

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2005. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* , Bandung: Alfabeta.
- Amir, M Taufik. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi & Rasakan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. 2008. *Shahih Muslim*. Jakarta: Pustaka as-Sunnah.
- _____. 2006. *Shahih Sunan Tirmidzi*, terj. Fachrurazi, Jakarta: Pustaka Azzam
- Al-Bukhāri, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail . *Matan Al-Bukhāri*, juz II. Indonesia: Dār Ihyā al-Kutub al-Arabiyyah
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. *Metode Riset Manajemen Pemasaran* , Malang: UIN-Maliki Press.
- Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. Yogyakarta: BPFE.
- Cravent, David W. 2002. *Pemasaran Strategis*, jilid 2. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an & Tafsirnya*, jilid. III.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an Magfirah*.
- Harahap, Sofyan S. 2011. *Etika Bisnis dalam perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat.
- Karim, Adiwarmarman A. 2010. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Rajawali Press.

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- _____. 2005. *Marketing Management*, terj. Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Intan Sejati Klaten.
- M, Nelly Nailatie. 2008. *The Power Of Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPEF.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Qardhawi, Yusuf . 2001. *Peran Nilai Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press.
- Sangadji, Etta Mamang, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Setiadi, Nugroho J.. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Prenadia Media.
- Shimp, Terence A. 2001. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Produk Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid. II Jakarta: Erlangga.
- _____. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid. 1 Jakarta: Erlangga.
- Soeratno. 1988. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Upp Amp Ykpn.
- Sogiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 13 Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Yogyakarta: Alfabeta.

Sulisyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi.

Swastha, Basu. 1990. *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Panji, *et al.* 2008. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi Offest.

Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia:
Bandung.

B. INTERNET

Cermati, *Tabungan SimPel : Produk Tepat untuk Mengajari Anak Mengelola Keuangan*. Jakarta: 2016. <https://www.cermati.com/artikel/tabungan-simpel-produk-tepat-untuk-mengajari-anak-mengelola-keuangan> (13 maret 2016).

Porwaningtyas, AD. *Manajemen Pemasaran Islam*. UIN Surabaya., 2009. <http://fe.umj.ac.id/index.php?option=com>. (7 Juni 2016).

Lampiran I

A. Gambaran Produk SimPel iB

Tabungan SimPel iB adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad wadiah yang diperuntukkan bagi pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

1. Fasilitas yang diberikan bank BNI KCS Banjarmasin
 - a. Buku Tabungan
 - b. Kartu ATM/Debit yang disebut Kartu SimPel iB
 - c. E-Banking (SMS Banking, Internet Banking (inquiry only))
2. Persyaratan
 - a. Telah ada PKS antara Bank dan Sekolah
 - b. Kartu Pelajar
 - c. Kartu Keluarga
 - d. Surat Keterangan dari Sekolah jika calon nasabah tidak memiliki Kartu Pelajar
 - e. Setoran awal minimal Rp. 1.000,
 - f. KTP orang tua/wali
3. Keunggulan
 - a. Kartu SimPel iB sebagai kartu ATM dan Kartu Debit di *merchant* yang menggunakan jaringan EDC BNI
 - b. Nama anak tertera pada buku tabungan dan Kartu SimPel iB
 - c. Bebas Biaya Administrasi Bulanan
4. Persyaratan SimPel iB

- a. Pembukaan Rekening dilakukan oleh orang tua/wali dengan anak.
- b. Pihak lain selain orang tua/wali hanya dapat menerima kuasa untuk menyerahkan dokumen pembukaan rekening.
- c. Rekening dibuka atas nama anak.
- d. Persyaratan untuk nasabah anak

Persyaratan untuk nasabah anak dibagi dalam 2 (dua) jenis sbb:

- a. Pelajar yang sudah memiliki tanda tangan dan memiliki kartu pelajar
 - 1) Mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah Anak (CIF) Perorangan dan Formulir Pembukaan Rekening yang ditandatangani oleh anak.
 - 2) Melampirkan copy Kartu Pelajar.
 - 3) Melampirkan copy Kartu Keluarga .
 - 4) Membubuhkan contoh tanda tangan anak pada formulir pembukaan rekening dan buku tabungan.
 - b. Pelajar yang memiliki kartu pelajar dan belum bisa tanda tangan.
 - 1) Mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah Anak (CIF) Perorangan dan Formulir Pembukaan Rekening dengan ditanda tangani oleh orang tua/wali.
 - 2) Melampirkan copy Kartu Keluarga
 - 3) Membubuhkan contoh tanda tangan orang tua/wali pada buku tabungan.
5. Persyaratan untuk orang tua/wali
- a. Mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah (CIF) Perorangan dan Formulir Pembukaan Rekening dan bagi yang belum berkeinginan

untuk membuka rekening di BNI Syariah maka orang tua/wali cukup mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah (CIF).

- b. Mengisi Formulir Persetujuan Pembukaan Rekening dan Pelaksanaan Transaksi yang ditandatangani oleh orang tua/wali.
 - c. Melampirkan copy identitas diri (KTP/Paspor) orang tua/wali.
6. Mengisi Formulir PMN (KYC)
 7. Melakukan setoran awal pembukaan rekening minimal Rp1.000,-
 8. Bagi pelajar yang belum memiliki tanda tangan sendiri, maka cabang wajib membubuhkan stempel “Tanda Tangan Oleh Orang Tua/Wali” pada bagian dalam *cover* depan buku tabungan Tabungan SimPel iB Hasanah.
 9. Tabungan SimPel iB Hasanah tidak diperkenankan dibuka dengan ketentuan QQ dan sebagai rekening gabungan.

Gambar Tabungan SimPel iB Hasanah



Lampiran II

Daftar Pernyataan Koesioner Pengaruh Strategi Promosi Produk Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar) iB Hasanah PT. BNI KCS Banjarmasin Terhadap Keputusan Menabung Pelajar

Nama :
Jenis Kelamin :laki-laki/ Perempuan
Kelas :
Jurusan :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang saudara anggap sesuai.
2. Apabila ada kekeliruan dalam menjawab atau saudara ingin mengganti jawaban, maka berilah tanda (=) pada jawaban yang dianggap salah dan diganti dengan jawaban yang benar.
3. Apabila anda mengambil tabungan simple iB Hasanah maka jawablah pernyataan dibawah ini, apabila tidak maka kosongkan saja.

Keterangan alternatif jawaban.

SS	Sangat Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

I. Variabel Promosi (X)

1. Periklanan(X₁)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Iklan dari brosur dapat menarik perhatian saya untuk menabung.					
2.	Iklan dari spanduk dapat menarik perhatian saya untuk menabung					
3.	Iklan dari surat kabar dapat menarik perhatian saya untuk menabung					
4.	Informasi mengenai produk tabungan Simpel iB Hasanah mudah di dapat					

2. Promosi Penjualan (X₂)

No.	Pernyataan	Alternatif jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Hadiah yang diberikan oleh pihak BNI Syariah dapat menarik perhatian saya untuk menabung					
2.	Pembukaan rekening awal yang murah hanya Rp. 1000 dapat menarik perhatian saya untuk menabung					

3. *Personal Selling (X₃)*

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Sosialisasi yang diadakan pihak BNI Syariah dapat menarik perhatian saya untuk menggunakan tabungan SimPel iB Hasanah					
2.	Presentasi yang menarik oleh pihak BNI Syariah dapat menarik perhatian saya untuk menabung					
3.	<i>Salesman</i> dan <i>salesgirl</i> BNI Syariah Banjarmasin memberikan informasi tentang produk tabungan SimPel iB Hasanah dengan baik					
4.	Kerapian pegawai bank menarik perhatian saya untuk menabung					

4. *Public Relations (X₄)*

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Citra bank BNI Syariah Banjarmasin yang baik mempengaruhi saya untuk menggunakan tabungan SimPel iB.					

2.	BNI Syariah selalu memelihara komunikasi yang baik dengan nasabah					
3.	Saya mengambil tabungan Simpel iB Hasanah karena rekomendasi orang tua					
4.	Saya mengambil tabungan Simpel iB Hasanah karena ajakan teman					

II. Variabel Keputusan Mengambil Produk (Y)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menjadikan produk tabungan SimPel iB Hasanah sebagai pemenuhan kebutuhan persiapan masa depan					
2.	Tabungan SimPel iB Hasanah menjadi pertimbangan dalam menabung di bank					
3.	Keputusan saya mengambil tabungan SimPel iB Hasanah adalah keputusan yang tepat					
4.	Setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai produk tabungan, saya memutuskan untuk mengambil tabungan Simpel iB Hasanah					

Lampiran III

UJI VALIDITAS

Correlations

		Periklanan_1	Periklanan_2	Periklanan_3	Periklanan_4	Tot_Periklanan
Periklanan_1	Pearson Correlation	1	.134	.540**	.063	.524**
	Sig. (2-tailed)		.524	.005	.767	.007
	N	25	25	25	25	25
Periklanan_2	Pearson Correlation	.134	1	.538**	.468*	.785**
	Sig. (2-tailed)	.524		.006	.018	.000
	N	25	25	25	25	25
Periklanan_3	Pearson Correlation	.540**	.538**	1	.280	.837**
	Sig. (2-tailed)	.005	.006		.176	.000
	N	25	25	25	25	25
Periklanan_4	Pearson Correlation	.063	.468*	.280	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.767	.018	.176		.000
	N	25	25	25	25	25
Tot_Periklanan	Pearson Correlation	.524**	.785**	.837**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25	25

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Promosi Penjualan_1	Promosi Penjualan_2	Tot_ Promosi Penjualan
Promosi Penjualan_1	Pearson Correlation	1	.328	.852**
	Sig. (2-tailed)		.109	.000
	N	25	25	25
Promosi Penjualan_2	Pearson Correlation	.328	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.109		.000
	N	25	25	25
Tot_Promosi Penjualan	Pearson Correlation	.852**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	25	25	25

Correlations

		Personal Selling_1	Personal Selling_2	Personal Selling_3	Personal Selling_4	Tot_Personal Selling
Personal Selling_1	Pearson Correlation	1	.499*	.379	.190	.756**
	Sig. (2-tailed)		.011	.062	.363	.000
	N	25	25	25	25	25
Personal Selling_2	Pearson Correlation	.499*	1	.334	.136	.655**
	Sig. (2-tailed)	.011		.103	.515	.000
	N	25	25	25	25	25
Personal Selling_3	Pearson Correlation	.379	.334	1	.302	.741**
	Sig. (2-tailed)	.062	.103		.142	.000
	N	25	25	25	25	25
Personal Selling_4	Pearson Correlation	.190	.136	.302	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.363	.515	.142		.001
	N	25	25	25	25	25
Tot_Personal Selling	Pearson Correlation	.756**	.655**	.741**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	

N	25	25	25	25	25
---	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Keputusan Pelajar_1	Keputusan Pelajar_2	Keputusan Pelajar_3	Keputusan Pelajar_4	Tot_ Keputusan Pelajar
Keputusan Pelajar_1	Pearson Correlation	1	-.235	.130	.306	.467*
	Sig. (2-tailed)		.258	.535	.137	.019
	N	25	25	25	25	25
Keputusan Pelajar_2	Pearson Correlation	-.235	1	.108	.211	.444*
	Sig. (2-tailed)	.258		.608	.311	.026
	N	25	25	25	25	25
Keputusan Pelajar_3	Pearson Correlation	.130	.108	1	.575**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.535	.608		.003	.000
	N	25	25	25	25	25
Keputusan Pelajar_4	Pearson Correlation	.306	.211	.575**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.137	.311	.003		.000
	N	25	25	25	25	25
Tot_ Keputusan Pelajar	Pearson Correlation	.467*	.444*	.713**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.026	.000	.000	
	N	25	25	25	25	25

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Public Relations_1	Public Relations_ 2	Public Relations _3	Public Relations _4	Tot_ Public Relations
Public Relations_1	Pearson Correlation	1	.265	.172	.099	.582**
	Sig. (2-tailed)		.200	.410	.639	.002
	N	25	25	25	25	25
Public Relations_2	Pearson Correlation	.265	1	.093	.363	.585**
	Sig. (2-tailed)	.200		.657	.074	.002
	N	25	25	25	25	25
Public Relations_3	Pearson Correlation	.172	.093	1	.236	.607**
	Sig. (2-tailed)	.410	.657		.256	.001
	N	25	25	25	25	25
Public Relations_4	Pearson Correlation	.099	.363	.236	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.639	.074	.256		.000
	N	25	25	25	25	25
Tot_Public Relations	Pearson Correlation	.582**	.585**	.607**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001	.000	
	N	25	25	25	25	25

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.769	18

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	64.64	29.240	.138	.	.772
VAR00002	64.48	26.177	.441	.	.752
VAR00003	65.08	25.493	.421	.	.755
VAR00004	64.88	26.443	.369	.	.759
VAR00005	64.32	28.643	.182	.	.771
VAR00006	63.84	29.473	.087	.	.775
VAR00007	64.48	26.343	.521	.	.748
VAR00008	64.40	27.833	.471	.	.756
VAR00009	64.56	27.923	.294	.	.764
VAR00010	64.32	29.227	.092	.	.777
VAR00011	64.48	25.093	.592	.	.739
VAR00012	64.20	27.500	.477	.	.754
VAR00013	64.20	29.000	.077	.	.782
VAR00014	64.92	24.827	.443	.	.753
VAR00015	64.28	29.210	.107	.	.776
VAR00016	64.56	27.840	.308	.	.763
VAR00017	64.44	26.757	.549	.	.748
VAR00018	64.68	24.560	.735	.	.728

UJI NORMALITAS

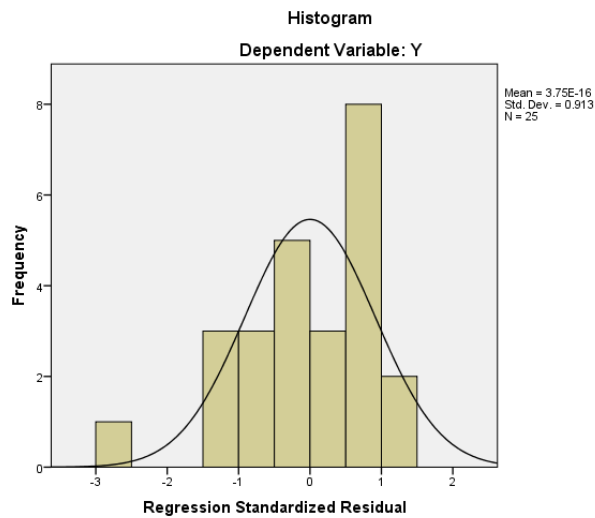
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Rata2	.128	25	.200*	.955	25	.329

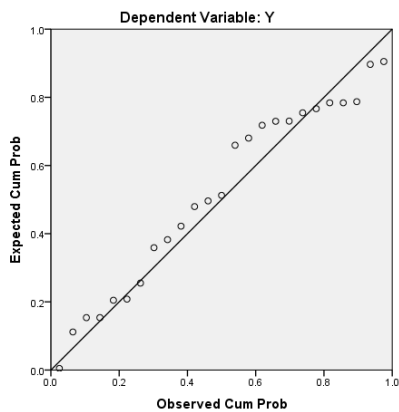
*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

UJI HISTOGRAM

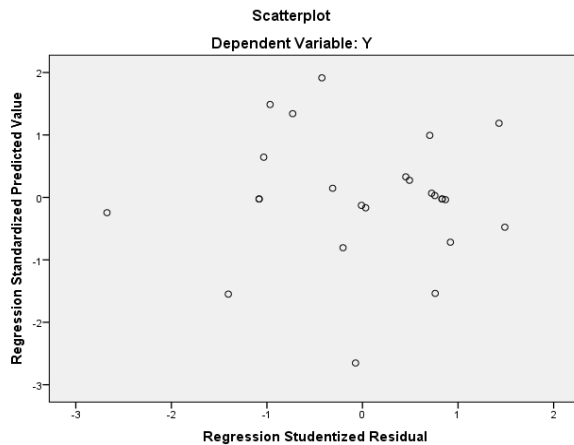


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



UJI ASUMSI KLASIK

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	<i>(Constant)</i>	,296	3,445		,086	,932		
	Tot_Periklanan	,229	,126	,321	1,813	,085	,682	1,467
	Tot_Promosi Penjualan	,607	,307	,359	1,976	0,62	,649	1,541
	Tot- <i>Personal Selling</i>	,107	,158	,111	,679	,505	,800	1,250
	Tot- <i>Public Relations</i>	,320	,147	,400	2,177	,042	,633	1,580



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.573	.487	1.107	2.185

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.573	.487	1.107	2.185

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.844	4	8.211	6.698	.001 ^b
	Residual	24.516	20	1.226		
	Total	57.360	24			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	,296	3,445		,086	,932
	Tot_Periklanan	,229	,126	,321	1,813	,085
	Tot_Promosi Penjualan	,607	,307	,359	1,976	0,62
	Tot- <i>Personal Selling</i>	,107	,158	,111	,679	,505
	Tot- <i>Public Relations</i>	,320	,147	,400	2,177	,042

LAMPIRAN IV

Skor Butir Koesioner																		
No	Periklanan_1	Periklanan_2	Periklanan_3	Periklanan_4	Promosi_1	Promosi_2	Personal_1	Personal_2	Personal_3	Personal_4	Public_1	Public_2	Public_3	Public_4	Keputusan_1	Keputusan_2	Keputusan_3	Keputusan_4
1	3	4	2	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4
2	3	4	2	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5	4	4	3	2	3	4	3	3	2	4	4	4	3
5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4
7	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
9	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
11	4	1	1	2	4	5	3	3	4	5	3	4	3	3	5	3	3	3
12	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	2	4	3	4	4
13	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	1	4	2	4	2
14	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4

16	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
17	3	4	2	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3
18	3	4	2	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3
19	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2
20	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4
22	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5
23	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3
24	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	2	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4

RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama Lengkap : Maisarah
2. Tempat dan tanggal lahir : Lambahong Selatan, 7 Nopember 1995
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status perkawinan : Belum Menikah
6. Alamat : Jl. Raya Amuntai-Paringin, Desa
Lambahong Selatan RT 02 No. 30 Kec.
Lambahong Kab. Balangan
7. Pendidikan : a. MIS Darussalam
b. MTsN Lambahong
c. MA NIPI RAKHA Amuntai
8. Organisasi : a. IMA Rakha Amuntai
b. KMB UIN Antasari Banjarmasin
c. LPPQ UIN Antasari Banjarmasin
9. Orang Tua
 - a. Ayah
 - Nama : Abdul Kadir
 - Pekerjaan : Petani
 - Alamat : Desa Lambahong Selatan, RT.02 N0. 30
kec. Lambahong kab. Balangan.

b. Ibu

Nama : Rahimah
Pekerjaan : Petani
Alamat : Desa Lampihong Selatan, RT.02 N0. 30
kec. Lampihong kab. Balangan.

Saudara : Anak keempat dari lima bersaudara

Saudara:

- Alpiannor SPd.I
- Sahliannor, SPd.I
- Rusmili Ulfah
- Hafidzatul Hasanah

Banjarmasin, 22 Mei 2017

Penulis


Maisarah