

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y., Mulyati, T., & Yunansah, H. (2021). *Pembelajaran Literasi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Literasi Matematika, Sains, Membaca, dan Menulis*. Bumi Aksara.
- Akademik FEBI UIN SU. (2022). *No Title*.
- Anggraini, D. S. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). UIN Sulthan Thaha Saifuddin.
- Arviana, P. (2020). *Pengaruh Religiusitas dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daging Olahan (Studi Pada Konsumen Muslim Nadia Food Supplies Makassar)*. UIN Alauddin Makassar.
- Asy'ari, H. (2011). Kriteria Sertifikasi Makanan Halal Dalam Perspektif Ibnu Hazm dan MUI. *Skripsi*, 1–75.
- Azis, F. A. (2020). *Pengaruh Label halal MUI dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk di Alfamart oleh Masyarakat Kota Ungaran)*. IAIN Salatiga.
- Badan Litbang Diklat Kementerian Agama RI. (2016). *Makanan dan Minuman Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sains* (Vol. 15, Issue 2). Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Perkembangan Barang Impor Menurut Gol. Barang*. <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2021b). *Profil Perdagangan Indonesia*. <https://www.bps.go.id>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish

Publisher.

Fadila, C. T. (2019). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop di Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry.

Fajrina, N. (2020). “*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)*”. Universitas Negeri Islam Ar-Raniry.

Faradhilla, N. A. (2021). *Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening*. UIN Syarif Hidayatullah.

Farahdayana, R. T. (2021). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Griya Batrisyia Herbal Telanaipura*. UIN Sulthan Thana Saifuddin Jambi.

Farida, B. S., & Mahfud, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 348–356.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multiviarate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.

Harahap, I., Jualiati, Y. S., Marliyah, & Syahriza, R. (2017). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Kencana.

Hardani, Andriani, H., Ustiawat, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.

Imah, B. (2020). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap*

Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

- Imamuddin, M., Syahrul, S., & Dantes, R. (2020). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat. *KABILAH : Journal of Social Community*, 5(1), 14–25. <https://doi.org/10.35127/kbl.v5i1.3884>
- Imsar. (2020). Strategi Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1, 51.
- Imsar, Armayani, R. R., Daulay, A. N., Syahbudi, M., Manjasari, & Amelia, R. (2019). *Ekonomi Mikro Islam*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irham, M., Harahap, N., Kumala, R., Tarigan, A. A., & Yafiz, M. (2022). Perbandingan Teori Konsumsi Irving Fisher, M.A Mannan dan Monzer Kahf. *Edunomika*, 06(02).
- Jaya, I. (2018). *Penerapan Statistik Untuk Pendidikan*. Unitomo Press.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2022). *Literasi*. www.kbbi.kemdikbud.go.id.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/literasi>
- Kanusta, M. (2021). *Gerakan Literasi dan Minat Baca*. CV Azka Pustaka.
- Kurniadi, F. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Helm INK di Kabupaten Purworejo). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 46–53.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Kencana.
- Lestari, K. E., & Yudhanegara, M. R. (2017). *Penelitian Pendidikan Matematika*.

PT Refika Aditama.

Marpaung, M., Ridwan, M., Sriani, S., & S, P. R. (2021). Analisis Moderasi Religiusitas Pada Pengaruh Pendidikan, Pengalaman dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pemprov Sumut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02).

Mulyati. (2019). *Pengaruh Tingkat Literasi Halal dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin.

Nababan, E. C. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk Impor dan Buah Jeruk Lokal (Studi Kasus : Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan)*. Universitas Sumatera Utara.

Nabilah. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal Pada Kemasan Produk Makanan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil di Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3).

Padapi, A. (2021). *Pengembangan Produk Agribisnis*. Media Sains Indonesia.

Persetujuan Bersama DPRRI dan Presiden RI. (2014). *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal* (pp. 1689–1699).

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>

Purnasari, N., Taufik, M., Hasyim, F., Prasetyo, J. R., Husen, F., & Hadij, I. (2020). *Serba-Serbi Mindset Halal (Kajian Mencapai Produk Halalan Thayyiban di Indonesia)*. Guepedia.

