

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang gaya hidup mahasiswa bidik misi di Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini dilakukan di Universitas Trunojoyo Madura. Ada Sebagian dari mahasiswa bidik misi yang nilai konsumtifnya tinggi. Mall umumnya adalah seputar fashion dan pernak pernik kaum muda, produk keluaran Mall ini terlihat modern dan eksklusif. Oleh karena itu tidaklah mengherankan kalau berbagai produk yang ditawarkan dari sebuah Mall lebih ditujukan untuk kalangan mahasiswa. Hal ini didukung dengan konsep Mall secara keseluruhan yang sangat identik dengan jiwa anak muda zaman sekarang.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam menggali data-data dari lapangan, yaitu melalui teknik wawancara mendalam, observasi langsung, serta data primer yang didapat dari hasil wawancara dimana instrument utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif mahasiswa bidik misi sebagian besar dari keseluruhan adalah untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di pusat perbelanjaan tersebut serta lebih mementingkan merk dari pada fungsi demi mendapatkan prestise dari masyarakat khususnya di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Mahasiswa Bidik Misi, Perilaku Konsumtif, Nilai Simbol

ABSTRACT

This reaearch aim is to know about bidikmisi students lifestyle in Trunojoyo University of Madura. this research is located in Trunojoyo University of Madura. there are some bidikmisi students having high consumptive value. Generally, Mall is a place of fashion and youth accessories, the products of mall look modern and exclusive. Therefore, it's not surprised if some products offered from a mall is shown more to university students. It's supported by mall concept overall having identical from youth soul today.

This research used qualitative descriptive method in collected data in the field, they are, in-dept interview, direct observation, and primary data from interview result where the main instrument in this research is researcher himself.

This result research shows that most of consumptive behavioral of bidikmisi students are used to shopping and consum product offered in the shopping center and merk is more important than the function for getting prestige from people especially in university students community

Key words: Bidikmisi students, consumptive behavioral, symbolic and sign value