung < X^2 tabel, maka spesifikasi model persamaan linier adalah benar. Berikut merupakan tabel hasil perkalian jumlah data dengan R^2 .

Tabel 16. Persepsi Kemudahan (X1) dan E-Money (Y)

Measures of Association

	R	R Squared	E ta	Eta Squared
E-Money (Y) * Persepsi Kemudahan (X1)	,3	,13	,398	,158

Pengujian linearitas menggunakan uji lagrange multiplier ditujukan untuk mencari X^2 hitung dan X^2 tabel, yang mana X^2 hitung = $n * R^2 = 131 * 0,131 = 17,161$. Dengan tingkat signifikan 5% dan df : 131 maka X^2 tabel = 158,712

Dengan begitu maka nilai X^2 hitung < X^2 tabel pada persepsi kemudahan (X1) sehingga spesifikasi model persamaan linier adalah benar.

Tabel 17. Persepsi Kepercayaan (X2) dan E-Money (Y)

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
E-Money (Y) * Persepsi Kepercayaan (X2)	,472	,223	,677	,458

Pengujian linearitas menggunakan uji lagrange multiplier ditujukan untuk mencari X^2 hitung dan X^2 tabel, yang mana X^2 hitung = $n * R^2 = 131 * 0,223 = 29,213$. Dengan tingkat signifikan 5% dan df : 131 maka X^2 tabel = 158,712

Dengan begitu maka nilai X^2 hitung < X^2 tabel pada persepsi kepercayaan (X2) sehingga spesifikasi model persamaan linier adalah benar.

Tabel 18. Persepsi Risiko (X3) dan E-Money (Y)

Measures of Association

	R	R Squared	Et a	Eta Squared
E-Money (Y) * Persepsi Risiko (X3)	,498	,248	,636	,404

Sumber : SPSS 20.0 Data Diolah 2021

Pengujian linearitas menggunakan uji lagrange multiplier ditujukan untuk mencari X^2 hitung dan X^2 tabel, yang mana X^2 hitung = $n * R^2 = 131 * 0,248 = 32,488$. Dengan tingkat signifikan 5% dan df : 131 maka X^2 tabel = 158,712. Dengan begitu maka nilai X^2 hitung < X^2 tabel pada persepsi risiko (X3) sehingga spesifikasi model persamaan regresi linier adalah benar.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Hipotesis 1 (H1)

Dari hasil uji t_{test} nilai t_{hitung} variabel kemudahan sebesar 2,645 dengan taraf signifikan 0,009 dan nilai $\beta_1 X_1$ sebesar 0,277. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Dengan demikian dinyatakan terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan sehingga hipotesis H1 diterima.

b. Uji Hipotesis 2 (H2)

Dari hasil uji t_{test} nilai t_{hitung} variabel kepercayaan sebesar 3,642 dengan taraf signifikan 0,000 dan nilai $\beta_2 X_2$ sebesar 0,330. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel persepsi kepercayaan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Dengan demikian dinyatakan terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan sehingga hipotesis H2 diterima.

c. Uji Hipotesis 3 (H3)

Dari hasil uji t_{test} nilai t_{hitung} variabel risiko sebesar 3,225 dengan taraf signifikan 0,000 dan nilai $\beta_3 X_3$ sebesar 0,269. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel persepsi risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Dengan demikian dinyatakan terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan sehingga hipotesis H3 diterima.

d. Uji Hipotesis 4 (H4)

Dari hasil uji F_{test} perbandingan nilai F_{hitung} sebesar 31,330 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Dengan demikian maka H4 diterima.

4. PEMBAHASAN

1. Persepsi Kemudahan (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E- Money (Y)

Hasil penelitian hipotesis (H1) membuktikan terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel kemudahan sebesar 2,645 dengan taraf signifikansi

sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan.

Nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan yang beranggapan bahwa layanan e-money mudah dimengerti dan digunakan, maka layanan mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Sebaliknya, apabila e – money dipersepsikan tidak mudah dimengerti dan digunakan maka layanan tersebut tidak digunakan dan tidak menimbulkan rasa minat nasabah. Apabila E – Money dipersepsikan nasabah mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan atau digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya, apabila e – money dipersepsikan nasabah tidak mudah untuk dipelajari, maka layanan e – money tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi para nasabah untuk menggunakannya.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dien Ilham Genady pada tahun 2018 terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap Kepuasan penggunaan uang elektronik di masyarakat (Studi kasus di Provinsi DKI Jakarta). Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Mutia Andela Putri pada tahun 2020 menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk BSM e-money (Studi Kasus BSM KCP Medan Setia Budi).

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money pada Nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan. Semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang, maka semakin tinggi minat menggunakan e-money karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan e-money tersebut dapat dengan mudah dimengerti.