Putri, I., Bayuni, E. M., & Srisusilawati, P. (2020). Pengaruh Literasi dan

- Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kaki Lima di Universitas Islam Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Qardhawi, Y. (2003). Halal Haram dalam Islam Terj. Wahid Ahmadi. In *Era Intermedia*. Era Intermedia.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. FEBI UINSU Press.
- Rahmi, S. S. (2018). *Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Di Pajus Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Raziqi, A. (2022). *Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman dalam Kemasan Pada Mahasiswa S1 Febi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq dan Universitas Islam Jember*. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq.
- Ronald, & Amelia. (2021). *Paradigma Nilai Pelanggan: Produk vs Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Rusydi, A. (2012). *Religiusitas dan Kesehatan Mental Studi Pada Aktivis Jama'ah Tabligh Jakarta Selatan*. Penerbit YPM.
- Salehudin, I. (2010). Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation. *SSRN Electronic Journal*, 2(June 2010).
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2004762>
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 92–102.
- Setyawati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16.
- Situs Resmi EKI UINSU. (2022). *Situs Resmi Ekonomi Islam UIN Sumatera*

Utara. <https://eki.febi.uinsu.ac.id/>

- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sukiati. (2017). *Metodologi Penelitian Sebuah Pengantar*. In *Medan*, CV Manhaji. CV Manhaji.
- Suroso, A. (2008). *Psikologi Islam: Solusi Islam dan Problem-Problem Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Syahrum, & Salim. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Ciptapustaka.
- Tarigan, A. A. (2019). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. FEBI UINSU Press.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal. *Jurnal EKOBIS*, 20(1).
- Wahyuni, I. N., Hakim, L., & Wiedy Murtini. (2018). Effectiveness of Education Module Implementation on Increasing Islamic Financial Literacy and Halal Literacy of MSMEs Perpetrators. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 10(1), 51–58. <https://doi.org/10.15294/jda.v10i1.12516>
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Yaumidin, U. K. (2014). *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Produsen Dalam Memproduksi Produk Halal*. LIPI Press.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. IPB Press.
- Zeyf, F. W. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Kemasan Impor (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. Petunjuk pengisian kuesioner

1. Jawablah seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
2. Sebelum mengisi kuesioner dimohon untuk mengisi pertanyaan mengenai data diri anda terlebih dahulu.
3. Isilah kolom pertanyaan dengan menggunakan tanda (X) pada kolom yang tersedia.
4. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

C. Daftar Pertanyaan

1. Literasi Halal (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengerti hukum halal.					
2	Mengonsumsi makanan dan minuman yang halal adalah hal yang penting bagi saya.					
3	Saya merasa sudah bisa membedakan mana makanan dan minuman yang diharamkan oleh Islam.					
4	Saya paham kriteria makanan dan minuman yang halal menurut Islam.					
5	Saya selalu memperhatikan kehalalan produk makanan dan minuman impor saat akan membelinya.					

6	Sertifikasi halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan dan minuman impor.					
---	---	--	--	--	--	--

2. Label Halal (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sudah mengetahui tentang label halal yang resmi dikeluarkan oleh LPPOM MUI.					
2	Menurut saya pencantuman label halal dalam produk makanan dan minuman kemasan impor sangat penting agar konsumen merasa aman dan mengetahui terjamin tidaknya produk tersebut.					
3	Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar label halal pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk makanan dan minuman kemasan impor.					
4	Saya percaya produk makanan dan minuman kemasan impor yang berlabel halal telah diproses sesuai syariat Islam.					
5	Saya percaya produk makanan dan minuman kemasan impor yang berlabel halal memiliki bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi atau sudah teruji oleh BPOM.					
6	Saya percaya produk makanan dan minuman kemasan impor yang berlabel halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI.					
7	Saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk makanan dan minuman impor kemasan.					
8	Saya lebih memilih produk makanan dan minuman kemasan impor yang berlabel halal daripada yang tidak memiliki label halal.					

