ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Status Sosisal Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya dan Budaya Konsumen terhadap Keputusan Perilaku Konsumtif untuk Produk Fashion pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung" ini ditulis oleh Vina Alfiatul Munawaroh, 17402153008, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing Dyah Pravitasari, S.E.,M.SA.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena dan pengamatan sehari-hari, banyak ditemukan remaja termasuk mahasiswa, relatif sering membeli produk *fashion* dan aksesorisnya. Mereka sering membeli produk *fashion* dan barang-barang yang sama dengan temannya. Mayoritas mahasiswa belum mempunyai pendapatan atau dapat dikatakan pendapatannya nol karena sudah jelas sumber pendapatan utama adalah dari orang tua.

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: (1) Apakah Status sosial ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung? (2) Apakah kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung? (3) Apakah budaya konsumen terhadap berpengaruh perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung? (4) Apakah status sosial ekonomi keluarga, kelompok teman sebaya dan budaya konsumen berpengaruh terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung?. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh status sosial ekonomi keluarga, kelompok teman sebaya dan budaya konsumen terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa manajemen bisnis syariah IAIN Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data Primer. Teknik pengumpulan data melalui observasi, angket dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian dengan alat bantu spss versi 16, pada Mahasiswa Manejemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung. Hasil Pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa, (1) Variabel status sosial ekonomi keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (2) Variabel Kelompok Teman Sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (3) Variabel Budaya Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (4) variabel Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, Budaya Konsumen secara bersama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung.

Kata kunci : Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, Budaya Konsumen, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

The thesis "Influence of Sosisal family economic Status, peer group and consumer culture to the consumptive conduct decision for Fashion products for Sharia business management students IAIN Tulungagung" is written by Vina Alfiatul Munawaroh, 17402153008, the Faculty of Economics and Business of Islam, majoring in economics, the Institute of Islamic Studies of Tulungagung, advised of Dyah Pravitasari, S.E., M. SA.

The research is motivated by daily phenomena and observations, many teenagers found including students, relatively often buying fashion products and their accessories. They often buy fashion products and similar items with their friends. The majority of students do not have income or can be said to be zero revenue because it is clearly the main source of income is from parents.

The problem of this study are: (1) is the social economic Status of the family affected by the consumptive behavior for fashion products on Sharia business management student IAIN Tulungagung? (2) Does the peer group affect the consumptive behavior of fashion products in the Sharia business management student IAIN Tulungagung? (3) What is the consumer culture of the influential conduct of consumptive behavior for fashion products in IAIN Tulungagung Syariah business management students? (4) What is the socio-economic status of the family, peer group and consumer culture influence the consumptive behavior of fashion products in the Sharia business management student IAIN Tulungagung?. The purpose of this research is to examine the influence of family socio-economic status, peer group and consumer culture to consumptive behaviour for fashion products in IAIN Tulungagung Sharia business management students.

This research uses an associative approach to quantitative research types. The data uses is primary data. Data collection techniques through observation, polls and documentation. The study used the validity and reliability test analysis techniques, data normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypotheses testing.

The results of research, in the Sharia business management students IAIN Tulungagung. Hypothesized testing results may be concluded that, (1) The family's social economic status variables are positive and significant to the consumptive behaviour, (2) The group of peer variables affect positive and significant behavior Consumptive, (3) Consumer culture variables have a positive and significant effect on the consumptive behaviour (4) variables of the family socio-economic Status, peer group, consumer culture together influence the consumptive behaviour of the product Business management student in IAIN Tulungagung Syariah.

Keywords: Family socio-economic Status, peer group, consumer culture, consumptive behaviour