2. Persepsi Kepercayaan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E- Money (Y).

Hasil penelitian hipotesis (H2) membuktikan terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel kepercayaan sebesar 3,642 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan yang beranggapan bahwa layanan e-money dapat memberikan keamanan bagi dirinya, maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabah. Kepercayaan terhadap suatu sistem layanan e-money akan menentukan Kepuasan konsumen untuk melakukan sistem ini.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gilang Tri Pamungkas pada tahun 2018 terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap Penggunaan E – Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kac. Binjai Kota, Kota Binjai). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Persepsi Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money di Bank SUMUT KC Syariah Medan. Semakin tinggi persepsi kepercayaan nasabah, maka semakin tinggi minat menggunakan e-money karena nasabah percaya bahwa penggunaan e-money tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan meningkatkan kepercayaannya.

3. Persepsi Risiko (X3) Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money (Y).

Hasil penelitian hipotesis (H3) membuktikan terdapat pengaruh antara risiko terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel risiko sebesar 3,225 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan bahwa risiko yang semakin kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Artinya apabila risiko yang semakin kecil, maka semakin banyak nasabah PT. Bank SUMUT KC Syariah Medan untuk menggunakan e-money. Sebaliknya, apabila risiko semakin besar maka keputusan nasabah menggunakan e-money akan cenderung mengalami penurunan.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gilang Tri Pamungkas pada tahun 2018 terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi risiko terhadap

Penggunaan E – Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kac. Binjai Kota, Kota Binjai). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money pada Nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan. Menurut Pavlou, risiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi. Faktor risiko keamanan ini perlu diperhatikan oleh pihak penerbit uang elektronik (e-money) guna meminimalkan persepsi masyarakat akan risiko transaksi yang dapat terjadi, akibat transaksi yang dilakukan secara elektronik dengan tujuan agar pengguna uang elektronik terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik. Beberapa faktor risiko yang dapat terjadi oleh pengguna uang elektronik diantaranya ialah risiko terkena hacker, risiko kesalahan dalam memasukan nomor.

Tingginya peristiwa kejahatan cyber menjadi salah satu risiko yang ditimbulkan system teknologi e-money. Sehingga kekhawatiran nasabah dalam menggunakan e-money semakin tinggi. Nasabah menyadari bahwa risiko keamanan informasi yang ditimbulkan oleh e-money itu ada. Namun ketika perbankan dapat memberikan jaminan keamanan pada suatu risiko maka nasabah masih tertarik untuk menggunakan. Hal ini dapat dilakukan oleh pihak perbankan dengan pemakaian sistem pengamanan berlapis.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Secara Bersama – Sama Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Money.

Hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 31,330 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan E-Money pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, kepercayaan dan risiko semakin kecil maka akan meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi nasabah dalam memutuskan layanan e-money. Semakin tinggi persepsi kemudahan, maka semakin tinggi keputusan nasabah menggunakan e-money karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan e-money tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan layanan e-money. Tingkat risiko yang kecil dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan layanan e-money.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan (X1) terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money (Y) pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan. Sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Dengan demikian H_{a1} terbukti.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kepercayaan (X2) terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money (Y) pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan. Sehingga semakin tinggi persepsi kepercayaan maka semakin tinggi kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Dengan demikian H_{a2} terbukti.
3. Terdapat risiko yang semakin kecil berpengaruh positif dan signifikan persepsi risiko (X3) terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money (Y) pada PT.Bank Sumut KC Syariah Medan. Sehingga semakin kecil risiko maka semakin tinggi kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Dengan demikian H_{a3} terbukti.
4. Terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan. Dengan kata lain, seorang karyawan PT. Bank Sumut KC Syariah Medan harus dapat melayani nasabah sesuai standar

yang sudah ditentukan, sehingga tercipta adanya kemudahan, kepercayaan bagi nasabah dalam menggunakan layanan e-money, serta dengan adanya tingkat risiko dalam layanan tersebut semakin rendah maka semakin tinggi kepuasan nasabah menggunakan e-money pada PT. Bank Sumut KC Syariah Medan.

6. REFERENSI

- Abdul, S. (2014)/ Kajian Kebendaan Digital Dalam Hukum Keperdataan Indonesia, Proceeding Konferensi Nasional Hukum Perdata : Mengevaluasi Kesiapan Hukum Perdata Nasional Indonesia dalam Menghadapi Tantangan Masa Depan. Banjarmasin : Fakultas Hukum Universitas Mangkurat.
- Albara, A., Pradesyah, R., & Ginting, N. (2019). Pengembangan Ekonomi Keluarga Berbasis Mompreneur Bagi Ibu-Ibu Di Pimpinan Cabang Aisyiyah Duriankota Medan. Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 126-135.
- 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).
- Baihaqi, A. (2014). "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Unza Vitalis Salatiga". Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah S1 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga.
- 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. L., Pradesyah, R., & Ginting, N. (2019). Strategi Pengelolaan Zakat Produktif Dalam Pengentasan Kemiskinan (Studi Kasus Lembaga Zakat Muhammadiyah Kota Medan). Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat, 2(2).
- 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).
- 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.
- Bawono, A. (2006). Multivariate Analysis dengan SPSS, Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Davis, Gordon B. (2016). Kerangka Dasar : Sistem Informasi Manajemen, Seri Manajemen No. 90-A, cet.12 (Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo).
- 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.
- 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.
- Fadhli, M dan Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi nasabah atas risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, 2(1).
- FAI UMSU. (2018). Panduan Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhir, Medan: CV. Bildung Nusantara.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Semarang : Badan Penerbit 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.
- 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).

