

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, L. P. M. (2005). *Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Syaamil Cipta Media.
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Ariyadi, S. H. I. (2018). *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah: Sebuah Metode Istinbath Hukum Ibnu Taimiah Tentang Menemukan Hukum Jual Beli Online*. Diandra Kreatif.
- Arizal, A., Sukmana, R. A., Ulfah, Y., Shaddiq, S., & Zainul, M. (2021). *Strategi Pemanfaatan Facebook Marketplace dalam Manajemen Periklanan*. Syntax Idea, 3(6), 1278-1289.
- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cahya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). *Memfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19*. Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, 4(3), 503-510.
- Chairina, C., Harahap, I., & Nst, Y. S. J. (2020). Analisis Loyalitas Pelanggan Muslim Berbelanja Fashion Pada Pasar Inpres I di Kisaran. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(7).
- Dewi, M. N. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata*. Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA, 3(3), 1-3.
- Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Dominikus, J., & Sulianta, F. (2010). *Hitam Putih Facebook*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Etta dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan pertama*.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Hamdun, N., Marliyah, M., & Nurbaiti, N. (2022). *Strategi Pelaku Bisnis Electronic Commerce (E-Commerce)*. *Journal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 1(2), 60-67.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN, 979(015.1).
- Islam, D. A. (1990). *Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta: Asy-Syarif.
- Jayanti, R. D. (2015). *Pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada harapan Maulina hijab Jombang)*. Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 10(1).
- Juliandi, A., & Irfan, I. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*. M2000, Medan.
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kartika, R. P., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). *Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Lexy, J. M. (2002). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 50336-1071.
- Marbun, T. D., & Jannah, N. (2022). *Strategi Manajemen Resiko dalam Upaya Mengatasi Pembiayaan Murabahah Bermasalah pada PT. BPRS Puduarta Insani Cabang Uinsu*. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 71-89.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumsi jilid 1 edisi ke 5*.
- Muna, N., & Aslami, N. (2021). *Pentingnya Mengimplementasikan Tanggung Jawab Sosial Dan Etika Bisnis Terhadap Konsumen E-Commerce (Studi Kasus Shopee Online Shop)*. *ITTIHAD*, 5(2).

- Nilarisma, M., & Sameul, H. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi, Terhadap pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, (1), 1-13.
- Ningsih, E. R. (2010). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Nora Media Enterprise, Kudus.
- Nst, W., Yafiz, M., & Ramadhani, S. (2021). DAMPAK BISNIS FASHION ONLINE TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR PETISAH MEDAN. *Islamic Circle*, 2(2), 32-46.
- Nugraheni, P. N. A. (2003). *Perbedaan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja ditinjau dari lokasi tempat tinggal*. Skripsi (tidak diterbitkan).
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku konsumen*.
- Putra, S. R. (2013). *Tips-tips Jitu Mencetak Siswa Juara Olimpiade Sejak Dini*.
- Rahmat, I., Sa'adah, L., & Aprillia, D. (2020). *Faktor Kompensasi, Motivasi dan Disiplin Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi pada Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang)*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- REZA, P. (2021). *Konsep Multikulturalisme Perspektif Kh Abdurrahman Wahid (Gus Dur) Dan Relevansinya Dengan Pendidikan Islam Kontemporer (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)*.
- Rianto, Riki. (2021). *Jadikan Al-Quran Penuntun Hidup, 50 Perintah Allah Pada Manusia Yang Tercatat Di Dalam Al-Quran*: Guepedia, 83.
- Robbins, S. P. (2002). *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*.
- Sawlani, D. K., & SE, M. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Schiffman, Leon, dan Kanuk, Wesle Lazar. (2004). *Consumer Behavior. 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT.Indeks.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*.

- Setiawan, D. (2012). *Gaya Hidup Punklung (Studi Kasus pada Komunitas Punklung di Cicalengka, Bandung)*. Journal of Social and Industrial Psychology, 1(2).
- Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E. (2021). *Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli*. Jurnal Ekbis, 22(1), 28-41.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumiati, S. (2014). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*. jmm17, 1(02).
- Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Group.
- Susminingsih, Dr. (2014). *Etika Bisnis Islam*. UIN SA Press, 151.
- Syaekhu, A. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan*. Zahir Publishing. Tim Redaksi, B. I. P. (2017). *KUHPer (Kitab Undang-undang Hukum Perdata)*. Jakarta: Bhuna Ilmu Populer.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: Rajawali, 42.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal 164.
- Uno, H. B. (2007). *Teori Motivasi & Pengukurannya*.

## Lampiran 1

### KUESIONER PENELITIAN

#### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Agama :
4. Jenis kelamin :



#### B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom isian yang tersedia. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Penelitian dapat dilakukan berdasarkan Skala berikut ini:

Opsi Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

#### C. Daftar Pernyataan

##### 1. Variabel Motivasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli produk di <i>facebook marketplace</i> atas arahan dari teman saya					
2.	Saya membeli produk di <i>facebook marketplace</i> karena melihat teman saya membelinya					
3.	Dengan menggunakan <i>social media</i> saya					

	menjadi tahu bahwa ada <i>facebook marketplace</i>					
4.	Banyak orang yang percaya belanja di <i>facebook marketplace</i>					

## 2. Variabel Gaya Hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Banyak orang yang berbelanja <i>online</i> di <i>facebook marketplace</i>					
2.	<i>Facebook marketplace</i> adalah tempat belanja <i>online</i> favorit saya					
3.	Berbelanja <i>online</i> sangat memudahkan saya dalam memenuhi kebutuhan					
4.	Tidak semua barang yang <i>second</i> , <i>facebook marketplace</i> juga menjual barang yang baru					

## 3. Variabel Kepercayaan Konsumen

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berbelanja di <i>facebook marketplace</i> karena saya yakin semua barangnya bagus					
2.	<i>Facebook marketplace</i> adalah tempat belanja <i>online</i> yang terpercaya					
3.	Adanya <i>facebook marketplace</i> saya jadi tahu produk apa saja yang dijual didalamnya					
4.	Apakah anda setuju bahwa yang dijual di <i>facebook marketplace</i> menggunakan <i>real picture</i>					

#### 4. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Apakah menurut anda layak untuk berbelanja di <i>facebook marketplace</i>					
2.	Saya berbelanja di <i>facebook marketplace</i> karena murah					
3.	Apakah anda setuju bahwa banyak yang tertipu ketika membeli barang di <i>facebook marketplace</i>					
4.	Saya memutuskan membeli barang di <i>facebook marketplace</i> karena kemauan diri saya sendiri					

## Lampiran 2

### TABULASI DATA KUESIONER

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	5	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	3	5	3
3	5	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
6	5	4	4	5	5	3	5	4
7	4	5	4	4	4	3	4	4
8	5	5	5	5	5	4	4	4
9	5	5	4	4	4	3	3	4
10	5	5	4	5	5	4	5	4
11	5	4	5	5	5	4	4	4
12	5	5	4	5	5	4	4	5
13	4	5	4	5	5	4	5	4
14	5	5	5	5	5	3	4	5
15	5	5	5	5	5	4	4	4
16	5	5	5	4	4	4	4	4
17	5	5	5	4	4	4	4	3
18	5	5	4	5	5	3	5	5
19	5	5	5	5	4	4	4	4
20	5	5	4	5	4	4	5	3
21	5	4	5	5	4	4	4	3
22	5	4	5	5	4	4	4	3
23	5	5	5	5	4	4	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	3
25	5	5	5	4	4	5	5	5
26	5	5	5	4	4	5	4	4
27	5	5	5	4	4	5	4	5
28	5	5	5	4	4	5	5	5
29	5	5	5	4	4	5	5	4
30	5	5	5	4	4	5	5	4
31	5	5	5	4	4	5	5	5
32	5	5	5	4	4	5	4	4
33	5	5	5	4	4	5	4	5
34	5	5	5	4	4	5	4	5
35	5	5	5	4	3	5	4	4
36	5	5	5	4	4	5	4	4



