

Hak Cipta Diindungi 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.

## A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat terlepas dari manusia lainnya. Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia saling bergantung satu sama lain atau disebut dengan inter-depedence.<sup>1</sup> Karena manusia adalah makhluk sosial, orang-orang pada umumnya suka berhubungan dan bergabung dengan orang lain dalam situasi-situasi dimana mereka merasa bagian dari yang lain dan diterima dengan baik. Meskipun hal ini merupakan kebutuhan yang umum, kebutuhan ini cenderung lebih kuat bagi orang-orang tertentu dibandingkan dengan yang lain dan lebih kuat lagi dalam situasi-situasi tertentu.

Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia juga bisa menjalankan berbagai bisnis sesuai dengan keinginannya, dimana bisnis itu sendiri merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (*privat*) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan

---

<sup>1</sup>Abdullah zakiy Al-kalaf, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 191.

## Hak Cipta Diindungi 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.

tujuan untuk kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.<sup>2</sup>

Dalam upaya untuk lebih memahami kebutuhan tersebut, Santley Schachter dari Universitas Minessota telah memberikan kontribusi yang signifikan. Upaya yang dilakukannya terutama diarahkan untuk mempelajari keinginan bermasyarakat sebagai tujuan yaitu, apabila orang saling berhubungan hanya karena mereka menyenangkan hal itu. Dalam beberapa situasi seperti itu tidak ada ganjaran (*reward*) seperti uang perlindungan yang diperoleh dari afilias tersebut.<sup>3</sup> Yang mana kebutuhan afiliasi itu sendiri merupakan keinginan manusia untuk membina hubungan dengan sesamanya, mencari teman yang bisa menerimanya, ingin dimiliki oleh orang-orang sekelilingnya, dan ingin memiliki orang-orang yang bisa menerimanya. Seseorang yang memiliki kebutuhan afiliasi akan terlihat aktif dalam berbagai kegiatan sosial maupun kegiatan yang melibatkan banyak orang. Ia akan memilih produk dan jasa yang disenangi atau disetujui oleh teman dan kerabat dekatnya.<sup>4</sup>

Menurut Murray Kebutuhan berafiliasi adalah keinginan untuk mendekat atau keinginan untuk kerjasama dengan orang lain, menyenangkan dan mendapat afeksi dari orang lain, dan setia terhadap teman. Dalam kebutuhan berafiliasi ini terkandung kepercayaan, kemauan baik, afeksi, kasih, dan empati yang simpatik yang dimainfestasikan dalam sikap bersahabat,

<sup>2</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 3.

<sup>3</sup> Agus Dharma, *Manajemen Perilaku Organisasi: Pendayagunaan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Erlangga, 1982), *Edisi ke Empat*, h. 38-39.

<sup>4</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), *Cetakan ke Dua*, h. 42.

Hak Cipta Diindungi 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.

sosial, menyenangkan, penuh kasih dan kepercayaan dan bersifat baik. McClelland menyatakan bahwa kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain. kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. McClelland juga mengatakan bahwa kebutuhan afiliasi adalah dorongan untuk ramah, berhubungan hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya.<sup>5</sup>

Seseorang yang memiliki motif afiliasi tinggi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:<sup>6</sup>

1. Simpati

Simpati yaitu adanya rasa untuk saling menghormati dan mengerti akan keadaan dan keberadaan orang lain.

2. Empati

Empati yaitu adanya perasaan yang mendalam terhadap yang di alami orang lain.

3. Kepercayaan

Kepercayaan yaitu adanya kesanggupan dalam diri seseorang untuk mempercayai orang lain dalam berhubungan.

4. Menyenangkan orang lain

Menyenangkan orang lain yaitu adanya keinginan seseorang untuk menyenangkan orang lain.

<sup>5</sup> Siti Khasanah, (2015). Hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dengan Keterbukaan Diri pada Remaja Pengguna Blackberry messenger (BBM), Skripsi. Pekanbaru: Fakultas Psikologi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

<sup>6</sup> Rusna, (2014). Hubungan Motif Afiliasi dengan Keterbukaan Diri pada Pengguna Facebook, Skripsi. Pekanbaru: Fakultas Psikologi Universitas Sultan Syarif Kasim 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.

Al-Qur'an menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang selalu terdorong untuk memenuhi kebutuhan bersosialisasi dalam suatu komunitas. Proses sosialisasi ini akan melahirkan berbagai dorongan dan kebutuhan tertentu, seperti afiliasi, aktualisasi, kompetisi, yang akan berpengaruh positif dalam motivasi seseorang. Allah SWT berfirman:

يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: "Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal". (QS. Al-Hujarat, 49:13).

