UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Deni Sapitri (2018): Pengaruh Kebutuhan Afiliasi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 Menurut Ekonomi Islam

Latar belakang penulis mengambil judul ini adalah melihat adanya pengaruh kebutuhan afiliasi dalam mengambil keputusan pembelian *smartphone*. Rumusan masalah dalam penelitian ini: Apakah terdapat pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keputusan pembelian smartphone dan Bagaimana pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 menurut ekonomi Islam.

Penelitian ini dilakukan di MAN 2 Model Kampus 2 Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 164 orang dengan 62 orang sampel dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *random sampling* yang mengambil 62 orang siswa/i secara acak. Teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesiner dan studi pustaka. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data untuk ditabulasikan kemudian diolah pada spss 17 untuk mengetahui hasil uji validitas, releabilitas, normalitas, multikoleriritas, heteroskedastisitas, autokorelasi, analisis regresi linier sederhana, uji-t, koefisien determinasi dan korelasi yang diuraikan secara sistematis dengan metode kuantitatif dengan regresi sederhana yaitu penjelasan data dalam bentuk tabel, skema dan gambar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kebutuhan afiliasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} (7,932) > t_{tabel} (2,000) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05. Sementara nilai R Square sebesar 0,512 menjelaskan bahwa afiliasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 51,2%, sementara sisanya 48,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti didalam penelitian ini. Persamaan regresinya ialah nilai konstanta (a) sebesar 0,322 artinya adalah apabila afiliasi diasumsikan bernilai nol (0), maka keputusan pembelian tetap sebesar 0,322. Dan nilai koefisien regresi 1,886 menyatakan bahwa jika afiliasi mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 1,886. Menurut ekonomi Islam kebutuhan afiliasi dan keputusan pembelian *smartphone* yang di anut oleh siswa/i MAN 2 Model Kampus 2 Pekanbaru pada umumnya sudah sesuai dengan Ekonomi Islam, karena mereka mementingkan *mashlahah* dalam mengambil keputusan pembelian *smartphone*.

Keyword*: Kebutuhan Afiliasi dan Keputusan Pembelian *Smartphone