

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
<u>BAB IV HASIL & PEMBAHASAN</u>	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
<u>BAB V PENUTUP</u>	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	91
LAMPIRAN	