QS. Ali-Imran 3:103

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَادْكُرُوا اللَّهَ عَلَيْهِمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءَ فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ ءَايَاتِهِ ۗ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya: "Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu Karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu Telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.

Secara umum, Keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat

## 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.

alternatif pilihan. Sebaliknya jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan.<sup>7</sup>

Karena konsumen bergerak melalui tahap-tahap proses keputusan dengan cara linier, dan tingkat pemrosesan informasi yang tinggi terjadi pada setiap tahap.<sup>8</sup>

Perilaku konsumen adalah semua tindakan, kegiatan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi. Proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu:<sup>9</sup>

1. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen dan lembaga lainnya;
2. Faktor perbedaan individu konsumen;
3. Faktor lingkungan konsumen.

Proses pengambilan keputusan merupakan perilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran, dan dengan demikian dapat memecahkan masalahnya, dengan kata lain proses pemecahan suatu masalah yang diarahkan pada sasaran. Proses pengambilan keputusan konsumen menurut Philip Khotler terdiri dari lima tahap, seperti yang dijelaskan gambar berikut:<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Anandya Cahaya Hardiawan, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*, (2013). h. 15.

<sup>8</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), Jilid ke2 Edisi ke lima, h. 5.

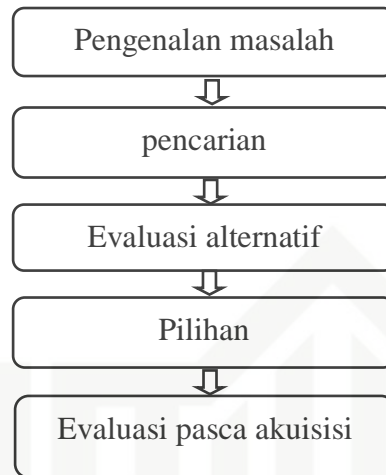
<sup>9</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2011), Edisi 2 cetakan 1, h. 3.

<sup>10</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Op Cit*, h. 3.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar I.1



Penjelasan:

1. Pengenalan masalah adalah pengungkapan penyimpangan antara keadaan yang sesungguhnya dan yang diinginkan. Jadi pengenalan masalah terjadi bila suatu kebutuhan dirasakan.<sup>11</sup>
2. Pencarian konsumen mengacu pada semua tindakan yang diambil konsumen untuk mengidentifikasi dan memperoleh informasi dengan cara pemecahan masalah. Ada dua jenis proses pencarian:
  - a. Pencarian internal merupakan pencarian melalui informasi tentang produk atau jasa yang dapat memecahkan masalah.
  - b. Pencarian eksternal didefinisikan sebagai tingkat perhatian, persepsi, dan upaya yang diarahkan memperoleh data lingkungan atau informasi yang berhubungan dengan pembelian spesifik berdasarkan pertimbangan.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Op Cit*, h. 15.

<sup>12</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Op Cit*, h. 18-21.

Hak Cipta Diindungi 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.

3. Evaluasi alternatif, pada tahap evaluasi alternatif dari proses perolehan atau akuisisi, konsumen membandingkan pilihan yang diidentifikasi sebagai cara yang secara potensial mampu memecahkan masalah yang mengawali proses keputusan. Ketika membedakan hal ini, konsumen membentuk keyakinan, sikap dan tujuan mengenai alternatif yang dipertimbangan. Dengan demikian evaluasi alternatif dan pengembangan keyakinan, sikap, dan tujuan merupakan proses yang sangat erat hubungannya.<sup>13</sup>
4. Pilihan, yang mana para konsumen memilih antara merek atau jasa alternatif dan mereka juga menentukan pilihan diantara toko-toko.<sup>14</sup>
5. Evaluasi pascaakuisi mengacu pada konsumsi, evaluasi pascapemilihan, dan disposisi barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Selama tahap evaluasi pascapemilihan konsumen umumnya mengungkapkan kepuasan atau ketidakpuasan atas pembelian mereka.<sup>15</sup>

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.<sup>16</sup>

Menurut Mowen, dalam proses keputusan pembelian sebelum melakukan tindakan pembelian suatu produk, konsumen tentu saja memiliki

<sup>13</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Op Cit*, h. 41.

<sup>14</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Op Cit*, h. 56.

<sup>15</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Op Cit*, h. 82.

<sup>16</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Loc. Cit.* h. 15

motivasi tertentu yang diharapkan akan tercapai setelah melakukan pembelian. Motivasi tidak dapat dilihat begitu saja dari perilaku seseorang karena motif tidak selalu seperti yang tampak, bahkan kadang-kadang berlawanan dari yang tampak. Tingkah laku seseorang sangat dipengaruhi dan dirangsang oleh keinginan, kebutuhan, tujuan dan kepuasannya. Baik yang bersumber dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal).

Konsumsi merupakan salah satu kegiatan dalam bidang ekonomi dalam hal penggunaan dan pemanfaatan sumber daya atau barang yang ada, atau anugrah Allah SWT yang diberikan kepada manusia untuk digunakan. Dalam melakukan konsumsi manusia diberi kebebasan, namun dalam kebebasan itu manusia harus berpijak pada aturan-aturan konsumsi yang telah diatur dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, Al-Qur'an yang mengatur penggunaan kekayaan dalam suatu masyarakat muslim. Kaum muslimin dianjurkan untuk menggunakan kekayaan mereka (langsung atau tidak langsung) pada hal-hal yang mereka anggap baik dan menyenangkan bagi mereka. Al-Qur'an tidak menetapkan ketentuan-ketentuan atau aturan-aturan yang tegas apakah barang itu sesuai atau dibolehkan bagi mereka, tapi masyarakat itu sendiri diberi keleluasaan untuk menentukan tingkat kesucian atau barang-barang.<sup>17</sup>

Al-Qur'anul Karim memberikan kepada kita petunjuk yang sangat jelas.

Berdasarkan surat Al-Isro' ayat 26-27 Allah SWT berfirman:

<sup>17</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), jilid 2, h.19.

Hak Cipta Diindungi 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.



وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾  
 إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: "Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu) secara boros.(26). Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada tuhaninya.(27)"

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa Allah SWT memirintahkan kepada manusia agar kita (manusia) mengatur dan membelanjakan harta kita secara tepat, yaitu dengan membelanjakan di jalan Allah, memberikan bagian harta kita kepada yang berhak dan tidak melakukan pemborosan, menghambur-hamburkan dan menya-nyiakan harta yang kita miliki.

Komunikasi adalah bahwa seseorang memberi tafsiran pada perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, gerak-gerak badaniah atau sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Dengan adanya komunikasi tersebut, sikap-sikap dan perasaan-perasaan suatu kelompok manusia atau orang-perorangan dapat diketahui oleh kelompok-kelompok lain atau orang-orang lainnya.

Smartphone (*telpon cerdas*) adalah telpon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti telpon cerdas. Smartphone adalah telepon yang menyediakan fitur yang berada diatas dan diluar kemampuan sederhana untuk membuat panggilan telepon. Sementara

**Hak Cipta Diindungi 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.

istilah dapat digunakan secara wajar untuk semua jenis telepon, smartphone biasanya dipahami sebagai ponsel dan bukan telepon rumah. Selama bertahun-tahun, konsep telpon pintar terus berkembang sebagai perangkat tangan yang telah menjadi canggih.<sup>18</sup>

Dikalangan remaja, seperti tehnologi komunikasi handphone yang berjenis smartphone dan internet telah menjadi multifungsi. Tergantung cara remaja yang menggunakannya secara positif atau negatif. Contoh positifnya yaitu dapat mempermudah mereka dalam belajar dan dalam berkomunikasi dengan sesamanya maupun mendapatkan informasi dari sekolah ataupun tugas-tugas yang diberikan gurunya melalui Email dan sebagainya. Contoh negatifnya yaitu melihat situs-situs yang tidak pantas oleh siswa seperti yang terjadi pada *kids zaman now* dan hanya ingin mengikuti gaya hidup yang tidak sesuai dengan ekonomi keluarganya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kebutuhan Afiliasi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 Menurut Ekonomi Islam”**.

**B. Batasan Masalah**

Agar pembahasan pada penelitian tidak terlalu luas dan agar pembahasan lebih dapat dipahami maka penulis membatasi tulisan ini hanya pada “Pengaruh Kebutuhan Afiliasi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Siswa/i MAN Model Pekanbaru Kampus 2 Menurut Ekonomi Islam ”.

<sup>18</sup> Afifah Rahmah, (2015). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Aktifitas Kehidupan Siswa. Jurnal (Skripsi): Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Hak Cipta Diindungi 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.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keputusan pembelian smartphone?
2. Bagaimana pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keputusan pembelian smartphone Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 menurut ekonomi Islam?

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keputusan pembelian smartphone Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 menurut ekonomi Islam.
- b. Untuk mengetahui kebutuhan afiliasi dan keputusan Pembelian *Smartphone* Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 dalam ekonomi Islam.

#### 2. Manfaat penelitian

- a. Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan praktek yang terjadi.
- b. Sebagai informasi bagi perusahaan smartphone dalam menentukan kebijakan dalam pemasaran dan penjualan di masa yang akan datang.

#### Hak Cipta Diindungi 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.

- c. Sebagai salah satu syarat guna penyelesaian studi S1 pada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam.
- d. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat menjadi sarana pengembangan penelitian-penelitian lebih lanjut dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

### E. Metode Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Man 2 Model Pekanbaru Kampus 2. Kecenderungan peneliti untuk memilih lokasi tersebut karena banyaknya pengguna smartphone dan terdapat berbagai latar belakang yang beraneka ragam.

#### 2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 pengguna smartphone. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pengaruh afiliasi terhadap keputusan pembelian smartphone menurut perspektif ekonomi Islam.

#### 3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 63

## Hak Cipta Diindungi 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.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna smartphone pada Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2 yang berjumlah 164 orang. Mengingat jumlah populasi terlalu banyak serta waktu terbatas, maka penulis mengambil metode *Random Sampling* yaitu subjek diambil secara acak dari sejumlah populasi yang sudah ditetapkan. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat Kesalahan =10%

maka jumlah dalam sampel ini adalah:

$$n = \frac{164}{1+164(0,1^2)} = 62$$

## 4. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi serta bahan lainnya yang dibutuhkan untuk penelitian ini dilakukan melalui dua cara:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian berupa responden dan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang sedang diteliti yaitu dengan memberikan kuesioner kepada responden.

#### Hak Cipta Diindungi 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.

- b. Data sekunder adalah data dalam bentuk yang sudah jadi yang diperoleh dari pihak yang ada hubungannya dengan penelitian ini yaitu dengan menelaah buku-buku, maupun informasi sesuai dengan masalah yang diteliti. Hal ini dilakukan melalui studi pustaka, membantu menemukan teori-teori yang mendukung penelitian ini.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

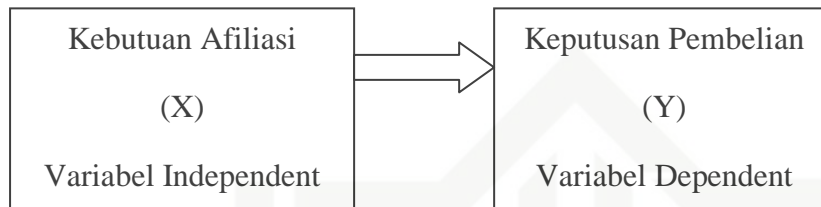
- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung dilapangan untuk memperoleh gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Kuesioner yaitu memberikan pernyataan mengenai masalah yang diteliti dengan daftar pertanyaan kepada pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden terdiri dari pertanyaan dengan beberapa alternatif pilihan yang disediakan. Selanjutnya jawaban dari kuesioner tersebut lebih terbuka, yaitu responden yang dipilih dapat memberikan jawaban atau pilihan yang telah disediakan oleh peneliti.
- c. Dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

## Hak Cipta Diindungi 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.

## F. Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran di bawah ini, akan memperjelas konsep penelitian.



## G. Analisis Data

Untuk melakukan penganalisaan data yang diperoleh di lapangan, maka cara yang penulis tempuh yaitu dengan menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan teknik korelasi *product moment*.

sebelum dilakukan pengujian terlebih dahulu dilakukan pengujian persyaratan analisis yang meliputi:

1. Uji Instrument Penelitian
  - a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahaan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Sunjoyo, dkk. Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0), (Bandung, Alfabeta, 2013), h. 38-39

## Hak Cipta Diindungi 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.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawan tertentu. Reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya tetap sama.<sup>21</sup> Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r$ )  $>0,6$ .<sup>22</sup>

## 2. Uji Instrumen Klasik

Hasil dari koefisien regresi akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bias bila memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan korelasi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikoleniritas, heteroskedastisitas serta autokorelasi.

## a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual bterdistribusi normal atau tidak.<sup>23</sup> Sehingga analisis dengan validitas, reabilitas, uji-t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

<sup>21</sup> Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 348

<sup>22</sup> Syofian Siregar, *Istatistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2014), h. 89

<sup>23</sup> Sunjoyo, dkk. *Op Cit*, h. 59



## Hak Cipta Diindungi 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.

## b. Uji Multikoleniritas

Multikoleniritas berarti terjadi korelasi linier yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk, ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut mengandung makna multikolinieritas.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah ketidak samaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.<sup>24</sup>

## d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antardata yang ada pada variabel-variabel penelitian. Uji otokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan yang terjadi antara serangkaian anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series pada waktu yang berbeda.

<sup>24</sup> Sunjoyo, dkk. *Op Cit*, h. 69

## Hak Cipta Diindungi 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.

### 3. Uji Hipotesis Penelitian

#### a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya.<sup>25</sup>

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X sebagai berikut.

$$Y = a + bx$$

Dimana :

- X = Kebutuhan Afiliasi
- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b = Parameter atau koefisien regresi

#### b. Uji-t

Pengujian ini menggunakan uji-t, yaitu membandingkan t-hitung dengan t-tabel, apabila t-hitung lebih besar dari t-tabel, berarti variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya, jika t-hitung lebih kecil dari t-tabel, berarti variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

#### c. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi.

<sup>25</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005) Edisi ke-2, Cet. Ke-3, h. 235

#### Hak Cipta Diindungi 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.

#### d. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00-0,199	: sangat rendah
0,20-0,399	: rendah
0,40-0,599	: sedang
0,60-0,799	: kuat
0,80-1,000	: sangat kuat

#### H. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan atau jawaban sementara atas suatu masalah yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Berdasarkan permasalahan dan analisa di atas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kebutuhan afiliasi terhadap keputusan pembelian ( $H_a$ ).

#### I. Definisi Variabel

##### 1. Kebutuhan afiliasi (X)

Kebutuhan afiliasi adalah suatu keinginan untuk berinteraksi secara sosial dengan individu lain untuk membentuk pertemanan dan bersosialisasi.

## Hak Cipta Diindungi 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.

## 2. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
KEBUTUHAN AFILIASI (X)	Kebutuhan afiliasi adalah suatu keinginan untuk berinteraksi secara sosila dengan individu lain untuk membentuk pertemanan dan bersosialisasi. <b>(Ujang Sumarwan,2004)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampil lebih baik jika ada intensif afiliasi.</li> <li>2. Mempertahankan hubungan antar idividu.</li> <li>3. Menyukai kerjasama dan menghindari persaingan.</li> <li>4. Mengatasi rasa takut akan penolakan.</li> <li>5. Menunjukkan tingkah laku kepemimpinan dalam kelompok.</li> </ol>
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. <b>(Khotler dan Amstrong, 2001)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantap atas keputusan.</li> <li>2. Cepat dalam memutuskan.</li> <li>3. Yakin keputusan tepat.</li> </ol>

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Setiap pertanyaan mempunyai lima alternatif jawaban, untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. dengan bobot alternative jawaban sebagai berikut:<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Yulis Lestari, *Pengaruh Marketing MIX-7P Terhadap Keptusan Pembelian Asuransi Mitra Permata Pada AJB Bumi Putra 1912 Kantor Cabang Bangkinang*, (Bangkinang: Sekolah Tinggi Ekonomi, 2013), h. 37.

## Hak Cipta Diindungi 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.

Sangat setuju (SS)	= skor 5
Setuju (S)	= skor 4
Kurang setuju (KS)	= skor 3
Tidak Setuju (TS)	= skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= skor 1

Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputerisasi melalui program SPSS 17.

## J. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini oleh penulis akan dibagi menjadi lima bab pembahasan, yaitu:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai Sejarah Singkat Berdirinya Man 2 Model Pekanbaru Kampus 2, Visi dan Misi Man 2 Model Pekanbaru Kampus 2, Struktur Organisasi Man 2 Model Pekanbaru Kampus 2, dan Jumlah Siswa/i MAN 2 Model Pekanbaru Kampus 2.

### **BAB III: TINJAUAN TEORI**

Pada bab ini berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

**Hak Cipta Diindungi 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.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas mengenai Analisis Deskriptif Pengaruh Kebutuhan Afiliasi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Siswa/i Man 2 Model Kampus 2 Pekanbaru Menurut Ekonomi dan Tinjauan Ekonomi Islam tentang Pengaruh Kebutuhan Afiliasi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Siswa/i Man 2 Model Kampus 2 Pekanbaru.

**BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini membahas mengenai Kesimpulan dan Saran.