3. Kualitas Produk (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa produk makanan dan minuman kemasan impor memiliki daya tahan yang lama.					
2	Saya merasa produk makanan dan minuman kemasan impor memiliki tanggal kadaluarsa yang lama.					
3	Saya merasa produk makanan dan minuman kemasan impor terdapat beraneka jenis dan bahannya berkualitas.					
4	Menurut saya produk makanan dan minuman kemasan impor memenuhi kebutuhan sesuai dengan keinginan konsumen.					
5	Menurut saya produk makanan dan minuman kemasan impor memiliki kesesuaian spesifikasi dengan keinginan para konsumen.					
6	Menurut saya isi produk makanan dan minuman kemasan impor sesuai dengan yang tertera pada kemasan.					
7	Menurut saya produk makanan dan minuman kemasan impor memiliki desain kemasan yang aman, menarik, dan mudah diingat.					
8	Saya merasa kemasan dari produk makanan dan minuman kemasan impor mampu menarik perhatian konsumen.					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli produk makanan dan minuman kemasan impor karena sudah berlabel halal.					
2	Setelah mengevaluasi informasi yang saya terima mengenai kehalalan dan kebersihan produk, saya memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan impor.					
3	Saya membeli produk makanan dan minuman kemasan impor karena menyukai merek produk tersebut.					

4	Saya membeli produk makanan dan minuman kemasan impor karena popularitas mereknya.					
5	Saya membeli produk makanan dan minuman kemasan impor berdasarkan kebutuhan/sesuai dengan apa yang saya inginkan.					
6	Dalam agama saya diwajibkan untuk mengonsumsi produk makanan dan minuman yang berlabel halal.					
7	Saya membeli produk makanan dan minuman kemasan impor karena direkomendasikan oleh orang lain.					
8	Promosi mengenai produk makanan dan minuman kemasan impor mempengaruhi saya untuk membeli produk tersebut.					

5. Religiusitas (Z)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya akan adanya keberadaan Allah SWT, Rasul-Nya, dan Malaikat-Nya.					
2	Saya percaya bahwa al-Qur'an adalah firman Allah sehingga isi dari al-Qur'an tersebut benar.					
3	Saya selalu mengonsumsi makanan dan minuman yang sudah teruji kehalalannya.					
4	Saya membeli produk makanan dan minuman berlabel halal karena mengamalkan isi al-Qur'an tentang mengonsumsi yang halal.					
5	Saya mengonsumsi produk makanan dan minuman berlabel halal karena membuat hati tenang.					
6	Saya mengonsumsi produk makanan dan minuman halal sebagai bentuk ketaatan kepada Allah.					
7	Saya membeli produk makanan dan minuman berlabel halal karena mengetahui tentang halal dan haram.					
8	Saya membeli produk makanan dan minuman yang halal karena					

	pengetahuan saya terhadap ajaran pokok Islam.					
--	---	--	--	--	--	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner

No	Literasi Halal (X1)						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	5	5	5	5	29
3	4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	5	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	5	5	5	5	4	28
10	4	5	5	5	5	5	29
11	4	5	5	5	5	5	29
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	5	5	5	5	4	28
14	4	5	5	5	5	5	29
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	5	5	5	5	4	28
17	5	5	5	5	5	4	29
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	5	5	5	5	5	29
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	5	4	5	5	5	28
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	5	5	5	4	28
29	4	5	5	5	5	5	29
30	4	4	5	5	4	4	26
31	4	4	5	5	5	4	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	5	5	5	5	4	28
34	4	5	5	5	5	4	28
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	5	5	5	5	4	28

38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	5	5	5	5	5	29
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	5	5	4	26
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	5	5	5	5	4	28
46	4	4	5	5	5	4	27
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	5	5	5	5	5	29
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	5	5	5	5	5	29
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	5	5	5	5	4	28
54	4	5	5	4	5	4	27
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	5	5	5	5	5	29
57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	5	5	5	5	4	28
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	5	5	5	5	5	29
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	5	5	5	5	5	29
67	4	5	5	5	5	4	28
68	4	5	5	5	5	5	29
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	5	5	5	5	5	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30

No	Label Halal (X2)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	4	2	4	4	5	4	30
2	5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	5	5	4	4	4	4	4	5	35
4	3	5	5	4	3	4	4	4	32
5	5	5	5	4	3	4	5	5	36
6	5	4	4	4	4	3	4	4	32
7	5	5	5	5	5	5	4	4	38
8	5	5	5	4	4	4	5	4	36
9	5	5	5	4	4	5	5	5	38
10	5	5	5	4	5	4	4	4	36
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	3	4	4	4	5	35
13	4	5	5	4	4	4	5	5	36
14	5	5	4	4	4	5	4	4	35
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	5	4	4	5	5	5	38
18	5	5	4	4	3	3	4	4	32
19	4	5	5	4	3	3	5	4	33
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	4	4	5	38
22	5	5	5	4	4	5	5	5	38
23	5	5	5	4	5	5	5	5	39
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	5	5	5	5	3	4	37
26	4	5	5	4	4	4	5	4	35
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	4	5	4	5	4	4	5	4	35
30	5	4	5	5	4	5	5	5	38
31	5	5	5	5	4	5	5	5	39
32	5	5	5	4	5	5	5	5	39
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	3	4	5	5	5	37
37	4	5	5	5	5	5	5	4	38
38	4	5	5	3	4	4	5	5	35
39	5	3	4	4	4	4	4	4	32

40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	4	3	4	5	5	36
42	5	5	4	4	4	3	4	5	34
43	4	5	4	5	5	4	5	5	37
44	4	4	4	3	5	4	5	3	32
45	5	5	5	4	4	4	5	4	36
46	5	5	5	5	5	4	4	5	38
47	4	5	5	5	5	4	5	5	38
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	4	5	5	5	5	39
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	5	4	4	3	3	3	30
52	4	5	5	4	4	5	5	5	37
53	5	5	5	4	5	5	5	5	39
54	5	5	5	4	5	5	5	5	39
55	3	4	3	3	4	5	4	5	31
56	5	5	5	4	5	5	5	5	39
57	5	5	5	4	5	4	5	5	38
58	4	4	5	5	5	5	5	5	38
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	4	4	4	3	4	4	4	32
62	5	5	5	4	5	5	5	5	39
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	5	5	5	5	5	4	4	37
65	5	4	5	5	5	5	4	4	37
66	5	5	5	4	5	5	5	5	39
67	5	5	4	5	5	5	5	5	39
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	5	5	4	3	4	5	5	36
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	5	4	4	4	5	5	37
72	5	5	5	5	5	4	5	5	39
73	5	5	5	5	4	4	5	5	38
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	4	3	5	5	37

No	Kualitas Produk (X3)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	3	2	3	2	26
2	3	3	4	4	4	3	4	4	29
3	3	3	4	4	4	4	3	4	29
4	5	5	3	3	4	4	1	5	30
5	4	4	4	4	4	5	4	4	33
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	4	5	4	38
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	3	4	4	31
11	3	3	3	4	5	4	4	5	31
12	5	4	5	4	5	5	5	5	38
13	4	4	4	3	4	4	4	4	31
14	4	4	4	4	4	4	3	3	30
15	2	2	5	5	5	5	5	5	34
16	4	4	4	5	5	4	5	5	36
17	4	5	3	3	4	4	5	5	33
18	4	4	4	3	4	4	5	5	33
19	4	3	4	5	4	4	5	5	34
20	4	4	4	4	4	4	4	5	33
21	4	4	3	3	3	5	4	5	31
22	3	4	5	5	4	5	5	5	36
23	4	4	5	5	5	5	5	5	38
24	5	1	5	5	5	5	5	3	34
25	5	5	5	5	5	4	4	4	37
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	4	4	4	4	4	5	5	5	35
28	4	4	4	3	3	3	4	4	29
29	3	3	4	4	4	4	4	4	30
30	5	4	5	5	5	5	5	4	38
31	3	3	4	4	3	4	3	5	29
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	5	4	5	5	4	5	3	36
34	3	3	5	4	3	4	5	5	32
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	4	5	3	4	3	3	4	30
38	2	3	3	3	3	3	3	3	23
39	4	3	4	3	3	3	5	5	30

40	4	4	3	4	4	4	5	5	33
41	3	3	4	3	4	4	5	5	31
42	3	4	4	3	3	4	4	4	29
43	2	3	3	3	4	3	5	5	28
44	3	3	5	4	4	2	5	4	30
45	3	5	5	5	5	5	4	4	36
46	4	5	5	5	5	5	5	5	39
47	4	3	4	4	4	4	4	5	32
48	3	3	4	2	2	3	3	4	24
49	4	3	4	3	4	4	4	4	30
50	4	5	4	5	5	4	5	5	37
51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	4	5	4	5	5	35
54	4	5	5	5	4	5	5	5	38
55	4	3	5	4	3	4	4	4	31
56	2	3	3	3	3	3	5	5	27
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	3	4	4	5	3	4	3	3	29
59	3	3	4	4	4	3	4	4	29
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	3	5	5	5	4	4	5	35
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	2	4	4	4	4	4	5	32
64	5	3	3	4	4	3	3	4	29
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	4	4	4	3	3	3	4	4	29
68	5	3	4	5	5	5	5	5	37
69	3	3	4	4	4	5	4	4	31
70	3	4	5	5	5	4	5	5	36
71	2	2	4	4	5	5	5	5	32
72	4	4	5	5	5	5	5	5	38
73	4	4	5	4	4	4	5	4	34
74	4	3	4	4	5	5	5	5	35
75	4	4	4	4	5	5	5	5	36

