

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM
PENGUNAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE CARPOOLING*
DI NEBENGERS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial, Universitas Bakrie**



SYIMA

1131003019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.

Nama : Syima

NIM : 1131003019

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Syima', written over a horizontal line.

Tanggal : 30 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syima
NIM : 1131003019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengambilan Keputusan dalam Penggunaan Jasa Transportasi *Online Carpooling* di Nebengers

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pesyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si ()

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac ()

Penguji 2 : Dianingtyas M. Putri, M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2017

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-NYA, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengambilan Keputusan dalam Penggunaan Jasa Transportasi Online Carpooling di Nebengers”. Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, tentunya tidak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu, memberi dukungan baik melalui motivasi, bimbingan, atau saling bertukar pikiran. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan dan motivasi.
2. Ibu Dr. Prima Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos, M.Media Prac. selaku dosen pembahas pada saat seminar proposal yang membantu dalam memberi masukan bagi penulis.
4. Seluruh dosen Progam Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan berbagi pengalaman kepada penulis.
5. Keluarga besar penulis, terutama Babah, Mama, Syauqi, Syadzwana, dan Abdullah yang selalu memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan.
6. Teman-teman Marcommuilezer yang selalu berjuang bersama dalam mengerjakan semua tugas dan ujian selama proses perkuliahan. Terima kasih atas suka duka, canda tawa, dan pengalaman manis yang sudah kita lewati selama ini.
7. Teman-teman Komunal 2013 yang selalu menjadi penghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.

8. Teman-teman terdekat penulis, Tatcha, Abel, Karel, Richard, Fika, Gladys, Ucup, dan Andina yang selalu menjadi penghibur dan ada dikala senang maupun susah.
9. Teman-teman Komunal 10, Komunal 11, Komunal 12, Komunal 13, Komunal 14, Komunal 15, Komunal 16 yang sudah menjadi teman dan saudara baru selama diperkuliahan.
10. Geng “Ayam?!” sahabat penulis selama SMA yang selalu setia dan memberikan keceriaan kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dan dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta , Agustus 2017

Syima

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syima
NIM : 1131003019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengambilan Keputusan dalam Penggunaan Jasa Transportasi *Online Carpooling* di Nebengers”

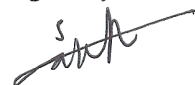
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepetingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Syima

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE CARPOOLING* DI NEBENGERS

Syima

ABSTRAK

Jasa transportasi menjadi salah satu kebutuhan bagi semua masyarakat, karena itu transportasi mulai berkembang dan berubah dari transportasi yang konvensional menjadi transportasi yang berbasis *online* yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat. Disamping banyaknya jasa transportasi *online*, Nebengers hadir dengan menggunakan konsep *carpooling* atau berbagi tumpangan dengan konsumen lainnya yang memiliki tujuan yang searah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen saat akan menggunakan jasa transportasi Nebengers. Berangkat dari teori komunikasi pemasaran mengenai perilaku konsumen, penulis mengangkat topik *decision making* (keputusan pembelian) untuk menganalisis konsumen dalam mengambil keputusan. Metode kualitatif deskriptif dan etnografi dipilih guna untuk menjelaskan lebih dalam mengenai pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dan pengalaman yang dirasakan setelah menggunakan Nebengers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Nebengers memiliki permasalahan yang diantaranya adalah membutuhkan jasa transportasi yang dapat melayani perjalanan antar kota, selain travel dan kereta. Karena hal tersebut konsumen melalui beberapa proses dalam pengambilan keputusan, seperti pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Setelah melakukan keputusan pembelian, konsumen akan mendapatkan pengalaman yang akan menentukan penggunaan Nebengers selanjutnya. Selalu memiliki pengalaman yang menyenangkan membuat konsumen menjadi loyal dan masih akan terus untuk menggunakan Nebengers.

Kata kunci: Pengambilan keputusan, Pengalaman Konsumen, Jasa Transportasi *online*, *Carpooling*, Nebengers.

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE CARPOOLING* DI NEBENGERS

Syima

ABSTRACT

Transportation service become one of the needs for all people, because of this situation most of transportation change from conventional transportation to online transportation which can facilitate all of the people. Besides the ammount of online transportation, Nebengers come up with the concept of carpooling or ride sharing, so consumer can have a trip together with other consumer with the same direction. This research aims to analyze decision making by consumer of Nebengers when they are trying to that transportation service. From marketing communication theory of consumer behavior, the writer comes with decision making topic to analyze decision making by consumer. This research used descriptive qualitative and ethnography method. This method are chosen to explain more deeply about decision making that made by consumer and also can get experience when consumer use Nebengers. The result showed that consumers of Nebengers realize that they have a problem because they need to find public transportation that can serve trip between cities, besides travel or train. Because of this, consumers through several processes of decision making, such as problem recognition, information search, evaluation of alternative, product choice, and outcomes. After consumer through this process, they will get an experience that will determine whether they will still use Nebengers or not. The result is, they always have a great experience make consumers loyal and will continue to use Nebengers.

Keywords: Decision Making, Customer Experience, Online Transportation, Carpooling, Nebengers

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i	
HALAMAN PENGESAHAN	ii	
KATA PENGANTAR	iii	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v	
ABSTRAK	vi	
ABSTRACT	vii	
DAFTAR ISI	viii	
DAFTAR GAMBAR	x	
DAFTAR TABEL	xi	
DAFTAR LAMPIRAN	xii	
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
	1.2 Rumusan Masalah.....	8
	1.3 Tujuan Penelitian.....	9
	1.4 Manfaat Penelitian.....	9
	1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
	1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	KERANGKA PEMIKIRAN	10
	2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	10
	2.2 Tinjauan Pustaka.....	21
	2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	21
	2.2.2 Keputusan Pembelian.....	25
	2.2.3 <i>Customer Experience</i>	30
	2.2.4 Etnografi Pemasaran.....	33
	2.2.5 <i>Bisnis Jasa Tranportasi</i>	34
	2.2.6 <i>Carpooling</i>	36
	2.2.7 <i>Media Online</i>	36
	2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN	41
	3.1 Metode Penelitian.....	41
	3.2 Objek dan Subyek Penelitian.....	43

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Sumber Data.....	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	47
3.4.1 Definisi Konseptual.....	47
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	54
3.7 Batasan dan Fokus Penelitian.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	58
4.1.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	58
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Keputusan Pembelian Konsumen Nebengers.....	62
4.2.2 <i>Customer Experience</i> Konsumen Nebengers.....	81
4.3 Pembahasan.....	86
4.3.1 Proses Keputusan Pembelian.....	86
4.3.2 Pengalaman Bersama Nebengers.....	103
BAB V PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
5.2.1 Saran Akademis.....	114
5.2.2 Saran Praktis.....	115
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Layanan Nebengers.....	6
Gambar 2.1	<i>Developments in Marketing Communication</i>	23
Gambar 2.2	<i>Marketing Communication Tools</i>	25
Gambar 2.3	<i>Decision Making Process</i>	30
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
Gambar 3.1	Analisis Model Interaktif Miles dan Huberman	54
Gambar 4.1	Profil Subyek Utama	60
Gambar 4.2	Trafsilo.....	63
Gambar 4.3	Resti.....	68
Gambar 4.4	Nizam.....	72
Gambar 4.5	Zafira.....	77
Gambar 4.6	Pengalaman Konsumen Nebengers.....	85
Gambar 4.7	Pengalaman Konsumen Nebengers di Twitter.....	86
Gambar 4.8	Kolom Komentar Aplikasi Nebengers.....	97
Gambar 4.9	Selfie Konsumen Nebengers.....	106
Gambar 4.10	Komentar Pengalaman Konsumen Nebengers	107
Gambar 4.11	Keluhan Konsumen Nebengers	110
Gambar 4.12	Informasi Lalu Lintas dan Pertanyaan Konsumen.....	111
Gambar 4.13	<i>Gathering</i> Nebengers.....	112

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	13
Gambar 4.1	Matrisk Penelitian Keputusan Pembelian Konsumen Nebengers.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Wawancara dengan Konsumen dan *Owner* dari Nebengers
Hasil Observasi Peneliti