

PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN GOJEK (STUDI KASUS PADA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN AL-HUSNA JEMBER)

Izza Maulida¹, Sri Wahyuni¹, Mukhamad Zulianto¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember
e-mail: Izza4757@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember dalam menggunakan gojek. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di pondok pesantren Al-Husna Jember mengenai proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati Al-Husna Jember, hal ini dilatar belakangi oleh ketatnya perizinan pondok yang tidak memperbolehkan santriwatinya keluar malam, perizinan keluar dibatasi sesuai dengan jarak tempuh tempat yang akan dikunjungi, serta hukuman yang diberikan jika santri melanggar peraturan pondok pesantren Al-Husna Jember, hal tersebut yang membuat santriwati memilih alternatif lain dengan melakukan proses pengambilan keputusan menggunakan gojek sebagai alat bantu dalam penyelesaian setiap permasalahan santriwati. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumen dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa santriwati pondok pesantren telah melakukan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan gojek yang terdiri dari lima tahap yaitu: 1. Pengenalan masalah, 2. Pencarian informasi, 3. Evaluasi alternatif, 4. Keputusan pembelian, 5. Perilaku pasca pembelian. Hasil akhir dari proses pengambilan keputusan yang telah dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember adalah para santriwati tidak akan menggunakan gojek kembali karena pondok pesantren akan membuat aplikasi semacam gojek yang bernama ukhti jek yang di khususkan untuk santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember.

Kata Kunci: Proses pengambilan keputusan, Pondok pesantren, dan Gojek

PENDAHULUAN

Proses pengambilan keputusan merupakan suatu tahapan yang dilalui oleh manusia ketika mereka dihadapkan dengan suatu masalah yang menyebabkan mereka mengambil keputusan. Pesantren merupakan tempat antara orang yang satu dengan orang yang lain saling bertemu dan hidup layaknya dimasyarakat namun dalam lingkup kecil. Pesantren merupakan tempat seorang santri dalam memdalam ilmu agama, didalam pesantren santri diajarkan banyak hal, baik tentang kedisiplinan, ketaatan, kesabaran, dan lain-lain yang membuat santri menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan berahlakul karimah. Pondok pesantren Al-Husna Jember adalah pondok pesantren yang di khususkan untuk santriwati. Santriwati pondok ini merupakan seseorang yang hidup dalam pesantren yang tak jarang mereka dihadapkan dengan masalah peraturan-peraturan pesantren yang membuat para santriwati memilih alternatif lain agar dapat membantu menyelesaikan masalahnya. Padatnya aktivitas santriwati terutama santriwati dari kalangan mahasiswa yang harus membagi dua kegiatan yaitu kegiatan yang ada dipesantren dan kegiatan yang ada dikampus.

Kegiatan di pesantren khususnya pondok pesantren Al-Husna Jember yang kegiatannya cukup padat membuat para santriwati memilih hal-hal yang cepat dan mudah. Perizinan keluar yang dirasa ketat oleh santriwati membuat santriwati tidak bisa seenaknya keluar masuk pesantren, mereka diberi batasan waktu, bahkan jika ingin keluar ke pasar atau supermarket dan mall-mall mereka juga diberi batasan waktu sesuai dengan jarak tempuh tempat yang akan dikunjungi. Aturan-aturan pondok pesantren yang sudah dijelaskan diawal pendaftaran membuat para santriwati tidak bisa lari dari hukuman pondok pesantren dengan beralasan tidak mengetahui aturan yang ada di pondok pesantren, karena semua sudah dijelaskan diawal pendaftaran. Begitu ketat perizinan di pesantren sehingga membuat para santriwati tidak bisa keluar pesantren tanpa alasan yang jelas. Hal tersebut dilakukan

oleh pengasuh karena demi kebaikan bersama.

Masalah perizinan keluar pondok yang dirasa ketat dan hukuman pondok pesantren Al-Husna Jember yang dirasa berat oleh santriwati yang menyebabkan para santriwati memilih alternatif lain dalam penyelesaian masalahnya dengan cara menggunakan gojek yang sudah tersambung dengan *smartphone* mengingat *smartphone* adalah alat yang bisa digunakan untuk mempermudah mencari informasi. Menurut Setiawan (2018:63) teknologi informasi dan komunikasi adalah aplikasi yang dirancang untuk mempermudah dalam penyebaran informasi dengan tujuan tercapainya tujuan komunikasi. Seorang santriwati terkadang menggunakan aplikasi gojek untuk memesan makanan bagi mereka yang malas keluar atau karena keadaan sudah malam hari, mengingat di pondok pesantren Al-Husna Jember ini tidak diizinkan keluar pada malam hari. Alasan lain santriwati menggunakan aplikasi gojek adalah untuk antar dokumen maupun antar jemput bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan. Santriwati juga menggunakan fitur-fitur lain yang sudah disediakan oleh gojek sesuai dengan kebutuhan masing-masing santriwati.