No	Keputusan Pembelian (Y)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	2	3	3	3	4	5	2	26
2	4	4	4	3	4	5	3	4	31
3	5	3	3	3	3	3	3	3	26
4	5	5	4	4	1	5	1	5	30
5	4	4	4	3	5	5	3	3	31
6	5	5	5	4	5	3	4	4	35
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	4	4	4	5	37
9	4	4	3	4	4	5	4	4	32
10	4	4	4	4	5	5	3	3	32
11	5	4	3	4	3	5	4	5	33
12	3	4	5	4	3	5	4	4	32
13	4	3	3	5	3	5	3	5	31
14	4	4	3	3	3	5	3	3	28
15	5	5	5	2	5	5	2	2	31
16	2	4	5	4	5	5	5	5	35
17	4	3	3	3	5	5	3	4	30
18	5	5	2	2	5	5	2	4	30
19	4	4	4	5	5	5	4	4	35
20	5	4	5	5	5	5	3	5	37
21	4	4	3	4	5	4	5	5	34
22	5	4	4	4	5	5	4	5	36
23	5	5	3	5	3	5	4	5	35
24	5	5	5	3	5	5	3	5	36
25	5	5	3	3	4	5	3	5	33
26	4	5	4	4	5	5	3	3	33
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	4	4	4	4	5	5	5	36
29	5	4	5	4	4	4	4	5	35
30	5	4	5	5	5	4	4	5	37
31	5	4	4	4	4	5	3	3	32
32	5	4	4	4	5	5	3	5	35
33	3	3	3	3	5	5	4	3	29
34	5	5	2	3	5	5	4	5	34
35	5	5	4	5	5	5	5	5	39
36	3	4	4	4	4	5	4	5	33
37	5	5	5	4	5	5	4	4	37
38	5	5	4	4	4	5	2	3	32
39	4	5	3	4	3	3	3	5	30

40	4	5	5	4	4	5	3	3	33
41	4	5	4	4	4	4	4	4	33
42	5	4	4	4	4	5	3	4	33
43	4	5	4	4	4	5	3	5	34
44	5	5	4	4	4	5	2	5	34
45	4	3	3	3	5	5	4	4	31
46	3	4	2	2	5	5	4	5	30
47	5	5	4	3	5	5	4	4	35
48	5	4	3	4	5	5	3	4	33
49	3	4	3	3	4	4	3	3	27
50	5	4	2	2	3	5	3	4	28
51	4	4	4	5	3	4	3	3	30
52	5	5	5	5	4	5	5	4	38
53	5	4	4	4	5	5	4	4	35
54	4	4	3	4	4	5	4	3	31
55	3	4	4	3	5	3	3	5	30
56	4	4	2	5	5	1	2	4	27
57	5	5	3	3	4	5	3	4	32
58	3	4	4	5	4	5	5	5	35
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	4	5	5	5	5	39
61	4	5	4	4	3	5	5	4	34
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	3	4	3	4	5	5	2	5	31
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	3	3	4	5	3	4	32
67	5	3	3	2	3	5	2	4	27
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	5	5	5	4	4	4	4	36
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	2	5	5	5	5	5	37
72	5	5	4	4	5	5	5	5	38
73	5	5	4	2	5	5	5	5	36
74	5	5	5	3	5	5	4	5	37
75	5	5	5	4	5	5	5	5	39

No	Religiusitas (Z)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	4	4	4	3	5	4	34
2	5	5	4	4	4	3	4	3	32
3	5	5	5	4	3	5	4	4	35
4	5	5	3	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
6	5	5	4	4	4	4	5	5	36
7	5	5	4	4	3	5	4	3	33
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	5	5	5	5	5	5	4	38
10	5	5	4	4	4	5	4	4	35
11	5	5	5	5	4	4	5	4	37
12	4	5	5	5	4	4	5	5	37
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	3	4	4	4	35
15	5	5	5	4	3	4	3	3	32
16	5	5	4	5	5	5	5	5	39
17	5	5	4	5	5	5	5	4	38
18	5	5	5	5	4	4	4	4	36
19	5	5	5	5	4	4	4	4	36
20	5	5	5	4	5	5	5	5	39
21	5	5	5	5	4	5	5	5	39
22	5	5	5	5	5	5	4	4	38
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	5	5	3	4	4	4	35
26	5	4	5	5	5	4	5	5	38
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	4	5	5	39
29	5	5	4	5	5	5	5	5	39
30	5	4	5	5	5	5	4	4	37
31	5	5	5	4	5	5	5	5	39
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	4	4	4	3	4	4	4	32

40	5	5	5	5	4	4	4	4	36
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	3	4	4	4	35
43	5	5	4	5	5	5	5	5	39
44	5	4	5	4	5	5	5	5	38
45	4	5	5	5	4	5	4	4	36
46	5	5	3	5	5	5	5	5	38
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	4	4	5	4	4	5	5	35
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	5	5	5	4	4	3	2	32
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	4	5	4	5	4	4	5	35
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	4	5	5	5	5	4	4	36
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	4	5	5	4	4	5	4	36
65	5	5	5	5	5	5	5	4	39
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	4	5	5	5	5	5	5	39
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	4	4	38
75	5	4	5	5	5	5	5	4	38

Lampiran 3 Hasil Output SPSS

Uji Validitas Literasi Halal X1

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Total
Item_1 Pearson Correlation	1	.268*	.187	.131	.131	.547**	.823**
Sig. (2-tailed)		.020	.109	.262	.262	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75
Item_2 Pearson Correlation	.268*	1	.329**	-.028	.490**	.438**	.630**
Sig. (2-tailed)	.020		.004	.814	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75
Item_3 Pearson Correlation	.187	.329**	1	-.019	-.019	.108	.359**
Sig. (2-tailed)	.109	.004		.870	.870	.356	.002
N	75	75	75	75	75	75	75
Item_4 Pearson Correlation	.131	-.028	-.019	1	-.014	.215	.252*
Sig. (2-tailed)	.262	.814	.870		.908	.064	.029
N	75	75	75	75	75	75	75
Item_5 Pearson Correlation	.131	.490**	-.019	-.014	1	.215	.365**
Sig. (2-tailed)	.262	.000	.870	.908		.064	.001
N	75	75	75	75	75	75	75
Item_6 Pearson Correlation	.547**	.438**	.108	.215	.215	1	.832**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.356	.064	.064		.000
N	75	75	75	75	75	75	75
Total Pearson Correlation	.823**	.630**	.359**	.252*	.365**	.832**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.029	.001	.000	
N	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Uji Validitas Label Halal X2

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Total	
Item_1	Pearson Correlation	1	.304**	.353**	.368**	.244*	.233*	.121	.371**	.576**
	Sig. (2-tailed)		.008	.002	.001	.035	.044	.302	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_2	Pearson Correlation	.304**	1	.508**	.279*	.181	.203	.371**	.457**	.588**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.015	.120	.080	.001	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_3	Pearson Correlation	.353**	.508**	1	.359**	.281*	.308**	.355**	.308**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.002	.015	.007	.002	.007	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_4	Pearson Correlation	.368**	.279*	.359**	1	.496**	.332**	.123	.240*	.665**
	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.002		.000	.004	.294	.038	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_5	Pearson Correlation	.244*	.181	.281*	.496**	1	.591**	.192	.241*	.685**
	Sig. (2-tailed)	.035	.120	.015	.000		.000	.099	.038	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_6	Pearson Correlation	.233*	.203	.308**	.332**	.591**	1	.345**	.394**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.044	.080	.007	.004	.000		.002	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_7	Pearson Correlation	.121	.371**	.355**	.123	.192	.345**	1	.522**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.302	.001	.002	.294	.099	.002		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_8	Pearson Correlation	.371**	.457**	.308**	.240*	.241*	.394**	.522**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.007	.038	.038	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Total	Pearson Correlation	.576**	.588**	.638**	.665**	.685**	.705**	.562**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Total	Pearson	.656**	.610**	.695**	.795**	.827**	.777**	.668**	.536**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

Validitas Keputusan Pembelian Y

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Total
Item_1	1	.434**	.207	.117	.054	.134	.047	.173	.444**
		.000	.074	.317	.644	.251	.692	.138	.000
		75	75	75	75	75	75	75	75
Item_2	.434**	1	.391**	.239*	.197	.152	.152	.342**	.614**
	.000		.001	.039	.090	.193	.192	.003	.000
	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_3	.207	.391**	1	.439**	.231*	.139	.347**	.177	.680**
	.074	.001		.000	.046	.234	.002	.129	.000
	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_4	.117	.239*	.439**	1	.066	-.091	.392**	.345**	.599**
	.317	.039	.000		.572	.435	.000	.002	.000
	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_5	.054	.197	.231*	.066	1	.076	.328**	.191	.490**
	.644	.090	.046	.572		.517	.004	.100	.000
	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_6	.134	.152	.139	-.091	.076	1	.162	.104	.333**
	.251	.193	.234	.435	.517		.165	.375	.003
	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_7	.047	.152	.347**	.392**	.328**	.162	1	.351**	.669**
	.692	.192	.002	.000	.004	.165		.002	.000

Item_6	Pearson Correlation	.185	.171	.160	.334**	.604**	1	.425**	.484**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.112	.143	.170	.003	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_7	Pearson Correlation	.276*	.093	-.011	.334**	.644**	.425**	1	.818**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.017	.426	.922	.003	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Item_8	Pearson Correlation	.232*	.062	.091	.299**	.628**	.484**	.818**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.045	.597	.436	.009	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Total	Pearson Correlation	.338**	.276*	.329**	.565**	.812**	.729**	.796**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.017	.004	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Reliabilitas Literasi Halal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.604	6

Reliabilitas Label Halal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	8

Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	8

Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	8

Reliabilitas Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.99528061
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.039
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-30.147	13.164		-2.290	.025		
	X1	.964	.358	.264	2.691	.009	.933	1.072
	X2	.425	.143	.315	2.964	.004	.792	1.262
	X3	.232	.084	.275	2.750	.008	.895	1.117
	Z	.320	.167	.202	1.917	.059	.810	1.234

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.891	7.771		.887	.378
	X1	-.196	.212	-.113	-.927	.357
	X2	.054	.085	.084	.633	.529
	X3	.041	.050	.102	.819	.416
	Z	-.056	.098	-.074	-.570	.571

a. Dependent Variable: ABS_RES

SUMATERA UTARA MEDAN

Uji T Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-20.813	12.459		-1.670	.099
	X1	.909	.364	.249	2.497	.015
	X2	.519	.137	.385	3.783	.000
	X3	.261	.085	.310	3.087	.003

a. Dependent Variable: Y

Uji F Regresi Berganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358.382	3	119.461	12.138	.000 ^b
	Residual	698.765	71	9.842		
	Total	1057.147	74			

a. Dependent Variable: Y

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

Uji R Square Regresi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 ^a	.339	.311	3.13716

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

Uji T Moderasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	557.384	260.352		2.141	.036
	X1	-16.231	8.090	-4.441	-2.006	.049
	X2	-4.352	2.038	-3.231	-2.135	.036
	X3	3.186	1.370	3.778	2.326	.023
	Z	-15.024	6.767	-9.477	-2.220	.030
	X1Z	.446	.210	9.019	2.126	.037
	X2Z	.127	.054	5.382	2.329	.023
	X3Z	-.077	.036	-4.146	-2.156	.035

a. Dependent Variable: Y

Uji F Moderasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	470.453	7	67.208	7.675	.000 ^b
	Residual	586.694	67	8.757		
	Total	1057.147	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3Z, X1, X2, Z, X3, X2Z, X1Z

Uji R Square Moderasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.387	2.95916

a. Predictors: (Constant), X3Z, X1, X2, Z, X3, X2Z, X1Z

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Adila Husna
NIM : 0501182120
Tempat/Tanggal Lahir : Lubuk Pakam, 01 Mei 2001
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Sultan Hasanuddin Lubuk Pakam

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan MIS Nurul Hasanah Lubuk Pakam Berijazah Tahun 2012
2. Tamatan MTsN 2 Deli Serdang Berijazah Tahun 2015
3. Tamatan MAN 2 Deli Serdang Berijazah Tahun 2018



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN