

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Eni Nur. "Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang." *Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang* (2019).
- Akmal Tarigan, Azhari, Muhammad Yafiz, Isnaini Harahap, Marliyah, Chuzaimah Batubara, M Ridwan, Nurlaila Harahap, et al. *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Medan: Febi Press UINSU, 2015.
- Ali, Zainudin. "Hukum Ekonomi Islam." h. 2. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Amanaturrohim, Hanifah, and Joko Widodo. "Pengaruh Pendapatan Dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap Kopi Di Kecamatan Candiroto Kabupaten Temanggung." *Economic Education Analysis Journal* 5, no. 2 (2016): 468.
- Anggraeni, Elly, and Khasan Setiaji. "Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): 172–180.
- Anggraini, Ranti Tri, and Fauzan Heru Santhoso. "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja." *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (2017): 131–140.
- Anggraini, Tuti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Untuk Membangun Wirausaha." *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2020).
- Anoraga, Bintang Jalasena, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy." *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 6, no. 2 (2018): 139.
- Arifin, Syamsul. "Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pengangguran, Dan Konsumsi, Dalam Bingkai Kesejahteraan Masyarakat" (2020).
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU, 2016.
- Cahyanti, Sri. "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating." *Tesis* (2021).
- Carissa, Ayu Faadillah. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)." *Skripsi* (2021).
- Daud Ali, Mohammad. "Sistem Ekonomi Islam Zakat Dan Wakaf." h. 17. Jakarta: UII Pres, 1988.
- Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia, and Cetakan Kedua. "Balai Pustaka." Jakarta, 1990.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP, 2009.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

- H Timotius, Chris. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Harahap, Isnaini, Yenni Samri Juliati Nasution, Marliyah, and Rahmi Syariza. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Prenada Media, 2017.
- Harahap, Rahmat Daim, Muhammad Ikhsan Harahap, Meilya Evita Syari, and Jl Willem Iskandar Pasar V Medan. "Pengaruh DAU Dan PAD Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dengan Belanja Daerah Sebagai Variabel Intervening." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 5 (2019): 247–260.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sykmana, and Nur Hikmatul Auliya. "Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif." *Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group* (2020).
- Hibaturrahman, Dhaifan, and Theodorus Wiyanto Wibowo. "Pengaruh Persepsi Profesi Guru, Pengalaman Mengajar/Plp, Dan Lingkungan Terhadap Minat Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknik Mesin Universitas Negeri Surabaya Menjadi Guru" (n.d.).
- Ikhsan, Arfan. "Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi Dan Manajemen." Citapustaka Media, 2014.
- Indonesia, Kementerian Agama Republik. *Al-Qur'an Terjemah Tafsir Bil Hadis*. Bandung: Cordoba, 2019.
- Indriyani, Eka. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan." *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* 10, no. 2 (2017): 333–348.
- Isa Beekum, Rafik. "Etika Bisnis Islam." h. 106. Yogyakarta: Pustakar Pelajar, 2004.
- Kotler, Philip. "Manajemen Pemasaran." h. 20. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005.
- Kristiani, Nuning. "Analisis Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 24, no. 2 (2017).
- Latifah, Imroatul. "Pengaruh Strategi Pemasaran, Nilai Sosial, Dan Lingkungan Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warunk Gacoan Tulungagung" (2021).
- Lodeng, Ahsan. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung)." UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Lubis K, Suhraqardi. "Hukum Ekonomi Islam." h. 13. Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Mannan Abdul, M. "Hukum Ekonomi Syariah." h. 6. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Misanam, Munrokhim. "Ekonomi Islam." h. 16. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Musfar, Tengku Firli, and Roy Hasanuddin. "Analisis Pengaruh Segmentasi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Dan Kepuasan Konsumen Jasa Simply Fresh Laundry Di Kota Pekanbaru." Riau University, 2013.
- Nauli Siagian, Fitri. "Pengaruh Lingkungan Sosial, Iklan, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Uin Sts Jambi." Magister pendidikan ekonomi, 2021.