- 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).
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2002). *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Bank Syariah*, Jakarta : Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia.
- Jf, N. I. M. N. Z. (2020). Mengkonstruksikan Konsep Identitas Dan Peran Gender Pada Anak Melalui Pembelajaran Di Ranah Paud. *Jurnal Kajian Gender Dan Anak*, 4(1), 11-26.
- Jf, N. Z., & Rahmayani, C. (2021). Peningkatan Kemampuan Bahasa Anak Melalui Metode Bercerita Menggunakan Media Audio Visual Di Ra. Raudatul Ilmi Kecamatan Medan Denai. *Aud Cendekia*, 1(1), 30-48.
- 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.
- Jogiyanto. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, ed.keenam, cet.2, Yogyakarta : BPF.
- Kasmir. (2014). *Dasar – Dasar Perbankan*, (edisi revisi 2014). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Khadijah, M. A., & Jf, N. Z. (2021). Perkembangan Sosial Anak Usia Dini Teori Dan Strateginya. Merdeka Kreasi Group.
- 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.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Bandung : CV. Alfabeta.
- 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, Z., Fanreza, R., & Sitepu, J. M. (2020, February). Human And Multi Freedom In The Quran. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 851-860).
- Masitah, W., & Sitepu, J. M. (2021). Development Of Parenting Models In Improving Children's Moral Development. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(3), 769-776.
- Masitah, W., & Wahyuni, S. (2017). Peningkatkan Visual Spasial Anak Melalui Kegiatan Bermain Maze Pada Anak Di Ra Sabariyah Kelurahan Harjosari li Kecamatan Medan Amplas. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(2), 162-173.
- Masitah, W., Fadilatul, F., & Lubis, A. (2021, June). Upaya Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Pada Masa Pandemi. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, Pp. 428-433).
- Nurul Zahriani, J. F., & Wahyuni, N. S. (2021). Upaya Kepala Sekolah Dalam Peningkatkan Kinerja Guru Dan Partisipasi Orangtua Terhadap Pelaksanaan Aktivitas Pembelajaran Anak Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Tk Swasta Tunas Bangsa Medan Timur. *Pendalas: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 92-109.
- Nurzannah, N., & Sitepu, J. M. (2020, February). Analysis Of Text Books Of Early Islamic Education In Primary Schools (Published By Erlangga And Yudhistira). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 598-608).
- Pohan, S. (2016). *Ilmu Pendidikan Islam*.
- 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. (2018, July). Financial Analysis For The Weak Economic Society To Increase The Member Economy At-Bmt El-Munawar Medan Johor Unit (North Sumatra-Indonesia Province). In *2018 3rd International Conference On Education, Sports, Arts And Management Engineering (Icesame 2018)* (Pp. 58-60). Atlantis Press.
- Pohan, S., & Simanjuntak, A. (2014). *Ibadah Secara Sunnah*.

- 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.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1).
- 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).
- Rahmayati, R. (2018). Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry Di Indonesia. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 314-334.
- Rahmayati, R. (2019). Pembiayaan Sindikasi Sebagai Peningkatan Portofolio Pembiayaan Perbankan Syariah. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7(1), 1-16.
- Rahmayati, R. (2020). Strategi Peningkatan Portofolio Pembiayaan Melalui Syndicated Financing Di Bank Syariah Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- 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 (Icsie 2018) (Pp. 422-426). Atlantis Press.
- Setiawan, H. R., & Masitah, W. (2017). Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar Mahasiswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Group Investigation Pada Mata Kuliah Psikologi Pendidikan Di Program Studi Pendidikan Agama Islam Fai Umsu 2016-2017. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 47-67.
- Setiawan, H. R., & Masitah, W. (2017). Pengaruh Konsep Diri, Minat Dan Inteligensi Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Metode Pengembangan Kemampuan Bahasa Anak. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(2), 20-34.
- 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. (2018). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 1-7.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt. Hni Hpai). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 399-413.
- Sihotang, M. K. (2020, October). Consumption Of Halal Product As Islamic Economic Culture In Indonesia. In Proceeding International Conference On Language And Literature (Ic2lc) (Pp. 132-137).
- 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).
- Sitepu, J. M., & Fanreza, R. (2020, February). Relationship Between Organizational Culture To Lecturer Performance Professionalism In Islamic Religion Faculty University Of Muhammadiyah Sumatera Utara. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 658-663).
- Sundhari, A. Upaya Meningkatkan Kreativitas Anak Melalui Pemanfaatan Pelepeh Pisang Di Tk Syawal Kecamatan Medan Helvetia.
- Yuningsih, M. N. F. (2018, April). Peningkatan Kemampuan Berbahasa Melalui Metode Dramatisasi Di Raudhatul Athfal Nurul Fikri Binjai. In Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian (Vol. 1, No. 1, Pp. 33-40).
- Zarzani, T. R., Julpikar, J., & Nasution, M. (2018). Eksplorasi Akar Radikalisme Pada Aksi-Aksi Terorisme. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).