37	5	5	5	4	3	3	4	4
38	5	5	5	4	4	5	3	4
39	5	5	5	4	4	3	4	5
40	5	5	5	4	4	5	4	5
41	5	5	5	4	4	5	4	5
42	5	5	5	4	4	5	4	4
43	5	5	5	4	4	5	4	3
44	5	5	5	5	4	5	4	5
45	5	5	5	4	4	5	4	4
46	5	5	5	4	4	5	4	4
47	5	5	5	4	4	5	4	4
48	5	5	5	5	4	5	4	4
49	5	5	5	4	4	5	4	4
50	5	5	5	4	3	3	4	4
51	5	3	3	3	3	3	4	3
52	4	3	4	5	3	4	4	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	3	4	5	3	4	4	3
56	4	3	3	4	3	3	4	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	5	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	3	3	5	3	3	4	3
61	2	2	3	4	2	3	2	2
62	4	4	4	5	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	5	4	4	4	4
66	5	3	3	5	3	3	4	3
67	4	4	4	5	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4
69	3	4	3	4	4	3	3	4
70	3	4	3	5	4	3	3	4
71	3	4	4	5	4	4	4	4
72	4	4	4	5	4	4	4	4
73	4	4	4	5	4	4	4	4
74	4	4	4	5	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	4	5
77	4	5	4	4	5	4	4	5

78	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	5	4
80	4	5	5	4	5	5	4	5
81	4	5	4	4	5	4	4	5
82	5	4	4	4	4	4	4	4
83	4	5	5	3	5	5	5	5
84	4	4	4	5	4	4	4	4
85	4	4	4	5	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	5	4	4	5	4	4	5
88	4	5	5	4	5	5	4	5
89	5	5	5	4	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	3	3	4	3	3	4	3
93	4	3	4	4	3	4	4	3
94	4	4	4	3	4	4	4	4
95	4	4	4	3	4	4	4	4
96	4	3	4	3	3	4	4	3
97	4	3	3	3	3	3	4	3
98	5	5	5	3	4	4	4	4
99	4	4	4	3	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4
101	4	5	5	3	5	5	5	5
102	4	5	5	3	5	5	5	5
103	4	4	5	3	5	5	5	5
104	4	4	5	5	5	5	5	5
105	4	4	5	5	5	5	5	4

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	4	3	4	4	5	5	4	4
2	3	5	3	3	5	4	5	3
3	5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	3	3	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4
6	4	3	4	4	5	4	5	4
7	4	3	4	4	4	5	4	4
8	4	4	4	4	5	5	4	4
9	4	4	3	4	5	5	3	4
10	4	3	4	4	5	5	5	4

11	4	4	3	4	5	4	4	4
12	5	4	4	5	5	5	4	5
13	4	3	3	4	4	5	5	4
14	5	4	4	5	5	5	4	5
15	4	3	3	4	5	5	4	4
16	4	3	4	4	5	5	4	4
17	3	5	3	3	5	5	4	3
18	5	4	4	5	5	5	5	5
19	4	4	5	4	5	5	4	4
20	3	4	2	3	5	5	5	3
21	3	4	4	3	5	4	4	3
22	3	3	3	3	5	4	4	3
23	4	3	4	4	5	5	5	4
24	3	4	4	3	5	5	5	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	4	4	5	5	4	4
27	5	5	5	5	5	5	4	5
28	5	4	4	5	5	5	5	5
29	4	5	5	4	5	5	5	4
30	4	5	4	4	5	5	5	4
31	5	4	4	5	5	5	5	5
32	4	4	4	5	5	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5	4	5
34	5	4	4	5	5	5	4	5
35	4	5	4	4	5	5	4	4
36	4	5	5	4	5	5	4	4
37	4	4	4	4	5	5	4	4
38	4	5	4	4	5	5	3	4
39	5	4	5	5	5	5	4	5
40	5	4	4	5	5	5	4	5
41	5	5	3	5	5	5	4	5
42	4	3	4	4	5	5	4	4
43	3	5	3	3	5	5	4	3
44	5	4	4	5	5	5	4	5
45	4	3	3	4	5	5	4	4
46	4	4	4	4	5	5	4	4
47	4	3	4	4	5	5	4	4
48	4	3	4	4	5	5	4	4
49	4	4	4	4	5	5	4	4

50	4	4	3	4	5	5	4	4
51	3	3	4	3	5	3	4	3
52	3	4	4	3	4	3	4	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4
55	3	4	4	3	4	3	4	3
56	3	3	4	3	4	3	4	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4
60	3	3	4	3	5	3	4	3
61	2	3	2	2	2	2	2	2
62	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4
66	3	3	4	3	5	3	4	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	3	3	4	3	4	3	4
70	4	3	3	4	3	4	3	4
71	4	4	4	4	3	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	4	5	5	5	4	5
77	5	4	4	5	4	5	4	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	5	4	4	4	5	4
80	5	5	4	5	4	5	4	5
81	5	4	4	5	4	5	4	5
82	4	4	4	4	5	4	4	4
83	5	5	5	5	4	5	5	5
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4
87	5	4	4	5	4	5	4	5
88	5	5	4	5	4	5	4	5

89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	3	4	3	5	3	4	3
93	3	4	4	3	4	3	4	3
94	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	4	4	3	4	3	4	3
97	3	3	4	3	4	3	4	3
98	4	4	4	4	5	5	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	5	4	4
102	4	4	3	4	4	5	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4
104	4	4	4	4	4	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4

### Lampiran 3

### HASIL OUTPUT SPSS

#### 1. Uji Normalitas Data

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.69249392
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.056
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.763
Asymp. Sig. (2-tailed)		.605

a. Test distribution is Normal.

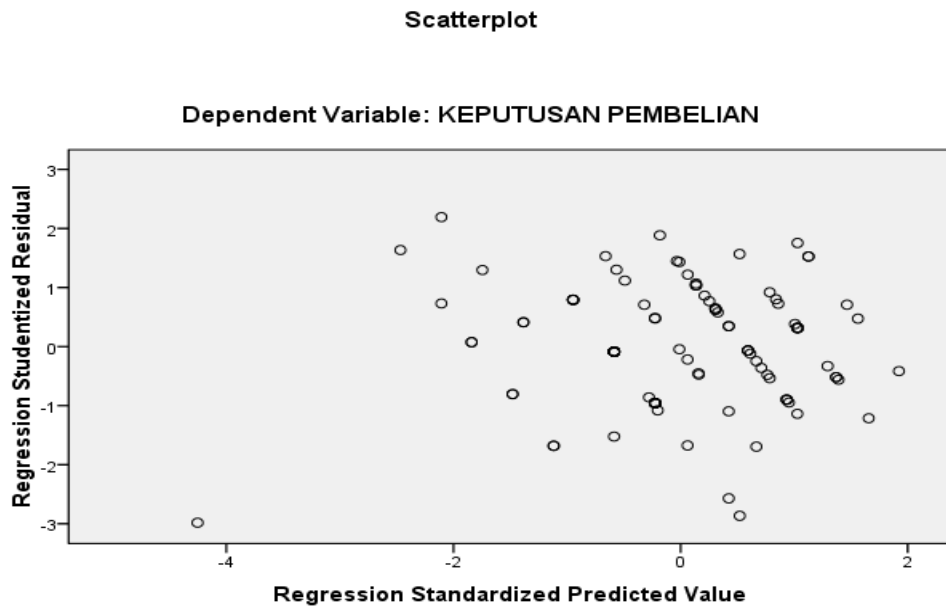
#### 2. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	MOTIVASI	.843	.791	.492	.659	1.518
	GAYA HIDUP	.749	.266	.105	.385	2.597
	KEPERCAYAAN KONSUMEN	.704	.488	.212	.468	2.138

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

### 3. Uji Heteroskedastisitas



### 4. Uji Parsial (Uji t)



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	t Table
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-.833	.735		-1.134	.260	
MOTIVASI	.608	.047	.606	12.991	.000	1.660
GAYA HIDUP	.162	.058	.169	2.770	.007	1.660
KEPERCAYAAN KONSUMEN	.286	.051	.311	5.612	.000	1.660

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## 5. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	F Table
1	Regression	294.889	3	98.296	199.064	.000 <sup>a</sup>	2.69
	Residual	49.873	101	.494			
	Total	344.762	104				

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN KONSUMEN, MOTIVASI, GAYA HIDUP

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## 6. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 <sup>a</sup>	.855	.851	.70270

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN KONSUMEN, MOTIVASI, GAYA HIDUP



### **A. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Annisa Aprilia  
NIM : 0501181016  
Tempat Tanggal Lahir : Medan, 14 April 2000  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam  
Alamat : Jl. Dr. Mansyur No. 6A  
Nomor Handphone : 082164314571

### **B. DATA ORANGTUA**

Nama Ayah : Sukiman  
Nama Ibu : Rahmawati Ritonga  
Pekerjaan Ayah : Jualan Kedai Nasi  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

### **C. JENJANG PENDIDIKAN**

SD Al – Ikhlas Medan Berijazah Tahun 2012  
MTs Ex PGA Univa Medan Berijazah Tahun 2015  
MA Negeri 2 Model Medan Berijazah Tahun 2018  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan