

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif pertama kali mulai terlihat signifikan pada era revolusi industri di abad ke-18, di mana produksi massal barang menjadi pendorong utama perubahan pola konsumsi masyarakat. Sebelum era ini, konsumsi masyarakat cenderung didasarkan pada kebutuhan dasar. Namun, dengan meningkatnya produksi barang dalam jumlah besar, ditambah dengan perkembangan perdagangan dan pemasaran, konsumsi mulai bergeser menjadi sarana untuk menunjukkan identitas, status sosial, dan prestise.¹

Puncak kemunculan perilaku konsumtif semakin nyata di abad ke-20, terutama setelah Perang Dunia II, ketika ekonomi global mulai pulih, dan teknologi komunikasi berkembang pesat. Era ini ditandai dengan penetrasi media massa yang memengaruhi gaya hidup masyarakat melalui iklan dan kampanye pemasaran. Konsumsi tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi menjadi simbol status, di mana merek dan tren menjadi tolok ukur kesuksesan sosial.²

¹ Ramezya Alya, 'Gaya Hidup Konsumerisme: Implikasi Pada Kondisi Sosial Dan Ancaman Keseimbangan Ekosistem', *Katalon*, 6 Juni 2024 <<https://tinyurl.com/bd653xe2>> [Diakses, 12 Desember 2024]

² Heni Iswati Fikri Al Farasyi, 'Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), 399–405. h, 2356.

Namun pada abad ke-21, perilaku konsumtif mencapai puncaknya dengan adanya globalisasi dan revolusi digital. Internet dan media sosial telah mempercepat penyebaran budaya konsumsi melalui promosi gaya hidup yang mewah dan materialistik. Tren ini didukung oleh kemudahan akses terhadap layanan e-commerce dan metode pembayaran digital, yang semakin mendorong masyarakat untuk terus berbelanja.³

Survei terbaru Lembaga Riset Snapcart di Januari 2023 mengungkapkan bahwa generasi millennial menjadi pembeli terbanyak di bidang e-commerce yakni sebanyak 50 persen (25-34 tahun). Mayoritas konsumen belanja online berdasarkan gender adalah wanita dengan jumlah mencapai 65 persen. Jika digabung dengan generasi Z (15-24 tahun) maka jumlah pembeli dari generasi muda mencapai sekitar 80 persen.⁴

Hal ini sesuai dengan yang di sampaikan oleh Bapak Kasan selaku Kepala Badan Kebijakan Perdagangan (kemendag) yang mengatakan pada Tahun 2023 penetrasi internet meningkat 79 persen atau bertambah sekitar 5 juta orang. Hal ini mendorong minat berbelanja yang dilakukan secara online. Ini artinya penduduk Indonesia terhubung dengan internet sebanyak hampir 216 juta orang, yang juga merupakan

³ Amanda Mirasherly Partadisastra And Others, 'Dampak Globalisasi Informasi Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Jakarta', *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.1 (2022). h, 7.

⁴ Tashandra Nabilla, '80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda Dan Wanita', *Kompas.com*, 22 Maret 2023 <<https://tinyurl.com/58kmabnb>>. [Diakses, 28 November 2024]

satu jumlah yang cukup besar. Di sisi lain, nilai ekonomi Indonesia pada Tahun 2021 sebesar 70 miliar dollar AS dan diperkirakan 2025 mencapai sekitar 146 miliar dollar AS.⁵ E-commerce di Indonesia bermacam-macam diantaranya yaitu shopee, lazada, Tokopedia dan lainnya. Shopee pada tahun 2020 telah meraih 97 juta pengunjung yang kemudian disusul oleh bukalapak, lazada dan Tokopedia. Sehingga dapat disimpulkan pula bahwa shopee merupakan market leader di bidang industri e-commerce Indonesia.⁶ Sejumlah faktor, seperti kemudahan, beragam pilihan produk, dan penawaran diskon menarik, disebutkan menjadi alasan utama dari besarnya minat belanja online masyarakat. Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, tapi belanja online dapat menjadi bumerang finansial. Ini lantaran kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk berbelanja secara impulsif.⁷ Selain itu Hasil survei Populix mencatat bahwa sebanyak 54 persen masyarakat Indonesia memilih untuk berbelanja di e-commerce, dengan mayoritasnya dilakukan oleh gen Z, yang

⁵ Kiki Safitri, "Survei Populix: 54 Persen Masyarakat RI Belanja di "E-Commerce", Mayoritas Gen Z", *Kompas.com*, 07 Desember 2023 <<https://tinyurl.com/bddtn2ua>> [Diakses, 27 November 2024]

⁶ framuditya framuditya, 'Pengaruh Teknik Negoisasi Pada Platform Live Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan', *Journal Media Public Relations*, 2.1 (2022), 23–33 . h,23-24.

⁷ Advertorial, 'Biar Belanja Online Enggak Bikin Boros, Terapkan Cara Ini', 03 Oktober 2024 <[Https://Tinyurl.Com/A5p7ehv7](https://Tinyurl.Com/A5p7ehv7)>. [Diakses, 28 November 2024]

mayoritasnya masih duduk di bangku perkuliahan atau mahasiswa.⁸

Selain itu mahasiswa menjadi kelompok yang paling rentan terhadap perilaku konsumtif ini. Karena sebagai individu yang berada dalam tahap pencarian jati diri, mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial, terutama kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya memainkan peran penting dalam menentukan gaya hidup, termasuk keputusan konsumsi, di mana tekanan untuk mengikuti tren sering kali sulit dihindari.⁹ Di sisi lain, status sosial ekonomi orang tua juga menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dari keluarga dengan status ekonomi tinggi cenderung lebih mudah memenuhi keinginan konsumtif mereka, sementara mahasiswa dari keluarga berpenghasilan rendah menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan keinginan konsumtif dengan keterbatasan ekonomi.¹⁰ Seperti mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi Uin Fas Bengkulu yang berjumlah:

⁸ Kiki Safitri, “Survei Populix: 54 Persen Masyarakat RI Belanja di ”E-Commerce“, Mayoritas Gen Z”, *Kompas.com*, 07 Maret 2023 <<https://tinyurl.com/bddtn2ua>>. [Diakses, 28 November 2024]

⁹ Misda Sari, ‘Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau’, *Suparyanto Dan Rosad* (2020), 248–53. h, 16.

¹⁰ Ulfa Despita, ‘Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)’, *Journal Of Economic Perspectives*, 2.1 (2022), h, 3.

Tabel 1.1
Data Jumlah Mahasiswa Penerima Beasiswa
Bidikmisi UIN FAS Bengkulu

No	Angkatan	Jumlah
1.	Angkatan 2020	250 Orang
2.	Angkatan 2021	169 Orang
3.	Angkatan 2022	169 Orang
4.	Angkatan 2023	350 Orang
5.	Angkatan 2024	350 Orang

Sumber: data diolah, 2024.

Beasiswa Bidikmisi-KIP Kuliah merupakan program beasiswa pemerintah yang diperuntukan bagi mahasiswa baru maupun mahasiswa lama yang memiliki potensi akademik untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi namun kemampuan ekonominya kurang. Fenomena yang sering terjadi pada kebanyakan mahasiswa Bidikmisi-KIP Kuliah yang berperilaku konsumtif. Asumsi ini terjadi karena kebanyakan mahasiswa Bidikmisi-KIP Kuliah tidak dapat mengelola keuangan secara baik.¹¹ Berdasarkan data di atas terdapat jumlah mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu, mahasiswa tersebut sebagian besar telah menggunakan transaksi berbelanja di E-commerce. Karena hal

¹¹ Putri Wardah Qurrotuaini and others, 'Analisis Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi-Kip Kuliah Angkatan 2020 Uin Raden Mas Said Surakarta', *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 6.1 (2022), 147–68. h, 115.

tersebut maka mahasiswa akan semakin mudah dalam berbelanja, hal ini menjadi salah satu permasalahan yang nantinya akan membuat mahasiswa menjadi perilaku konsumtif.

Kehidupan mahasiswa tentu tidak mudah, ketika seseorang menjadi mahasiswa otomatis kebutuhannya akan semakin beragam entah itu kebutuhan mendasar atau kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup.¹² Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup adalah naluri dasar manusia. Sejak kecil, individu menunjukkan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara. Seiring bertambahnya usia, keinginan dan kebutuhan tersebut akan terus meningkat. Namun, dalam usaha memenuhi kebutuhan, manusia menghadapi masalah ekonomi akibat ketidak seimbangan antara kebutuhan yang tidak terbatas dan jumlah alat pemuas kebutuhan yang terbatas.¹³

Selain itu Konformitas teman sebaya adalah perubahan dalam sikap, perilaku, dan kepercayaan seseorang akibat tekanan dari kelompok sebaya atau karena kematangan yang sejalan. Konformitas ini merupakan bentuk pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan perilakunya agar sesuai

¹² Aldes Ramadanti, 'Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2022. h, 7.

¹³ Putri Wardah Qurrotuaini and others, 'Analisis Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi-Kip Kuliah Angkatan 2020 Uin Raden Mas Said Surakarta', *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 6.1 (2022), 147–68.

dengan norma yang berlaku. Tekanan untuk mematuhi biasanya berasal dari aturan yang disepakati bersama, baik yang tertulis maupun tidak, yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan norma tersebut.¹⁴

Tidak hanya itu saja status sosial ekonomi orang tua dalam sebuah keluarga sangat mempengaruhi perilaku membeli remaja. Sikap dan pemikiran bahwa uang dan barang yang diinginkan lebih mudah diperoleh jika orang tua memiliki tingkat ekonomi yang tinggi cenderung dimiliki oleh anak-anak dari keluarga berstatus sosial ekonomi tinggi. Sebaliknya, anak-anak dari keluarga berstatus sosial ekonomi rendah, seperti mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi, umumnya memiliki keterbatasan ekonomi yang membuat mereka lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang. Namun demikian, dengan pemberian orang tua yang terbatas dan dana beasiswa yang mereka terima, apakah para mahasiswa ini tetap mampu menghindari perilaku konsumtif, atau justru tetap terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif di lingkungan sekitarnya.

Maka dari itu, pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya kepada mahasiswa yang mendapatkan beasiswa Bidikmisi, untuk mengetahui seberapa berpengaruh antara

¹⁴ Azizah Bestari Mulindra and Lita Ariani, 'Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja The Effect of Peer Conformity on Consumptive Behavior in Adolescents', *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan*, 4.2 (2023), 54–60, h. 56

kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif.

B. Batasan Masalah

1. Kelompok Teman Sebaya: Penelitian ini akan fokus pada pengaruh interaksi dan perilaku teman sebaya mahasiswa Bidikmi di UIN FAS Bengkulu Tahun 2021 terhadap kebiasaan konsumsi mereka.
2. Status Sosial Ekonomi Orang Tua: Analisis akan mencakup latar belakang ekonomi orang tua, termasuk penghasilan dan pendidikan, serta dampaknya terhadap pola konsumsi mahasiswa.
3. Perilaku Konsumtif: Penelitian akan mengeksplorasi jenis barang dan jasa yang dikonsumsi mahasiswa, frekuensi konsumsi, dan pengaruh nilai-nilai Islam dalam pengambilan keputusan konsumsi.
4. Perspektif Islam: Penelitian akan mempertimbangkan prinsip-prinsip Islam terkait konsumsi, termasuk konsep halal dan haram serta sikap bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya.
5. Mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu: Fokus terbatas pada mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi, yang memiliki tantangan sosial dan ekonomi khusus.

Batasan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam konteks penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021?
2. Apakah status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021?
3. Bagaimana pengaruh simultan antara kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021?

D. Tujuan Masalah

Adapun tujuan masalah berdasarkan rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap

perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis dengan pandangan perspektif Islam, penelitian ini berguna untuk memperluas pemahaman dalam ilmu ekonomi dan bisnis, serta menambah kajian teoritis mengenai interaksi mahasiswa di lingkungan kampus dan masyarakat. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong ilmu pengetahuan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan panduan bagi mahasiswa dalam memahami perilaku konsumtif sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan membedakan antara keinginan dan kebutuhan, mahasiswa dapat mengelola keuangan mereka dengan bijak, serta menerapkan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan sumber daya dan konsumsi yang bertanggung jawab.

F. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian sebelumnya dapat dijadikan perbandingan dan referensi untuk menghindari kesan bahwa penelitian ini serupa dengan yang lain. Oleh karena itu, penelitian ini mencantumkan hasil-hasil dari studi sebelumnya sebagai berikut:

1. Jurnal Internasional Ahmad Cholil, Romi Adetio Setiawan, Uswatun Hasanah.¹⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi masyarakat di Desa Padang Pelawi sebelum setelah terjadinya penurunan harga jual karet dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap pola konsumsi masyarakat di Desa Padang Pelawi setelah terjadinya penurunan harga jual karet. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 112 orang dengan sampel sebanyak 11 orang yang diperoleh melalui teori Arikunto dalam menentukan jumlah sampel. dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada saat harga karet sebelum terjadi penurunan dalam pola konsumsi masyarakat di Desa Padang Pelawi masih dapat terpenuhi dengan baik. Namun, setelah terjadinya penurunan harga jual karet pola konsumsi masyarakat di Desa Padang Pelawi sangat sulit dalam hal pemenuhan kebutuhannya. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada objeknya.

¹⁵ Ahmad Cholil, Romi Adetio Setiawan, and Uswatun Hasanah, 'The Impact of Decreasing Rubber Prices on Consumption Patterns of Society from the Perspective of Islamic Economics (A Case Study in Padang Pelawi Village, Sukaraja District, Seluma Regency)', *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12.1 (2024), 1397–1406

2. Jurnal Arif Rahmat, Asyari, dan Hesi Eka Puteri.¹⁶

Penelitian yang di lakukan oleh Arif Rahmat, Asyari, dan Hesi Eka Puteri yang bertujuan untuk mengetahui tentang Pengaruh *Hedonisme* dan *Religiusitas* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional dengan 363 sampel dan penelitian menggunakan teknik cluster sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hedonisme berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang berarti semakin tinggi tingkat hedonisme, semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Di sisi lain, religiusitas menunjukkan pengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjeknya dan terdapat persamaan pada objeknya.

3. Skripsi Linafsihi Kholifatun Akhidah.¹⁷

Penelitian yang di lakukan oleh Linafsihi Kholifatun Akhidah yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Kelompok Teman Sebaya

¹⁶ Arif Rahmat, Asyari Asyari, and Hesi Eka Puteri, 'Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4.1 (2020), 39

¹⁷ Linafsihi Kholifatun Akhidah, 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 IAIN Ponorogo)', 2021, 83.

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 Iain Ponorogo). Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel yang diambil terdiri dari 75 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017 di IAIN Ponorogo, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara simple random sampling. Untuk menganalisis data, digunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan terdapat sedikit persamaan pada subjek penelitiannya.

4. Skripsi Lailatus Sa'adah¹⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Lailatus Sa'adah yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari 144 responden dan diolah menggunakan software IBM SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang

¹⁸ Lailatus Sa'adah, 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023)

tua memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, variabel literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan terdapat sedikit persamaan pada objek penelitian.

5. Skripsi Fadia Haya Tabayun.¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Fadia Haya Tabayun yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Keuangan, Teman Sebaya Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan ex post facto dan survey. Jumlah sampel dalam penelitian ini terdiri dari 73 orang mahasiswa, yang diambil dengan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner atau angket. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan uji F, serta diolah dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari status sosial ekonomi orang tua, literasi keuangan, teman sebaya, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif

¹⁹ fadia haya Tabayun, 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Keuangan, Teman Sebaya Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi', (2021), 809–20.

dalam pembelian fashion di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung. Perbedaan. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan terdapat sedikit persamaan pada objek penelitian.

G. Sistematis Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dengan Sistematis penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah yang menjelaskan tentang problem dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian teori, berisi pembahasan umum tentang topik atau pokok bahasan, mengenai teori perilaku konsumtif, status sosial ekonomi orang tua, dan kelompok teman sebaya, serta pengertian teori bab dan batasannya. Kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Menjelaskan Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Bidikmisi Uin Fas Bengkulu).

BAB V: Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran.