

## ABSTRAK

**Fadhel Achmad Ar Ridha.** 2017. *Pengaruh Kebutuhan, Kelompok Referensi dan Promosi terhadap Pembiayaan Murābahah pada Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H.M. Ma'ruf Abdullah, SH, MM. (II) Farihatni Mulyati, S.Ag., MHI.

Kata kunci: Kebutuhan, Kelompok Referensi, Promosi, Keputusan Konsumen, Pembiayaan *Murābahah*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan *murābahah* pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, dan mengetahui variabel yang paling mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan *murābahah*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini berlokasi di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan bantuan *Software SPSS 22 for windows*.

Melalui analisis kuantitatif, penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: *Pertama*, variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kebutuhan ( $X_1$ ), kelompok referensi ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ). Secara parsial berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan *murābahah*. Hal ini dapat dilihat dari uji t dimana nilai  $t_{hitung}$  kebutuhan ( $X_1$ ) sebesar 3,898 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66256 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kelompok referensi ( $X_2$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,993 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66256 dan tingkat signifikansi 0,056 lebih kecil dari 0,05. Promosi dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,259 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66256 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan secara simultan ketiga variabel yaitu kebutuhan ( $X_1$ ), kelompok referensi ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji f di mana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,127 > 2,71$ ) dan nilai signifikan F sebesar 0,000, di mana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). *Kedua*, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan *murābahah* adalah promosi ( $X_3$ ) hal ini dapat dilihat dari uji t dari nilai *Standardized Coefficients Beta* tertinggi yaitu promosi ( $X_3$ ) 0,383. Hal ini karena karyawan Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin memberikan promosi ( $X_3$ ) produk pembiayaan *murābahah* sesuai syariat Islam yaitu dengan ramah, jujur, tidak ada unsur penipuan, mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral didalamnya sehingga anggota tidak ada keraguan memutuskan untuk melakukan pembiayaan *murābahah*.