

**MOTIVASI MAHASISWA TERKAIT KEPUTUSAN  
MENGUNAKAN JASA OJEK ONLINE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE  
PENGGUNA GO-RIDE, GRAB BIKE, DAN UBER MOTOR)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**MUHAMMAD RIZAL RIVALDI**

**1161903059**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2018**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Rizal Rivaldi

NIM : 1161903059

Tanda tangan : 

Tanggal : 23 Februari 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Rizal Rivaldi  
NIM : 1161903059  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Motivasi Mahasiswa Terkait Keputusan Menggunakan  
Jasa Ojek Online ( Studi Kasus Pada Mahasiswa  
Universitas Bakrie Pengguna Go Ride, Grab bike, dan Uber  
Motor)

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D ( )

Penguji 1 : Suharyanti, Dra, M.S.M ( )

Penguji 2 :Dianintyas Putri S. Sos, Msi ( )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Februari 2018

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah yang telah diberikan kepada peneliti selama melaksanakan tugas akhir ini. Hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dan pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
3. Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya.
4. Ari Kurnia, M.Ikom selaku pembahas seminar proposal s yang senantiasa memberikan saran dan masukannya kepada peneliti.
5. Bapak Tri Budi Widayanto dan Ibu Nurul Musyawarah sebagai kedua orang tua peneliti, Anggita Ubaedah Meiresa sebagai kakak dari peneliti juga kepa keluarga besar peneliti. Terima kasih atas segala motivasi, masukan, dan bantuan baik moril maupun finansial hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
6. Para dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Komunikasi Pemasaran Batch 6 Universitas Bakrie. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama tiga semester ini.
7. Avianto Nugroho yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi trianguasi dalam tugas akhir ini.
8. Seluruh karyawan Universitas Bakrie yang telah membantu peneliti dalam rangka menyelesaikan tugas akhir.

9. Teman-teman terdekat peneliti, Imam, Jefri, Yusuf, Savira, Kianti, Dinda, Rizky, Lintang, Nabila, Cattleya, Aulia yang saling memotivasi dan bertukar pikiran saat menyelesaikan tugas akhir.
10. Teman-teman satu bimbingan, Selly, Dio, Titto, Neisya, Naya, Revina, Afreni, Aulia, dan Imam yang saling memberikan informasi selama mengerjakan tugas akhir ini.
11. Ucapan terima kasih banyak kepada Rizki, Allysa, Jefri, Sera, Herlin, dan Bilqis selaku informan yang membantu tugas akhir ini.
12. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Komunikasi Pemasaran Batch 6 Universitas Bakrie yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas tahun-tahun kebersamaan yang tidak terlupakan serta perjuangan bersama dalam mengerjakan tugas akhir ini.
13. Dan tentu saja masih banyak pihak lain yang turut membantu dalam pelaksanaan tugas akhir ini, namun mohon maaf karena tak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pihak pembaca. Diharapkan kritik dan saran tersebut dapat menunjang pengembangan dan perbaikan peneliti selanjutnya.

Akhir kata, peneliti mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah ilmu dan wawasan bagi pembacanya.

Jakarta, 23 Februari 2018

Muhammad Rizal Rivaldi

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhammad Rizal Rivaldi  
NIM : 1161903059  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“MOTIVASI MAHASISWA TERKAIT KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA OJEK ONLINE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE PENGGUNA GO-RIDE, GRAB BIKE, DAN UBER MOTOR)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. *Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.*

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Februari 2018

Yang menyatakan



(Muhammad Rizal Rivaldi)

**MOTIVASI MAHASISWA TERKAIT KEPUTUSAN  
MENGUNAKAN JASA OJEK ONLINE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE  
PENGGUNA GO-RIDE, GRABBIKE, DAN UBER MOTOR)**

MUHAMMAD RIZAL RIVALDI

---

**ABSTRAK**

Keberadaan jasa ojek online Gojek, Grab, dan Uber menjadi motivasi tersendiri bagi mahasiswa Universitas Bakrie dalam mengatasi kemacetan yang ada saat ini. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan metode studi kasus kolektif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pengguna jasa ojek online di kalangan mahasiswa Universitas Bakrie. Teori yang digunakan memakai teori motivasi konsumen (Schiffman dan Kanuk) dan Keputusan Pembelian (Mowen dan Minor). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari sisi motivasi rasional ditemukan bahwa para informan memilih ojek online di banding transportasi lain di karenakan harga yang terjangkau, praktis, aman dan kualitasnya bagus. Lalu dari segi motivasi emosional dikarenakan adanya *word of mouth* dari orang-orang terdekatnya membuat para informan yakin menggunakan ojek online. Namun, masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki yaitu perihal aplikasi ojek online yang sering mengalami kendala, fitur chat yang masih sering error, dan masih ada driver yang tidak merawat helm penumpang serta driver yang masih kurang ramah dan ugal-ugalan ketika mengendarai.

