























menyuarakan keluhan konsumen atau akibat buruk yang menimpa konsumen setelah mengkonsumsi produk. Jadi, kelompok kegiatan konsumen mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi atau menolak produk.

#### 6) Kelompok Kerja

Sejumlah waktu orang habiskan di tempat kerja lebih dari tiga puluh lima jam per minggu. Ini memberikan kesempatan yang luas bagi kelompok kerja untuk melayani sebagai pengaruh besar terhadap perilaku konsumsi anggota. Kelompok kerja menentukan juga pilihan produk. Itulah sebabnya mengapa Nescafe membuat setting iklannya ditempat kerja, dimana orang yang tidak mengkonsumsi Nescafe menjadi korban cemooh dari para rekan sekerjanya.

#### 7) Kelompok Acuan

Kelompok rujukan/acuan (*reference group*) adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (*standar*) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Grup referensi melibatkan satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembandingan atau titik referensi dalam membentuk tanggapan *afeksi* dan *kognisi* serta menyatakan perilaku seseorang. Grup referensi ukurannya beragam (dari satu hingga ratusan orang), dapat memiliki bentuk nyata (orang sebenarnya), atau tidak nyata dan simbolik (eksekutif yang berhasil atau bintang olahraga). Grup















menjelaskan dan dipahami segala hal yang menyangkut hak dan kewajiban masing-masing.

## 2) *Hadits*

“Dari Abu Said al Khudri bahwa Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka”.

*Hadits* ini yang diriwayatkan oleh Al-Baihaqi dan Ibnu Majah ini merupakan dalil atas keabsahan jual beli secara umum. *Hadits* ini memberikan prasyarat bahwa akad jual beli *murābahah* harus dilakukan dengan adanya kerelaan masing-masing pihak ketika melakukan transaksi.

### c. Syarat dan Rukun

Syarat jual beli *murābahah* antara lain:<sup>38</sup>

- 1) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Secara prinsip, jika syarat dalam a, b, atau c tidak terpenuhi, pembeli memiliki pilihan:

<sup>38</sup> Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syari’ah; Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 102-103.







tentang faktor yang mempengaruhi Nasabah dalam memilih pembiayaan *murābahah*.

2. Alima Setiyarini, bedanya adalah variabel X nya, Peneliti hanya menggunakan 2 variabel X yaitu Dinamika Kelompok ( $X_1$ ) dan Budaya Konsumsi ( $X_2$ ). Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang faktor yang mempengaruhi Nasabah dalam memilih pembiayaan *murābahah* di BMT.
3. Atin Yulaifah, bedanya adalah jumlah variabel X nya, di sini Peneliti hanya menggunakan dua variabel X yaitu dinamika kelompok dan budaya konsumsi. Persamaannya dengan penelitian Saya adalah sama-sama menggunakan variabel budaya konsumsi sebagai variabel X.
4. Mohaddeh, bedanya adalah dari variabel X nya, Peneliti menggunakan dua variabel X, dan yang lebih ditekankan adalah budaya konsumsi, bukan budaya konsumtif. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang budaya konsumserisme yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.
5. Ainur Rohmah, bedanya adalah dari variabel X, yang mana peneliti lebih menekankan pada dinamika kelompok, bukan kelompok acuan. Persamaannya adalah sama-sama meneliti factor kelompok konsumen, dan keputusan pembelian.



Penulis mempunyai beberapa hipotesis yang mempengaruhi keputusan pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya, yaitu:

1.  $H_0$  = Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya.

$H_a$  = Secara parsial ada pengaruh signifikan dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya.

2.  $H_0$  = Secara simultan tidak ada pengaruh signifikan dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya.

$H_a$  = Secara simultan ada pengaruh signifikan dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya.