



lingkungan sosial, saya pilih karena mewakili faktor eksternal yang mana penilaian seseorang untuk memutuskan menggunakan suatu objek atau mengkonsumsi suatu produk karena adanya pengaruh dari orang-orang terdekat atau sekitarnya seperti teman, keluarga, tetangga dan lain sebagainya.

Selain itu, alasan lainnya karena saya ingin mengetahui dan membuktikan teori yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen yang disebut dengan teori aksi / tindakan beralasan atau lebih dikenal dengan sebutan TRA (*Theory of Reasoned Action*). Pada teori ini menjelaskan atau menerangkan mengenai perilaku konsumen. Menurut teori ini perilaku seseorang dapat diprediksi secara akurat melalui variabel sikap dan lingkungan sosial. Dengan alasan tersebut maka saya memilih sikap dan lingkungan sosial sebagai variabel untuk penelitian ini.

Membahas mengenai perilaku konsumen maka mempunyai hubungan yang erat dengan tindakan pemenuhan kebutuhan seseorang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk keberlangsungan kehidupannya. Kebutuhan manusia sangat banyak dan berbeda-beda terhadap suatu produk sehingga muncullah permintaan konsumen terhadap produk-produk yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berbagai macam produk yang beredar dan yang digunakan oleh konsumen akan mendapatkan penilaian dari konsumen setelah memakainya. Sehingga muncul penilaian konsumen terhadap suatu produk, dimana penilaian tersebut berupa sikap konsumen yang telah dirasakan dan dialami setelah menggunakan suatu









diri sendiri, tetapi keputusan pembelian suatu produk juga bisa terjadi karena adanya pengaruh dari lingkungan sosial juga.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai sikap dan lingkungan sosial, yang mana hasil dari penelitian terdahulu tersebut menyatakan bahwa kebanyakan memang sikap dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka menunjukkan bahwa pentingnya sikap berupa penilaian dari diri sendiri yang termasuk dari faktor internal dan juga lingkungan sosial berupa saran dari orang-orang terdekat yang termasuk dari faktor eksternal sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk. Disini terlihat bahwa tidak hanya faktor internal saja yang mempengaruhi tetapi juga faktor eksternalnya juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Tetapi dari kedua variabel tersebut manakah yang lebih berpengaruh antara sikap dan lingkungan sosial dalam hal keputusan menggunakan produk. Maka dari itu pada penelitian ini saya akan meneliti mengenai pengaruh sikap dan lingkungan sosial terhadap keputusan menggunakan pembiayaan *murābahah bi al-wakālah* pada pedagang pasar Krian di BMT UGT Sidogiri Capem Krian, untuk mengetahui mana yang lebih berpengaruh antara sikap dan lingkungan sosial terhadap pembiayaan *murābahah bi al-wakālah*. Pada penelitian ini saya akan melakukan penelitian di BMT UGT Sidogiri Capem Krian dan mencari informasi sesuai kebutuhan untuk mendukung penelitian ini kepada nasabah yang melakukan pembiayaan *murābahah bi al-wakālah* di BMT UGT Sidogiri Capem Krian.