- Octaviani C, Brillyan. "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012)." UII, 2016.
- Pendidikan, Eurika. "Pengertian Uji Validitas Dan Reliabilitas Secara Empirik."
- Riana, Irma. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- . "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis Tesis." *Tesis* (2019).
- Rianto AL- Arif, M. Nur. "Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek." h. 22. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Rivai, Veithzal. "Islamic Transaction Low in Business." h. 198. PT. Bumi Aksara, 2011.
- Rizwanto, Natak. "Analisis Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Daerah Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Jember Analysis." *Artikel Ilmiah Mahasiswa* (2016).
- S. Praja, Juhaya. "Ekonomi Syariah." h.114. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Shihab, M Quraish. "Tafsir Al-Misbah." *Jakarta: lentera hati 2* (2002).
- Sinulingga, Sukaria. *Metodologi Penelitian*. Medan: USU Press, 2015.
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Subagio, Subagio. "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 3, no. 3 (2019).
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*. Ekonisia, 2002.
- Sulianto. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.
- Suma Amin, M. "Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam." h. 47. Jakarta: Kholam Publishing, 2008.
- Supriyanto, Achmad Sani. "Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia." UIN-maliki Press, 2010.
- Syafina, Laylan. "Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi." Medan: Febi Press, 2018.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an*, 2012.
- Umar, Husein. "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua." *Jakarta: PT RajaGrafindo Persada* (2008).
- Wahidah, Nurul. "Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip UNTAN." *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa* 3, no. 2 (2013).
- Yafiz, Muhammad, Muhammad Arif, and Aqwa Naser Daulay. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU, 2016.
- Yani, Silvi. "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan." IAIN Pekalongan, 2020.
- Wawancara dengan Beberapa Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam FEBI UINSU.*

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN I

Kuisisioner Penelitian

**PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DI MASA
PANDEMI MENURUT EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan)**

Saya meminta untuk teman-teman bersedia menjawab beberapa pertanyaan yang ada pada angket ini. Data yang saya dapatkan dari teman-teman akan sangat membantu dalam proses penyusunan tugas akhir kuliah saya. Dan saya menjamin dan bertanggungjawab atas informasi yang teman-teman berikan hanya untuk keperluan akademis. Terima kasih atas bantuan dan perhatian teman-teman.

(Nurma Hasanah)

Cara Mengisi Angket

Cara mengisi angket ini ialah memilih salah satu jawaban yang sesuai menurut teman-teman untuk setiap pertanyaan pada lembaran daftar pertanyaan. Teman-teman cukup beri tanda centang (✓) pada kolom kode jawaban yang tersedia yaitu : SS, S, N, TS, dan STS. Berikut adalah score untuk setiap jawaban :

- | | |
|---------|-----------------------------|
| Score 1 | = Sangat Tidak Setuju (STS) |
| Score 2 | = Tidak Setuju (TS) |
| Score 3 | = Netral (N) |
| Score 4 | = Setuju (S) |
| Score 5 | = Sangat Setuju (SS) |

DATA DIRI RESPONDEN

Isilah data pribadi teman-teman, dengan menulis titik-titik dibawah ini :

Nama Responden :

Umur Responden :Tahun

Jenis kelamin :

Semester :



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR PERTANYAAN KUISIONER

1. GAYA HIDUP (X1)

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1	Suatu produk menjadi bagian penting dalam menunjang penampilan.					
2	Saya menggunakan produk yang mempunyai <i>brand</i> mewah setiap hari.					
3	Saya mengikuti perkembangan dunia tentang suatu produk yang sedang <i>trend</i> .					
4	Saya tertarik membeli produk imitasi karena memiliki bentuk model yang sama dengan produk <i>brand</i> mewah.					
5	Menurut saya perkembangan produk imitasi semakin mirip dengan produk original.					
6	Saya merasakan kepuasan setelah membeli dan menggunakan produk yang berkualitas dan bermerek.					
7	Menurut saya, harga yang dikenakan oleh suatu produk sesuai dengan kualitas produknya.					
8	Saya membeli produk karena saya membutuhkannya untuk menunjang aktivitas saya.					

2. MEDIA SOSIAL (X2)

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering membuka <i>marketplace</i> pada <i>social media</i> .					
2	Saya sering membuka <i>marketplace</i> pada <i>social media</i> sebanyak 4-5 kali dalam seminggu.					
3	Saya lebih suka berbelanja suatu produk di <i>marketplace</i> pada <i>social media</i> daripada membeli di toko.					
4	Saya tertarik membuka <i>olshop</i> pada <i>social media</i> .					
5	Saya tertarik pada suatu produk ketika mereka membuka pada <i>social media</i> .					
6	Teman-teman saya juga tertarik terhadap suatu produk ketika mereka <i>marketplace</i> pada <i>social media</i> .					
7	Dengan <i>social media</i> dapat mengetahui segala macam produk.					
8	Bisa memperoleh informasi tentang produk terbaru.					

3. LINGKUNGAN SOSIAL (X3)

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1	Teman-teman saya mendorong untuk menggunakan media sosial untuk berbelanja suatu produk.					
2	Saya berada di lingkungan yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi.					
3	Saya suka membeli suatu produk yang sedang diminati oleh banyak orang.					
4	Saya berada dalam lingkungan dimana sebuah penampilan merupakan hal yang penting.					
5	Lingkungan saya merupakan lingkungan yang tidak konsumtif.					
6	Nilai-nilai yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi saya untuk memilih suatu produk.					
7	Saya tidak terpengaruh dengan nilai-nilai yang berkembang di lingkungan saya.					
8	Keluarga dapat mempengaruhi saya dalam membeli suatu produk.					

1. PERILAKU KONSUMSI (Y)

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1	Mebeli produk karena adanya bujukan.					
2	Membeli produk karena <i>packaging</i> -nya unik.					
3	Membeli produk untuk menjaga <i>image</i> dan gensi.					
4	Membeli produk berdasarkan persepsi harga.					
5	Membeli produk untuk menjaga status sosial.					
6	Memakai produk karena mengidolakan model yang mempromosikan.					
7	Membeli suatu produk dikarenakan munculnya penilaian yang baik terhadap suatu produk.					
8	Keinginan membeli dua atau lebih produk yang sama dengan <i>brand</i> yang berbeda.					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN II

Tabel F, Tabel t, dan Tabel R

1. Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93

40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
92	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
93	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

2. Tabel t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508

50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

3. Tabel R

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306

20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN III

Hasil Uji SPSS

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup	94	21	40	32,93	3,768
Media Sosial	94	21	40	32,87	3,861
Lingkungan Sosial	94	21	40	33,33	3,578
Perilaku Konsumsi	94	24	40	33,48	3,202
Valid N (listwise)	94				

Hasil Uji Validitas

Items Pertanyaan	Variable	R-Hitung	R-Tabel (Tarf Sig. 5%)	Ket.
1	Gaya Hidup (X1)	0,674	0,200	Valid
2		0,731	0,200	Valid
3		0,563	0,200	Valid
4		0,717	0,200	Valid
5		0,556	0,200	Valid
6		0,692	0,200	Valid
7		0,608	0,200	Valid
8		0,609	0,200	Valid
1	Media Sosial (X2)	0,701	0,200	Valid
2		0,721	0,200	Valid
3		0,638	0,200	Valid
4		0,635	0,200	Valid
5		0,686	0,200	Valid
6		0,581	0,200	Valid
7		0,584	0,200	Valid
8		0,604	0,200	Valid
1	Lingkungan Sosial (X3)	0,577	0,200	Valid
2		0,451	0,200	Valid
3		0,586	0,200	Valid
4		0,616	0,200	Valid
5		0,638	0,200	Valid

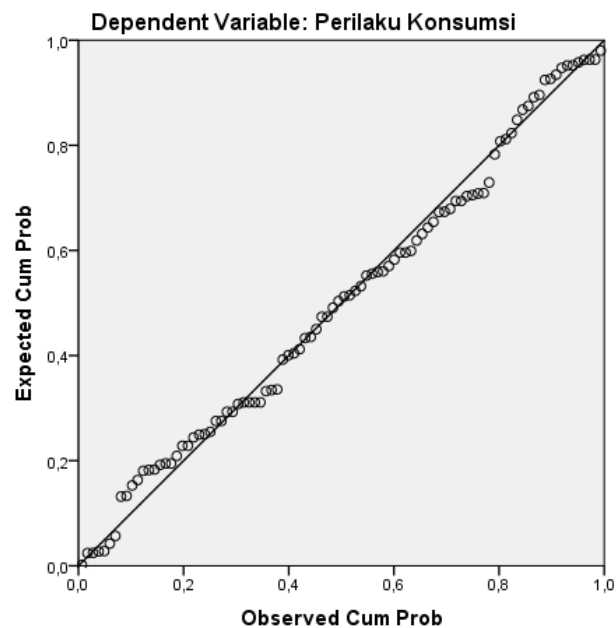
6	Perilaku Konsumsi (Y)	0,710	0,200	Valid
7		0,593	0,200	Valid
8		0,625	0,200	Valid
1		0,431	0,200	Valid
2		0,619	0,200	Valid
3		0,624	0,200	Valid
4		0,643	0,200	Valid
5		0,680	0,200	Valid
6	Perilaku Konsumsi (Y)	0,518	0,200	Valid
7		0,497	0,200	Valid
8		0,450	0,200	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Ket.
Gaya Hidup (X1)	0,794	0,60	Reliable
Media Sosial (X2)	0,791	0,60	Reliable
Lingkungan Sosial (X3)	0,739	0,60	Reliable
Perilaku Konsumsi (Y)	0,683	0,60	Reliable

Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov Smirnov

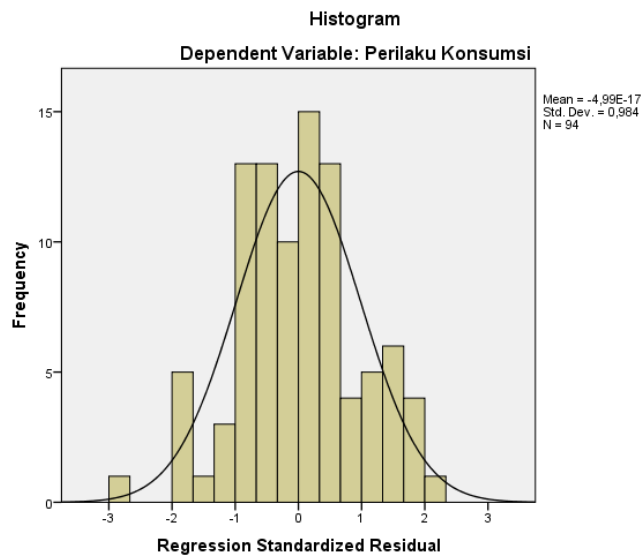
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,10699449
	Absolute	,064
Most Extreme Differences	Positive	,064
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,625
Asymp. Sig. (2-tailed)		,830

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

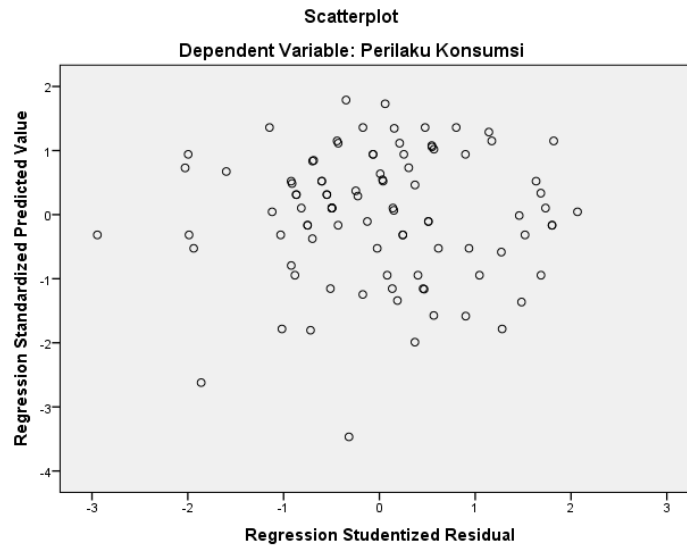
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinierity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28,045	3,070		9,136	,000	
	Gaya Hidup	,459	,323	,540	3,422	,008	,573 3,775
	Media Sosial	,342	,263	,412	4,299	,007	,204 9,624
	Lingkungan Sosial	,279	,303	,312	5,919	,000	,391 8,990

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinierity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28,045	3,070		9,136	,000		
	Gaya Hidup	,459	,323	,540	3,422	,008	,573	3,775
	Media Sosial	,342	,263	,412	4,299	,007	,204	9,624
	Lingkungan Sosial	,279	,303	,312	5,919	,000	,391	8,990

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinierity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28,045	3,070		9,136	,000		
	Gaya Hidup	,459	,323	,540	3,422	,008	,573	3,775
	Media Sosial	,342	,263	,412	4,299	,007	,204	9,624
	Lingkungan Sosial	,279	,303	,312	5,919	,000	,391	8,990

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55,690	3	18,563	5,861	,002 ^b
	Residual	897,768	90	9,975		
	Total	953,457	93			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Media Sosial, Gaya Hidup

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,242 ^a	,558	,457	3,158

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Media Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

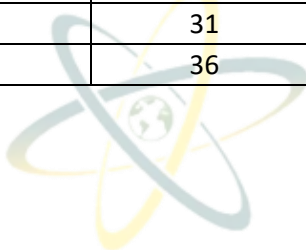
LAMPIRAN IV

Data Jawaban Responden

No. Responden	Gaya Hidup (X1)	Media Sosial (X2)	Lingkungan Sosial (X3)	Perilaku Konsumsi (Y)
1	39	39	39	38
2	33	34	33	39
3	34	35	34	34
4	32	35	34	35
5	34	36	35	35
6	31	33	33	36
7	37	37	36	33
8	29	29	30	37
9	35	35	36	29
10	35	36	36	35
11	33	34	35	36
12	31	32	33	34
13	32	33	34	32
14	39	39	39	33
15	34	34	34	39
16	38	38	38	34
17	32	34	34	38
18	30	31	31	34
19	32	33	33	31
20	35	36	36	33
21	40	40	40	36
22	39	39	39	40
23	31	31	32	39
24	30	30	31	31
25	32	32	32	30
26	34	34	34	32
27	32	32	32	34
28	33	33	33	35
29	37	37	37	35
30	31	31	31	33
31	31	31	32	31
32	34	34	34	32
33	36	36	36	39
34	38	38	38	34
35	30	30	32	38
36	35	35	35	32
37	32	32	33	30

38	31	31	32	32
39	34	34	35	35
40	32	32	33	40
41	31	31	32	39
42	31	31	32	31
43	28	28	29	30
44	34	34	34	32
45	34	34	34	34
46	36	36	36	32
47	33	33	33	33
48	27	27	27	37
49	35	35	35	31
50	35	35	35	31
51	26	26	26	34
52	29	29	29	36
53	29	29	29	38
54	29	29	29	30
55	38	38	38	35
56	36	36	36	32
57	36	36	36	31
58	28	28	28	34
59	35	35	35	32
60	34	34	34	31
61	28	28	28	31
62	38	38	38	28
63	40	40	40	34
64	36	36	36	34
65	25	25	25	36
66	28	28	28	33
67	32	32	32	27
68	31	31	31	35
69	33	33	33	35
70	21	21	21	26
71	25	25	25	29
72	38	38	38	37
73	40	40	40	31
74	34	34	34	32
75	29	29	29	34
76	31	31	31	36
77	32	32	32	38
78	32	32	32	24
79	31	31	31	27
80	29	29	29	33

81	40	40	40	37
82	32	32	32	34
83	36	32	36	32
84	30	30	37	34
85	30	23	31	30
86	30	27	32	33
87	38	33	36	33
88	35	37	34	32
89	36	34	32	30
90	28	29	32	28
91	36	33	35	34
92	34	31	33	35
93	29	31	32	36
94	37	36	37	33



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Nurma Hasanah
2. NIM : 0501182158
3. Tempat, Tgl. Lahir : Paluh Pakih, 10 Mei 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Pekerjaan : Mahasiswa
7. Status : Belum Menikah
8. Alamat : Dusun Bukit Desa Paluh Pakih Babussalam
Kecamatan Batang Serangan Kabupaten Langkat
9. No. HP : 0813-9628-8765
10. E-mail : nurmahasanah88@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan S1 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2022
2. Tamatan SMA Negeri 1 Wampu, Berijazah Tahun 2018
3. Tamatan SMP Swasta Al-Maksum Stabat, Berijazah Tahun 2015
4. Tamatan SD Negeri 054913 Paluh Pakih, Berijazah Tahun 2012

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. (2021-2022) Paguyuban Karya Salemba Empat (KSE) UIN Sumatera Utara
2. (2020-2021) Generasi Baru Indonesia (GenBI) 7.0
3. (2019-2021) Relawan Sahabat Nusantara
4. (2018-2021) Kelompok Studi Ekonomi Islam Universal Islamic Economic (KSEI UIE) UIN Sumatera Utara
5. (2018-2020) Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Al-Izzah UIN Sumatera Utara
6. (2018-2019) Himpunan Mahasiswa Kabupaten Langkat (HIMALA) UIN Sumatera Utara