

INTISARI

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini yaitu untuk menggali lebih dalam 8 elemen motif konsumen untuk dipetakan ke dalam 16 motif permodelan Mc.Guire sehingga dapat diketahui motif dominan yang mendorong konsumen berkaraoke di Inul Vizta Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode eksploratori. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu informan yang pernah berkaraoke di Inul Vizta Surabaya lebih dari satu kali dan berdomisili di Surabaya.. Jumlah informan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 8 orang informan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa motif yang paling mendominasi informan berkaraoke di Inul Vizta Surabaya adalah motif kognitif, motif afektif dan motif eksternal. Melihat lebih dalam lagi maka terdapat kombinasi motif yang menimbulkan enam belas motif. Berdasarkan enam belas motif tersebut yang paling benar-benar mendominasi informan berkaraoke di Inul Vizta Surabaya yaitu Motif *Objectification*. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi awal tentang motif konsumen berkaraoke di Inul Vizta Surabaya dan sebagai tambahan untuk penelitian selanjutnya.

Kata kunci: motif konsumen, metode eksploratori, motif kognitif, motif afektif, motif eksternal dan motif *Objectification*.