Kata kunci : Motivasi Konsumen, Keputusan Pembelian, Ojek Online.

**DECISION MOTIVATION RELATED TO DECISIONS USING ONLINE  
OJEK SERVICES (CASE STUDY ON UNIVERSITY STUDENTS BAKRIE  
USERS GO-RIDE, GRABBIKE, AND UBER MOTOR)**

MUHAMMAD RIZAL RIVALDI

---

**ABSTRACT**

*The existence of online ojek service of Gojek, Grab, and Uber become its own motivation for Bakrie University students in overcoming the existing congestion. This type of research is qualitative using collective case study method. The purpose of this study is to determine the motivation of users of ojek online service among students of Bakrie University. The theory used using consumer motivation theory (Schicffman and Kanuk) and Purchase Decision (Mowen and Minor). The results of this study indicate that in terms of rational motivation found that the informants choose ojek online on the appeal of other transportation in because the price is affordable, practical, safe and good quality. Then in terms of emotional motivation due to the word of mouth of the people closest to make the informants sure to use ojek online. However, there are still many shortcomings that need to be repaired is the subject of online ojek application that often experience obstacles, chat feature which is still often error, and there are still drivers that do not take care of passenger helmets and drivers who are still less friendly and reckless when driving.*

*Keywords: Consumer Motivation, Purchase Decision, Online Motorcycle*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	7
1.3	Tujuan Penelitian.....	7
1.4	Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1	Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2	Manfaat Praktis.....	7

### **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1	Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2	TinjauanPustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran .....	24
2.2.1	Perilaku Konsumen .....	24
2.2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	25
2.2.3	Motivasi.....	25
2.2.4	Proses Motivasi Pembelian.....	26
2.2.5	Motivasi Pembelian .....	27
2.2.6	Keputusan Pembelian .....	28
2.2.7	Aplikasi Transportasi Online.....	30
2.2.8	Mahasiswa .....	31

2.3	Kerangka Pemikiran .....	32
-----	--------------------------	----

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian.....	33
3.2	Objek Penelitian .....	34
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1	Sumber Data .....	34
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	37
3.5	Teknik Analisis Data .....	40
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	42
3.7	Keterbatasan Penelitian .....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Profil Uber .....	44
4.1.2	Visi dan Misi Uber .....	45
4.1.3	Layanan Uber .....	45
4.1.4	Profil Grab .....	35
4.1.5	Layanan Grab .....	48
4.1.6	Profil Gojek .....	49
4.1.7	Visi dan Misi Gojek.....	42
4.1.8	Layanan Gojek.....	51
4.1.9	Deskripsi Informan dan Triangulator .....	43
4.1.9.1	Profil Informan .....	53
4.1.9.2	Profil Triangulator .....	58
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Motivasi Konsumen.....	60
4.2.2	Keputusan Pembelian .....	61
4.3	Pembahasan .....	72
4.3.1	Motivasi Konsumen.....	73

4.3.1.1	Motivasi Rasional.....	73
4.3.1.2	Motivasi Emosional.....	73
4.3.2	Proses Keputusan Pembelian.....	75
4.3.2.1	Pengenalan Masalah .....	75
4.3.2.2	Pencarian Informasi.....	77
4.3.2.3	Evaluasi Alternatif.....	80
4.3.2.4	Keputusan Pembelian .....	80
4.3.2.5	Evaluasi Pasca Pembelian .....	82
4.3.3	Matriks Penelitian.....	83

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran .....	87

## **DAFTAR PUSTAKA**

Buku	.....	88
Internet	.....	89
Jurnal dan Skripsi.....		90

<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>91</b>
----------------------	--	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Sebelumnya.....	14
Tabel 2.2 Proses Motivasi .....	26
Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran .....	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	38
Tabel 3.2 Model analisis data kualitatif .....	41
Tabel 4.1 Matriks Penitian .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Proyeksi Pengguna Smartphone .....	4
Gambar 1.3 Infografis Kemacetan Jakarta .....	4
Gambar 4.1 Perubahan Logo Grab .....	47
Gambar 4.2 Website Grab .....	48
Gambar 4.3 Logo Gojek .....	50
Gambar 4.4 Allysa .....	52
Gambar 4.5 Rizki .....	53
Gambar 4.6 Sera .....	54
Gambar 4.7 Jefri .....	54
Gambar 4.8 Herlin .....	55
Gambar 4.9 Bilqis .....	56
Gambar 4.10 Avianto .....	57
Gambar 4.11 Foto wawancara Allysa .....	61
Gambar 4.12 Foto wawancara Rizki .....	63
Gambar 4.13 Foto wawancara Sera .....	65
Gambar 4.14 Foto wawancara Jefri .....	67
Gambar 4.15 Foto wawancara Herlin .....	69
Gambar 4.16 Selfie konsumen .....	74
Gambar 4.17 Foto wawancara mas Avian .....	77