

**PENGARUH FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ROKOK BERLABEL PERINGATAN
KESEHATAN MENGGUNAKAN GAMBAR DAN TULISAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(PELAJAR SMK NEGERI 6 MALANG)**

SKRIPSI



Oleh
MISBAHUL MUNIR
NIM : 08510059

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2015**

**PENGARUH FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ROKOK BERLABEL PERINGATAN
KESEHATAN MENGGUNAKAN GAMBAR DAN TULISAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(PELAJAR SMK NEGERI 6 MALANG)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

MISBAHUL MUNIR

NIM : 08510059

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ROKOK BERLABEL PERINGATAN
KESEHATAN MENGGUNAKAN GAMBAR DAN TULISAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(STUDI PADA SISWA SMK NEGERI 6 MALANG)

SKRIPSI

Oleh

**MISBAHUL MUNIR
NIM : 08510059**

Telah disetujui 17 April 2015
Dosen Pembimbing

**Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP 19770826 200801 2 011**

Mengetahui :
Ketua Jurusan Manajemen,

**Dr. H. MISBAHUL MUNIR, Lc., M.Ei
NIP 19700212 200312 1 003**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Misbahul Munir

NIM : 08510059

Fakultas : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PENGARUH FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ROKOK BERLABEL PERINGATAN KESEHATAN
MENGUNAKAN GAMBAR DAN TULISAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

Adalah karya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 30 Juni 2015

Hormat saya,

Misbahul Munir

NIM 08510059

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Misbahul Munir
NIM	: 08510059
Jurusan/Prodi	: Manajemen Pemasaran
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi, Tesis, Desertasi	: Pengaruh Faktor Psikografis terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Berlabel Peringatan Kesehatan Menggunakan Gambar dan Tulisan sebagai Variabel Moderasi (Pelajar SMKN 6 Malang)

Tidak mengizinkan jika karya ilmiah saya (skripsi) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang secara keseluruhan (full teks) karena digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Malang, 30 Juni 2015

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

(Yayuk Sri Rahayu, SE., MM)
NIP. 19770826 200801 2 011

(Misbahul Munir)
NIM. 08510059

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah memberikan nikmat kesehatan dan semangat untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tuaku, yang selalu memberi motivasi dan doa, serta kepada istriku yang selalu memberikan doa dan semangatnya, dan tak lupa juga untuk saudara-saudaraku yang selalu pengertian dan selalu memberi dukungan dalam kesuksesanku.

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ^ط
وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ^ج وَاللَّهُ
بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum. Wr. Wb

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “pengaruh kompensasi langsung dan kompensasi tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT Bank Mandiri Malang”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah dan terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan yang terang seperti yang kita rasakan saat ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, motivasi, dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Yayuk Sri Rahayu, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran sampai terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh jajaran Dosen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan khususnya yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Orang tua tercinta H. Ahmad Zaelani dan ibu Sutriani, istriku Zulaiha yang setia mendampingi setiap langkahku, saudari-saudariku tersayang Zainullah, Zumrotul Faizah dengan segala ketulusannya senantiasa mendoakan,

membimbing, mengarahkan, memberi kepercayaan dan dukungan baik secara materi, moril dan moral.

7. Semua sahabatku khususnya Andang, Zuhair, Firin, Dwi, Andhika, Tio, Sefi, Eky, mas Syafi'uddin terima kasih atas canda tawa, dukungan serta motivasi dan bantuan-bantuan yang telah kalian berikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ini biasa bermanfaat bagi pembaca dan yang memutuskan. Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Malang 30 Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab).....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori.....	14
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.2.2 Psikografik.....	16
2.2.2.1 Pengertian Psikografik.....	16
2.2.2.2 Faktor AIO.....	18
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.4 Label.....	22
2.2.4.1 Pengertian label.....	22
2.2.4.2 Label Peringatan Bahaya Merokok.....	23
2.2.4.3	L
abel Peringatan Kesehatan Menggunakan	
Gambar dan Tulisan Sebagai Faktor Moderasi.....	26
2.2.5 Kajian Syari'ah Keputusan Pembelian dan Rokok.....	28
2.2.5.1 Keputusan Pembelian.....	28
2.2.5.2 Produk Rokok.....	30
2.2.6 Kerangka Konseptual.....	34
2.2.7 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37

3.2 Lokasi Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4 Skala Pengukuran.....	39
3.5 Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1 Data Primer.....	40
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6.1 Kuesioner.....	40
3.6.2 Wawancara.....	41
3.6.3 Dokumentasi.....	41
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.7.1 Variabel Bebas (independent variabel) (X).....	41
3.7.1.1 Aktivitas (X1).....	42
3.7.1.2 Minat (X2).....	42
3.7.1.3 Opini (X3).....	43
3.7.1.4 Variabel Moderasi (Z).....	43
3.7.2 Variabel terikat (<i>dependent variabel</i>).....	43
3.8 Uji Interaksi.....	45
3.9 Analisis Data.....	47
3.9.1 Uji Validitas dan. Reliabilitas.....	47
3.9.1.1 Uji Validitas.....	47
3.9.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9.3 Uji Normalitas.....	48
3.9.4 Uji Multikolinearitas.....	49
3.9.5 Uji Autokorelasi.....	49
3.10 Pengujian Koefisiensi Persamaan Regresi.....	49
3.10.1 Uji F(Uji Simultan).....	49
3.10.2 Uji t.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Sekolah.....	52
4.2. Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.1.1 Tingkat Usia Responden.....	54
4.2.1.2 Jenis Kelamin Responden.....	54
4.2.1.3 Intensitas Konsumsi Responden.....	55
4.2.1.4 Pengeluaran Biaya Responden.....	55
4.2.1.5 Merk yang digunakan Responden.....	56
4.2.2 Gambaran Distribusi Item.....	56
4.2.2.1 Variabel Psikografis.....	56
4.2.2.2 Variabel Label Peringatan Kesehatan.....	57
4.2.2.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	57
4.3 Analisis Data.....	58

4.3.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F).....	64
4.3.2 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t Statistik).....	65
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.3.3.1 Uji Validitas.....	68
4.3.3.2 Uji Reliabilitas.....	68
4.3.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.3.4 Uji Normalitas.....	69
4.3.3.5 Uji Multikolinieritas.....	70
4.3.3.6 Uji Autokorelasi.....	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
4.4.1 Analisis dan Intepretasi Regresi Psikografi terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.4.2 Analisis dan Intepretasi Regresi Label Peringatan terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.4.3 Analisis Moderasi Hubungan antara Psikografis dengan Keputusan Pembelian.....	72
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	10
Tabel 2.2 Contoh Dimensi Gaya Hidup (AIO) pada Pengukuran Psikografik	20
Tabel 3.1 Data Rekapitulasi Jumlah Siswa SMK Negeri 6 Malang Tahun Pelajaran 2014/2015	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Konsumsi	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Merek	56
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item Aktivitas	56
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Label Peringatan	57
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.9 Analisis Data Variabel Aktivitas Terhadap Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.10 Analisis Variabel Minat Terhadap Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.11 Analisis Variabel Opini Terhadap Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.12 Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Z dengan Y	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Label Peringatan Bahaya Merokok.....	23
Gambar 2.3 Label Peringatan Kesehatan Menggunakan Gambar dan Tulisan.....	26
Gambar 2.4 Model Kerangka Berfikir.....	34
Gambar 2.5 Model Konsep.....	35
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data responden
- Lampiran 2 Data karakteristik responden
- Lampiran 3 Uji reliabilitas
- Lampiran 4 Uji validitas
- Lampiran 5 Uji Moderasi Regresi Analisis

ABSTRAK

Misbahul Munir 2015, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Faktor Psikografik terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Berlabel Peringatan Kesehatan Menggunakan Gambar dan Tulisan sebagai Variabel Moderasi”
Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
Kata Kunci :Psikografik, Label Peringatan Kesehatan, Keputusan Pembelian

Perkembangan teknologi saat ini banyak dimanfaatkan oleh para pemasar untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Pengambilan keputusan pembelian salah satunya dapat dipengaruhi oleh faktor psikografik. Psikografik berarti menggambarkan (*graph*) psikologis konsumen (*psyco*). Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO (*activity, interest, opinion*) yaitu pengukuran aktivitas, minat dan pendapat. Salah satu hal yang menarik untuk diteliti dengan menggunakan analisis psikografik adalah keputusan pembelian konsumen terhadap produk rokok terkait dengan motif pembelian dan respon terhadap pesan yang terdapat pada label peringatan kesehatan. Dari latar belakang itulah sehingga penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Faktor Psikografik terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Berlabel Peringatan Kesehatan Menggunakan Gambar dan Tulisan sebagai Variabel Moderasi”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk melakukan penyelidikan dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Subyek penelitian ada 80 responden. Analisis data menggunakan MRA (Moderating Regression Analisis) yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen yang dalam hubungan tersebut terdapat factor yang memperkuat atau memperlemah. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji regresi moderasi dengan menggunakan moderated regression analysis (MRA) menyatakan bahwa nilai aktifitas (X1) t hitung $2.919 > t$ tabel 0.678 dengan signifikan $.049$, kemudian nilai minat (X2) t hitung $3.367 > t$ tabel 0.678 dengan signifikan $0,23$, dan nilai opini (X3) t hitung $5.137 > t$ tabel 0.678 dengan signifikan 000 . Maka dapat disimpulkan bahwa label peringatan kesehatan memoderasi hubungan antara factor psikografis aktifitas (X1), dan opini (X3) terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada factor psikografis minat (X2) label peringatan kesehatan tidak memoderasi terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

Misbahul Munir, 2015, THESIS. Title: “The Influence of Psychographics Factor to the Purchasing Decision of Cigarette Product Labeled with Health Warning Using Picture and Writing as Moderation Variable.”
Advisor : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
Keywords : Psychographics, Health Warning Label, Purchasing Decision.

Recent technology development has been massively used by marketers to influence customers purchasing decision. One of the factors that can influence the decision of purchase is the factor of psychographics. Psychographics means to describe (graph) customers' psychology (psycho). Psychographics are often defined as the measurement of AIO (activity, interest, opinion). One of the most interesting aspects for research by using psychographics analysis is customers' purchasing decision towards cigarette product related to the purchasing motive and the response to the message on the health warning label. From that background, this research is done with the title of “The Influence of Psychographics Factor to the Purchasing Decision of Cigarette Product Labeled with Health Warning Using Picture and Writing as Moderation Variable.”

This research is using quantitative descriptive approach for the purpose of researching by describing the collected data as they are without making any conclusion that can be applied generally. The research subjects are 80 respondents. Data analysis is using MRA (Moderating Regression Analysis) in order to test the relation between independent variable and dependent variable which in their relation contains the factor that can strengthen or weaken. Data are collected by spreading questioners, conduction interviews and taking documentations.

The result of this research based on moderated regression test using Moderated Regression Analysis (MRA) says that the activity value (X1) t count 2.919 > t table 0.678 with the significant of .049, then interest value (X2) t count 3.367 > t table 0.678 with the significant of 472 < (0.05), with opinion value (X3) t count 5.137 > t table 0.678 with the significant of 000. It can be concluded that health warning label moderates the relation between activity (X1), and opinion psychographics factor (X3) to the purchasing decision. Meanwhile on the interest psychographics factor (X2), the health warning label does not moderate the purchasing decision.

المستخلص

مصباح المنير. 2015، البحث الجامعي. الموضوع: "تأثير قرار الشراء عامل فسيكوكرفيك على منتجات التبغوصفتتحذير الصحة عن طريقالصور والنصوصبوصفها الاعتدالمتغي" المشرف: يايوك سري راهايو كلمات البحث:، الصحةتسمياتتحذير، قرار الشراء

التطورات التكنولوجية الآن تستخدم على نطاق واسع من قبل التجار للتأثير على المستهلكين في اتخاذ قرارات الشراء. يمكن أن يتأثر قرار الشراء بعوامل فسيكوكرفيك. فسيكوكرفيكهو وصف (الرسم البياني) المستهلك النفسي (النفسي) فسيكوكرفيك غالبا ما تفسر على أنها مقياس ل AIO (النشاط، والفوائد، والرأي) أن قياس الأنشطة والمصالح والآراء. ومن المثير للاهتمام لدراسة باستخدام فسيكوكرفيك تحليل وقرارات الشراء على منتجات التبغ المرتبطة دوافع الشراء و ردا على الرسالة الواردة في ملصقات التحذير الصحية من الخلفية التي أجريت هذا البحث تحت عنوان "تأثير قرار الشراء عامل فسيكوكرفيك على منتجات التبغ إعتبر تحذير الصحة عن طريق الصور والنص كما هو الاعتدال متغير".

هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي الكمي للتحقيق الذي يجريه واصفا البيانات التي تم جمعها بالفعل كما هو دون قصد إلى الاستنتاجات تنطبق على الجمهور. موضوعات الدراسة كان هناك 80 المستجيبين. تحليل البيانات باستخدام MRA (الاعتدال تحليل الانحدار)، والتي تهدف إلى اختبار العلاقة بين المتغيرات المستقلة وغير المستقلة في العلاقة التي هي العوامل التي تعزز أو تضعف. تم جمع البيانات عن طريق توزيع الاستبيانات والمقابلات والوثائق.

نتائج هذا البحث يقوم على اختبار الاعتدال الانحدار باستخدام تحليل الانحدار خاضعة للإشراف (MRA) ينص على أن قيمة النشاط (X1) t تعول <math>t < 2919</math> الجدول 0678 مع 0،049، ثم قيمة الفائدة (X2) <math>t < 3367</math> الجدول 0 0678 (23 عاما) وقيمة فتاوى (X3) <math>t < 5137</math> الجدول 0678 مع 000. بشكل كبير ويمكن أن نخلص إلى أن ملصقات التحذير الصحية معتدلة العلاقة بين النشاط عامل السيكولوجية (X1) و فتاوى (X3) إلى قرار الشراء. في حين أن العوامل السيكولوجية الفائدة (X2) لا المعتدلة ملصقات التحذير الصحية على قرارات الشراء.

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Misbahul Munir
Tempat, tanggal lahir : Malang, 4 September 1989
Alamat Asal : Jalan Sidotentrem Rt/Rw 11/03 Desa
Tumpuk Renteng Kec. Turen Kab. Malang
Alamat Kos : -
Telepon/Hp : 082333543310
E-mail : niagasariah@gmail.com
Facebook : Misbakhul Munir



Pendidikan Formal

1993-1995 : TK Kartini Turen
1995-2001 : MI Miftahul Ulum Turen
2001-2004 : MTs An-Nur Bululawang
2004-2007 : MAN 1 Malang
2008-2015 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2001-2004 : Pon.Pes An- Nur 1 Bululawang
2004-2011 : Pon.Pes Al- Mubarak Lowok Waru Malang
2008-2009 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki
Malang
2010 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

Pengalaman Berorganisasi

- a. Menteri Luar Negeri Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi (BEM FE)
- b. Anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
- c. Anggota Unit Olahraga (UNIOR)