

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

Kuisioner Penelitian Pengaruh Faktor Keadilan dan Keramahan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus Minimarket Pondok Pesantren Al Imdad)

Responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya **Miftahul Huda**, Mahasiswa semester 8 Jurusan Ekonomi Syari`ah Institut Ilmu Al Qur`an An Nur Yogyakarta. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengukur keadilan dan keramahan dalam pelayanan di Minimarket Al Imdad
2. Untuk menganalisis Tingkat pengaruh faktor keadilan dan keramahan terhadap loyalitas konsumen
3. Sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Jawaban serta data diri yang anda berikan akan saya rahasiakan, dan hanya akan di gunakan untuk kepentingan dalam penelitian ini saja. Terima kasih atas partisipasinya.

Miftahul Huda

Wajib di isi oleh responden :

1. Nama :

2. Usia :

3. Jenis kelamin :

4. Pendidikan terakhir :

5. Frekuensi/seberapa sering belanja di toko ini (:

- Jarang (1-2X perbulan)
- Cukup sering (3-4X perbulan)
- Sering (5-6 X perbulan)
- Sangat sering (6 X lebih).

Berikan tanda **✓** pada jawaban yang menurut anda sesuai.

I. Variabel Keadilan:

1. Apakah anda merasa bahwa keadilan dalam pelayanan Minimarket Al Imdad dapat mempengaruhi loyalitas anda sebagai pelanggan?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

2. Apakah anda merasa bahwa keadilan dalam harga barang barang di Minimarket Al Imdad dapat mempengaruhi terhadap keputusan anda untuk terus berbelanja di sana?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

3. Apakah anda merasa keputusan-keputusan yang di ambil oleh karyawan Minimarket Al-Imdad sudah adil dalam melayani anda, sehingga anda akan menjadi loyal?

Sangat setuju	<input type="checkbox"/>
setuju	<input type="checkbox"/>
Cukup setuju	<input type="checkbox"/>
tidak setuju	<input type="checkbox"/>
Sangat tidak setuju	<input type="checkbox"/>

II. Variabel Keramahan:

4. Apakah menurut anda karyawan di Minimarket Al Imdad telah memberikan pelayanan dengan ramah, dengan memberikan senyuman sehingga anda menjadi loyal?

Sangat setuju	<input type="checkbox"/>
setuju	<input type="checkbox"/>
Cukup setuju	<input type="checkbox"/>
tidak setuju	<input type="checkbox"/>
Sangat tidak setuju	<input type="checkbox"/>

5. Apakah karyawan Minimarket Al Imdad menerima keluhan anda dengan ramah, dan menjadikan anda loyal?

Sangat setuju	<input type="checkbox"/>
setuju	<input type="checkbox"/>
Cukup setuju	<input type="checkbox"/>
tidak setuju	<input type="checkbox"/>
Sangat tidak setuju	<input type="checkbox"/>

6. Apakah karyawan Minimarket Al Imdad membantu mencarikan barang yang anda butuhkan dengan ramah Ketika anda tidak menemukanya, sehingga anda menjadi loyal?

Sangat setuju	<input type="checkbox"/>
setuju	<input type="checkbox"/>
Cukup setuju	<input type="checkbox"/>
tidak setuju	<input type="checkbox"/>
Sangat tidak setuju	<input type="checkbox"/>

III. Variabel Loyalitas konsumen:

7. Apakah anda merasa puas dan loyal dengan pelayanan yang di berikan oleh karyawan Minimarket Al Imdad, serta akan merekomendasikan kepada orang yang anda kenal?

Sangat setuju	<input type="checkbox"/>
setuju	<input type="checkbox"/>
Cukup setuju	<input type="checkbox"/>
tidak setuju	<input type="checkbox"/>
Sangat tidak setuju	<input type="checkbox"/>

8. Apakah anda akan berbelanja terus di Minimarket Al Imdad dan mengajak keluarga anda?

Sangat setuju	<input type="checkbox"/>
setuju	<input type="checkbox"/>
Cukup setuju	<input type="checkbox"/>
tidak setuju	<input type="checkbox"/>
Sangat tidak setuju	<input type="checkbox"/>

9. Apakah anda merasa memiliki kedekatan dengan karyawan Minimarket Al Imdad sehingga anda menjadi loyal, serta akan merekomendasikan pada kenalan anda?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

IV. Variabel keadilan:

10. Apakah anda merasa di perlakukan dengan adil oleh karyawan, Ketika berbelanja di Minimarket Al-Imdad tanpa memandang status sosial dan agama?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

11. Apakah karyawan Minimarket Al-Imdad memberikan harga yang sama terhadap anda dan orang yang mereka kenal?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

12. Apakah ketika ada diskon atau promo, Minimarket Al Imdad memberikannya dengan adil terhadap para konsumen?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

V. Variabel keramahan:

13. Jika anda pernah mengalami masalah dalam berbelanja, apakah karyawan Minimarket Al-Imdad merespon keluhan anda dengan ramah?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

14. Apakah dalam melayani anda, karyawan Minimarket Al-Imdad bersikap tidak ramah?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

15. Apakah ketika anda masuk dan keluar di sapa dengan ramah?

Sangat setuju	
---------------	--

setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

VI. Variabel loyalitas konsumen:

16. Apakah anda sangat merekomendasikan berbelanja di Minimarket Al-Imdad kepada teman dan keluarga anda?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

17. Apakah anda merasa enggan berbelanja di toko lain dan lebih memilih belanja di Minimarket Al-imdad?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

18. Apakah anda bersedia berbelanja di Minimarket Al-Imdad walaupun di Minimarket lain ada potongan harga produk?

VII. Pengaruh keadilan terhadap loyalitas konsumen:

19. Apakah anda merasa lebih loyal, kepada Minimarket Al Imdad karena di perlakukan dengan adil oleh karyawan?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

20. Apakah anda merasa bahwa keadilan yang di ciptakan di Minimarket Al Imdad, membuat anda merasa lebih puas serta terikat dengan Minimarket ini?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

21. Apakah anda merasa bahwa keadilan dalam pelayanan yang di tunjukan oleh karyawan Minimarket Al Imdad, membuat anda cenderung untuk merekomendasikan Minimarket ini pada orang lain?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

VIII. Pengaruh keramahan terhadap loyalitas konsumen:

22. Apakah anda merasa keramahan yang di ciptakan oleh karyawan Minimarket Al Imdad, membuat anda merasa memiliki hubungan baik dengan Minimarket Ini?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

23. Apakah anda merasa bahwa keramahan yang di tunjukan oleh karyawan Minimarket Al Imdad, membuat anda akan terus berbelanja di Minimarket Ini dalam jangka waktu panjang?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

IX. pengaruh keadilan dan keramahan terhadap loyalitas konsumen:

24. Apakah anda merasa bahwa keadilan dan keramahan yang di berikan oleh karyawan Minimarket Al Imdad berpengaruh terhadap sikap loyal anda dalam berbelanja?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

25. Apakah anda merasa telah diperlakukan dengan adil dan ramah oleh karyawan Minimarket Al Imdad, sehingga anda menjadi bersikap loyal?

Sangat setuju	
setuju	
Cukup setuju	
tidak setuju	
Sangat tidak setuju	

Lampiran 2. Tabulasi data diri responden beserta jawaban kuisioner

Column1	Column2	Column3	Column4	Column5	Column6	Column7	Column8	Column9	Column10	Column11	Column12
IDENTITAS RESPONDEN											
RESPONDEŃ	USIA	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN TERAKHIR	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	29	LK	SMA	4	4	4	4	5	4	4	
2	52	LK	SMA	4	4	4	5	4	5	3	
3	24	LK	SMK	4	4	4	4	3	4	5	
4	19	LK	SMA	4	4	2	3	2	3	5	
5	30	LK	SMA	4	4	4	3	4	3	4	
6	25	LK	SMA	3	4	4	5	5	4	5	
7	21	LK	SMA	3	4	4	4	4	4	4	
8	56	LK	S1	3	2	3	3	2	2	4	
9	52	LK	SMA	3	3	4	3	3	5	5	
10	42	LK	SMA	4	5	4	5	5	4	5	
11	41	PR	SMA	4	4	4	4	4	4	4	
12	29	LK	SMP	4	4	3	4	5	4	4	
13	27	LK	SMK	4	4	4	4	3	4	5	
14	50	LK	SMA	4	4	4	4	3	3	4	
15	58	LK	S1	2	2	3	3	3	3	5	
16	24	PR	SMA	4	4	2	2	4	2	5	
17	29	PR	S2	4	4	4	4	2	3	5	
18	29	LK	S1	3	4	4	4	2	4	4	
19	30	LK	SMK	4	4	4	3	4	2	4	
20	28	PR	S1	5	5	5	5	4	4	5	

Column25	Column26	Column27	Column28	Column29	Column30	Column31	Column32	Column33	
X2									
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8		TOTAL X2
5	4	5	4	5	5	4	3		35
4	3	5	5	4	5	3	5		34
4	4	4	4	2	4	4	4		30
3	3	3	4	2	2	4	3		24
5	4	4	4	5	4	4	4		34
4	4	3	3	2	4	4	4		28
5	4	4	5	2	4	4	4		32
3	4	3	3	3	3	3	3		25
4	5	4	5	5	3	5	4		35
5	3	5	5	5	5	4	5		37
5	4	4	4	4	4	4	5		34
4	4	4	4	2	4	4	4		33
4	4	4	4	2	3	3	3		27
5	5	5	4	4	3	5	3		34
3	4	4	4	2	4	5	5		31
3	3	3	3	2	3	4	4		25
3	3	3	3	2	3	4	4		25
5	5	5	4	1	4	4	4		32
5	5	5	5	1	5	5	5		36

Lampiran 3. Dokumentasi kegiatan



gambar 3.1 bagian dalam toko



gambar 3.2 bagian kasir



gambar 3.3 bagian depan toko tampak jalan



gambar 3.4 bagian depan toko



gambar 3.5
Responden mengisi
kuisisioner



gambar 3.6 peneliti
mewawancara
kepala toko

Lampiran 4. Hasil olah data menggunakan spss 30

Tabel 8.1 Uji Validitas X1,X2, dan Y

1. Uji validitas : 0,252										
a. Correlations										
	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010
VAR0Pearson Correlation	1	.431**	.536**	.356**	.396**	.350**	.099	.200	.368**	.692**
0001		<.001	<.001	.006	.002	.007	.454	.129	.004	<.001
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.431**	1	.350**	.318*	.371**	.239	-.030	-.049	.048	.496**
0002		<.001		.007	.014	.004	.068	.820	.710	<.001
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.536**	.350**	1	.236	.257*	.257*	.218	.078	.448**	.614**
0003		<.001	.007		.071	.049	.050	.097	.558	<.001
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.356**	.318*	.236	1	.323*	.343**	.209	.176	.158	.580**
0004		.006	.014	.071		.012	.008	.111	.184	.233
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.396**	.371**	.257*	.323*	1	.202	.066	.210	.190	.561**
0005		.002	.004	.049	.012		.124	.618	.111	.150
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.350**	.239	.257*	.343**	.202	1	.165	.186	.227	.566**
0006		.007	.068	.050	.008	.124		.212	.158	.083
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.099	-.030	.218	.209	.066	.165	1	.375**	.481**	.510**
0007		.454	.820	.097	.111	.618	.212		.003	<.001
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.200	-.049	.078	.176	.210	.186	.375**	1	.473**	.542**
0008		.129	.710	.558	.184	.111	.158	.003		<.001
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Pearson Correlation	.368**	.048	.448**	.158	.190	.227	.481**	.475**	1	.667**

United States  Accessibility: Good to go  

VAR0Sig. (2-tailed)	.004	.716	<.001	.233	.150	.083	<.001	<.001	<.001
0009	N	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR0Pearson Correlation	.692**	.496**	.614**	.580**	.561**	.566**	.510**	.542**	.667**
0010		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	1
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59

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

b. Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009
VAR00001	Pearson Correlation	1	.428**	.509**	.624**	.077	.564**	.410**	.466**	.788**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.563	<.001	.001	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00002	Pearson Correlation	.428**	1	.407**	.374**	-.025	.204	.386**	.227	.551**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.001	.004	.853	.120	.003	.083	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00003	Pearson Correlation	.609**	.407**	1	.575**	-.083	.505**	.306*	.466**	.705**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001		<.001	.533	<.001	.019	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00004	Pearson Correlation	.624**	.374**	.575**	1	.058	.509**	.531**	.551**	.782**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	<.001		.663	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00005	Pearson Correlation	.077	-.025	-.083	.058	1	.044	.071	-.070	.271*
	Sig. (2-tailed)	.563	.853	.533	.663		.738	.592	.597	.038
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00006	Pearson Correlation	.564**	.204	.505**	.509**	-.044	1	.296*	.693**	.746**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.120	<.001	<.001	.738		.023	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00007	Pearson Correlation	.410**	.386**	.306*	.531**	.071	.296*	1	.493**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.019	<.001	.592	.023		<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00008	Pearson Correlation	.466**	.227	.466**	.551**	-.070	.693**	.493**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)									
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00009	Pearson Correlation	.788**	.551**	.705**	.782**	.271*	.746**	.639**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.038	<.001	<.001	<.001	
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59

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

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

c. Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009
VAR00001	Pearson Correlation	1	.316*	.492**	.287*	.159	.268*	.004	.328*	.479**
	Sig. (2-tailed)		.015	<.001	.028	.229	.040	.978	.011	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00002	Pearson Correlation	.316*	1	.373*	.589**	.439**	.593**	.450**	.458**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.015		.004	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00003	Pearson Correlation	.492**	.373**	1	.483**	.283*	.470**	.104	.480**	.652**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004		<.001	.030	<.001	.433	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00004	Pearson Correlation	.287*	.589**	.483**	1	.259*	.714**	.349**	.611**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.028	<.001	<.001		.048	<.001	.007	<.001	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00005	Pearson Correlation	.159	.439**	.283*	.259*	1	.414**	.081	.259*	.569**
	Sig. (2-tailed)	.229	<.001	.030	.048		.001	.540	.048	<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00006	Pearson Correlation	.268*	.593**	.470**	.714**	.414**	1	.281*	.589**	.830**
	Sig. (2-tailed)									
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59

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

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

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009
VAR00007	Pearson Correlation	.004	.450**	.104	.349**	.081	.281*	1	.565**	.483**
	Sig. (2-tailed)		.978	<.001	.433	.007	.540	.031		<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00008	Pearson Correlation	.328*	.458**	.480**	.611**	.259*	.589**	.565**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.011	<.001	<.001	<.001	.048	<.001	<.001		<.001
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59
VAR00009	Pearson Correlation	.479**	.765**	.652**	.803**	.569**	.830**	.483**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59

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

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

Tabel 8.2 Uji Reabilitas

2. reabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	9

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	8

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	176.9831	661.086	.453	.895
VAR00002	176.9153	666.320	.277	.897
VAR00003	177.2373	662.908	.483	.896
VAR00004	177.1017	659.748	.513	.895
VAR00005	177.0339	664.826	.365	.896
VAR00006	177.2881	664.553	.338	.896
VAR00007	177.4576	656.184	.527	.894

VAR00008	177.2373	648.115	.586	.893
VAR00009	177.4407	642.802	.712	.892
VAR00010	146.6102	501.380	.807	.889
VAR00011	177.2203	647.416	.706	.893
VAR00012	177.4576	656.287	.500	.895
VAR00013	177.3729	651.996	.603	.894
VAR00014	177.3390	650.987	.742	.893
VAR00015	178.2712	670.925	.116	.899
VAR00016	177.5932	642.245	.699	.892
VAR00017	177.3559	656.095	.603	.894
VAR00018	177.5763	639.835	.733	.891
VAR00019	153.0678	470.961	.899	.887
VAR00020	177.4915	660.185	.485	.895
VAR00021	177.6271	646.341	.711	.892
VAR00022	177.6610	649.607	.642	.893
VAR00023	177.4407	645.458	.647	.893
VAR00024	177.8305	652.488	.446	.895
VAR00025	177.7797	638.347	.705	.891
VAR00026	177.1186	657.037	.459	.895
VAR00027	177.1186	651.831	.714	.893
VAR00028	152.8305	457.074	.857	.894

Tabel 8.3 Uji Normalitas data**2.Uji normalitas data****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized
Residual

N	59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .0000000
	Std. Deviation 3.20940720
Most Extreme Differences	Absolute .072
	Positive .072
	Negative -.068
Test Statistic	.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig. .621
	99% Confidence Interval Lower Bound .608
	Upper Bound .633

Tabel 8.4 Uji Multikolonieritas dan Heteroskedastisita

3. Nilai uji multikolonieritas

Coefficients ^a							
Model	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics
			Beta	t	Sig.	Tolerance	
(Constant)	.732	3.209		.228	.820		
VAR00001	.203	.133	.173	1.528	.132	.483	2.068
VAR00002	.728	.123	.673	5.936	<.001	.483	2.068

a. Dependent Variable: VAR00003

4. Uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.168	1.763		2.932	.005
	VAR00001	-.022	.073	-.057	-.306	.761
	VAR00002	-.068	.067	-.189	-1.012	.316

a. Dependent Variable: abss

Tabel 8.5 Analisis regresi berganda, Uji koefisien determinasi dan uji F

5. Analisis regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	.732	3.209	.228	.820
	VAR0000	.203	.133	.173	.132
1	VAR0000	.728	.123	.673	5.936
2					<.001

a. Dependent Variable: VAR00003

Nilai a (konstanta) 0,732Nilai x1 (beta) 0,203Nilai x2 (beta) 0,728

$$\hat{Y} = 0,732 + 0,203x1 + 0,728x2 + e$$

5. Uji koefisien determinasi dan Uji F

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.807 ^a	.651	.639	3.102	

a. Predictors: (Constant), VAR00002, VAR00001

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1006.968	2	503.484	52.333	<.001 ^b
	Residual	538.761	56	9.621		

Curriculum Vitae



Nama : Miftahul Huda

Tempat,Tanggal lahir : Banyuasin, 18 Februari 2003

Alamat : Desa têluk betung, Kecamatan Pulau Rimau, Kab. Banyuasin Sumatera Selatan

Alamat domisi : Komplek Nurul Huda, pondok pesantren Annur Ngerukem, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta

Email : miftaalhuda2@gmail.com

Riwayat pendidikan

1. Formal :
 - Ma Annur gajah mati
 - Institut Ilmu Al-Qur'an Annur Yogyakarta
2. Pendidikan Non formal :
 - Madin Annur gama
 - Ponpes An Nur gama
 - Ponpes An Nur Ngrukem

Pengalaman Organisasi/kerja/magang:

- MBKM PT Multisera Group bagian marketing sales (Oktober 2024 - Maret 2025

- Magang bank BTN kcps Bantul, bagian administrasi dokumen (September 2024 - Oktober 2024)
- Bagian kajian dan intelektual Dema Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Annur periode (Agustus 2023 - Februari 2024)
- Divisi kebersihan Pondok Pesantren An Nur ngerukem komplek Nurul Huda sebagai anggota (2022 – 2023).

Hobi : Membaca, menulis dan senyum

Motto : “ **BE GRATEFUL** ”

Terima Kasih