

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	i
<u>HALAMAN PERNYATAAN</u>	ii
<u>ABSTRAK</u>	iii
<u>ABSTRACT</u>	iv
<u>KATA PENGANTAR</u>	v
<u>HALAMAN PERSEMBAHAN</u>	vii
<u>DAFTAR ISI</u>	1
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	x
<u>DAFTAR TABEL</u>	xi
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xii
<u>BAB 1 PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Secara Teoritis	8
1.4.2 Secara Praktis	9
1.5 Tahapan Penelitian	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
<u>BAB II KAJIAN PUSTAKA</u>	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori	27
2.2.1 Teknik Pendekatan Untuk Mempengaruhi Keputusan Konsumen	27
2.2.2 Motivasi	29
2.3 Menetapkan Keputusan (Decision Making)	36
2.4 Kerangka Pemikiran	36
<u>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</u>	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Objek Penelitian	41

3.4 Subjek Penelitian	42
3.5 Definisi Konsep	42
3.6 Unit Analisis	43
3.7 Informan	44
3.8 Pengumpulan Data	47
3.8.1 Sumber Data	47
3.8.2 Teknik Pengumpulan Data	48
3.9 Teknik Keabsahan Data	48
3.10 Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	51
4.1 Karakteristik Informan	51
4.1.1 Profil Informan	53
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Motivasi Informan Memilih Program Studi Ilmu Komunikasi Didasari oleh Komponen Kebutuhan	60
4.2.2 Motivasi Informan Memilih Program Studi Ilmu Komunikasi Didasari oleh Komponen Dorongan	69
4.2.3 Motivasi Informan Memilih Program Studi Ilmu Komunikasi Didasari oleh Komponen Tujuan	77
4.3 Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	