Berdasarkan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN GOJEK (Studi Kasus pada Santriwati Pondok Pesantren Al-Husna Jember).

METODE

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yakni bertujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember dalam menggunakan Gojek. Pengumpulan data diperoleh dari metode wawancara, observasi dan dokumen yang dikumpulkan atau diperoleh baik berupa data maupun informasi yang ada dilokasi saat proses penelitian dilaksanakan lalu akan ditarik kesimpulan untuk hasil penelitian dan pembahasan. Uji keabsahan data yang digunakan yakni teknik triangulasi yang menjadi teknik pengujian yang digunakan pada penelitian ini. Teknik triangulasi dilakukan agar peneliti dapat menemukan informasi dan data-data yang ditemukan saat melakukan proses penelitian dilokasi penelitian yang dimaksud yaitu pondok pesantren Al-Husna Jember. Teknik triangulasi berkaitan dengan berbagai fenomena dan hubungan dari berbagai sudut pandangan yang ditemukan saat peneliti melakukan proses penelitian. Teknik triangulasi yang dipakai yaitu teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan kebenaran data dengan menggunakan perbandingan terhadap data tersebut (moleong, 2016:330). Ada 2 macam informan yang menjadi responden atau narasumber pada penelitian ini, yakni 20 santriwati pondok pesantren Al-Husna selaku informan utama, ustadzah pondok pesantren Al-Husna Jember sebagai informan tambahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menunjukkan Temuan-temuan penelitian yang diperoleh melalui kegiatan observasi dan wawancara. Kegiatan observasi dan wawancara dilakukan oleh peneliti dengan informan utama yaitu 20 santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember. informan tambahan yaitu ustadzah pondok Al-Husna Jember.

Proses pengambilan keputusan dalam menggunakan gojek yang dilakukan oleh santriwati dilakukan dengan menggunakan lima tahap diantaranya dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, perilaku pasca pembelian. Santriwati melakukan proses pengambilan keputusan menggunakan gojek dikarenakan padatnya kegiatan pondok dan kegiatan kampus yang membuat santriwati harus mencari alternatif lain yang bisa membantu mereka dalam mempermudah segala urusannya. Santriwati pondok pesantren Al-Husna adalah seseorang yang terikat dengan peraturan pondok pesantren dan dibatasi oleh waktu, santriwati tidak bisa seenaknya

sendiri dalam melakukan segala hal, karena disana sudah ada tata tertib dan hukuman bagi siapa saja yang melanggarnya. Peraturan yang membuat santriwati memilih menggunakan gojek adalah karena tidak boleh keluar malam dimana jika melanggarnya maka santriwati akan dikunci diluar gerbang pondok pesantren, karena gerbang pondok akan ditutup pada pukul 21.30.

Proses pengambilan keputusan dalam menggunakan gojek yang dilakukan oleh santriwati ini berawal dari kebutuhan yang mendasar dari dalam diri pribadi yang kemudian muncul dan mendorong seseorang tersebut menggunakan gojek. Alasan santriwati menggunakan gojek adalah kegiatan pondok pesantren yang dirasa padat yang dimulai dari selepas sholat subuh dan berakhir sampai pukul 20.00. setelah santri mengenali kebutuhannya kemudian dilanjut dengan tahap pencarian informasi, pada tahap ini santriwati mencari informasi melalui berbagai media sosial seperti instagram, google, facebook, youtube, televisi dan iklan-iklan yang ada. pencarian informasi ini dilakukan atas dasar kemauan diri para santriwati, karena memang santriwati yang membutuhkan informasi tersebut. tahap selanjutnya adalah evaluasi alternatif, tahap ini adalah tahap dalam menentukan beberapa pilihan merek yang akan dievaluasi dengan memberikan kriteria penilaian. Kriteria penilaian yang digunakan adalah banyaknya pengguna, banyaknya driver, pelayanan yang diberikan oleh driver. Dalam evaluasi alternatif santriwati menemukan beberapa merek pesan antar yang dianggap baik yaitu grab, ok jek, dan gojek. Tahap selanjutnya adalah pengambilan keputusan, pada tahap ini santri mengambil keputusan menggunakan gojek karena gojek dirasa memiliki semua kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh konsumen pada tahap evaluasi alternatif. Tahap akhir dalam pengambilan keputusan adalah perilaku pasca pembelian, tahap perilaku pasca pembelian ini adalah tahap penentu apakah gojek akan digunakan dikemudian hari atau para santriwati akan beralih ke merek pesan antar lain. Pada tahap ini gojek sudah mendapatkan penilaian baik dari santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember, namun santriwati tidak akan menggunakan gojek kembali karena pesantren akan membuat ukhti jek, aplikasi semacam gojek yang dikhususkan untuk santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember adalah proses pengambilan keputusan dalam menggunakan gojek. Proses pengambilan keputusan ini dilakukan dengan melalui lima tahap proses pengambilan keputusan yang dimulai dengan pengenalan masalah, dan diakhiri dengan perilaku pasca pembelian. Hal ini sesuai dengan ungkapan yang disampaikan oleh Kotler dan Keller (2009:184) ada lima tahap dalam proses pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut: 1) Pengenalan masalah, 2) Pencarian informasi, 3) Evaluasi alternatif, 4) Keputusan pembelian 5) Perilaku pasca pembelian. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati dalam menggunakan gojek. Proses yang dilakukan oleh para santriwati ini meliputi lima tahap yaitu:

a. Pengenalan masalah

Tahapan awal para santriwati mengenali kebutuhannya atau mengenali terlebih dahulu masalah yang mereka sedang hadapi, kemudian dari kebutuhan itu akan menimbulkan dorongan internal maupun eksternal yang kemudian menyebabkan santriwati tersebut menggunakan gojek. Hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Engel (2001:31) Pengenalan masalah muncul ketika seseorang menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu dan pengaruh pemasaran. Tahapan pengenalan masalah ini dimulai dari para santriwati mencari tahu apa yang mereka ketahui tentang gojek, mengapa mereka menggunakan gojek, kemudian mereka akan

menjelaskan alasan mereka menggunakan gojek. Alasan-alasan yang menyebabkan mereka menggunakan gojek, diantaranya untuk mengantarkan mereka ke kampus maupun untuk memesan makanan pada saat malam hari, santriwati tidak membawa kendaraan dan hukuman pesantren yang diberikan jika para santri melanggar peraturan yang sudah ada. Hal ini sama dengan penjelasan dari mbak Yuni selaku informan utama pada penelitian ini.

“karena aplikasi gojek ini mudah di cari, fitur-fiturnya juga banyak, jadi kita bisa menggunakannya sesuai dengan kebutuhan kita, seperti saya yang tidak membawa kendaraan saya memilih memakai go-ride mbak, kalau saya butuh makan saat malam hari saya pakai go-food”.(YN)

Dari pendapat tersebut nampak bahwa alasan santri menggunakan gojek karena gojek dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan para santriwati, seperti mengantar santriwati, dan memesan makanan pada saat malam hari. Tahap pengenalan masalah ini sudah dilakukan oleh santriwati Al-Husna Jember

b. Pencarian Informasi

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari informan utama yaitu santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember dan ustadzah pondok sebagai informan tambahan. Pencarian informasi yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember adalah tahap ke dua dalam proses pengabilan keputusan yang dilakukan oleh santri Al-Husna dalam menggunakan gojek. pencarian informasi ini dilakukan guna untuk menemukan cara atau alat yang bisa menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh santri. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Damiani (2017:177) pencarian informasi merupakan semua tahap semua kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menemukan dan memperoleh informasi tentang berbagai cara atau alat yang bisa menyelesaikan masalahnya. Perilaku ini meliputi pencarian sebelum pembelian dan perilaku ketika mengevaluasi semua alternatif yang tersedia. Pencarian informasi dibagi menjadi dua yaitu pencarian dari dalam dan pencarian dari luar. Pencarian yang berasal dari dalam diri dalam diri seseorang meliputi proses pencarian dengan mengungkapkan informasi yang ada dimemori jangka panjang konsumen. Kualitas pencarian informasi dapat dilihat dari jenis masalah yang diatasi.

Santriwati melakukan pencarian informasi tentang gojek dari teman, karena di pesantren teman adalah orang yang bisa kita ajak untuk bertukar pikiran. Teman dalam hal ini memberi informasi tentang gojek dan juga menjelaskan bagaimana cara kerja gojek. selain itu para santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember mencari informasi tentang gojek dari *smartphone* yang sudah tersambung dengan internet. Menurut Oetomo (2007:23) internet adalah ribuan jaringan komputer yang dikelola secara bebas yang menyediakan banyak aplikasi yang dapat diunduh melalui *play store*. menurut santriwati *smartphone* ini dapat digunakan untuk mencari informasi-informasi yang belum mereka ketahui. *Smartphone* ini digunakan untuk mencari informasi tentang gojek, bagaimana respon dari para penggunanya dan mencari tahu bagaimana cara kerjanya. Menurut Amajida (2016:115-128) layanan-layanan gojek antara lain: *Go-Send, Go-Ride, Go-Mart, Go-Food, Go-Box, Go-Clean, Go-Glam, Go-Massage, Go-Car, Go-Pulsa, Go-Tix*. Santriwati mengetahui informasi tentang gojek ini dari iklan-iklan yang ada di Instagram, youtube, facebook. Selain itu santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember ini juga mengetahui informasi tentang gojek dari televisi saat gojek pertama kali *launching*, namun untuk informasi lebih lengkapnya tentang kegunaan dan perkembangannya santriwati menceritakan dari teman satu pondok yang menggunakan gojek. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari mbak Sindi selaku informan utama dalam penelitian ini.

“saya mengetahui aplikasi ini dari media televisi waktu aplikasi ini launching pertama kali.

Kegunaan dan perkembangan tentang aplikasi gojek saya mengetahui dari orang-orang sekeliling saya yang memakai aplikasi ini mbak, kemudian saya juga cari-cari di internet juga mbak”.(SD)

Berdasarkan pendapat tersebut nampak bahwa santriwati mengetahui informasi tentang gojek dari televisi dan teman disekelilingnya yang menggunakan gojek serta santriwati mengetahui informasi tentang gojek ini dari internet. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dari Kotler dan Armstrong (2008:180) pencarian informasi yang dilakukan setelah konsumen sadar akan kebutuhan terhadap barang tertentu, setelah itu konsumen tersebut akan melakukan pencarian informasi, dari dalam maupun dari luar diri konsumen.

c. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif ini memegang peran penting dalam memprediksi perilaku pembelian konsumen. Saat konsumen melakukan aktifitas ini, mereka sedang memikirkan atribur-atribut yang mana yang lebih penting menurutnya yang ia gunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan dalam memilih barang atau jasa. Proses evaluasi alternatif yang dilakukan terhadap barang atau jasa yang akan dibeli itu berbeda-beda antara orang yang satu dengan individu yang lain memiliki kriteria tersendiri dalam mengevaluasi merek-merek yang ada. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Eta dan Sopiha (2013:131) mengatakan bahwa dalam mengevaluasi alternatif ada banyak hal yang dapat dijadikan parameter untuk melakukan evaluasi tergantung pada produk atau jasa yang di evaluasi. Evaluasi alternatif yang dilakukan juga harus mempertimbangkan mana kebutuhan yang lebih penting, jumlah uang yang dimiliki, harga, dan juga pelayanan yang diberikan oleh produsen.

Sesuai dengan data yang telah diperoleh pada saat wawancara dengan santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember mereka telah melakukan tahap evaluasi alternatif dengan cara memilih dari beberapa merek yang dianggap baik. Yang kemudian oleh mereka di seleksi untuk menemukan satu merek terbaik. Dalam tahap ini mereka menyebutkan beberapa merek pesan antar yang dianggap baik yaitu: gojek, grab. Mereka menyebutkan dua merek tersebut karena memang kedua aplikasi tersebut yang sering mereka temui. Untuk selanjutnya mereka menentukan tolak ukur yang digunakan untuk menilai merek-merek tersebut. Tolak ukur yang digunakan oleh santriwati adalah banyaknya orang yang menggunakan gojek karena menurut mereka semakin banyak orang yang menggunakan maka masyarakat dapat menerima merek barang atau jasa tersebut. Karena respon dari masyarakat juga merupakan salah satu cara untuk menilai suatu merek barang atau jasa. Selain banyaknya pengguna atau respon masyarakat yang menjadi tolak ukur selanjutnya yaitu kecepatan driver mengantarkan pesanan, karena bagi mereka jika apa yang mereka pesan itu datangnya lama, secara tidak langsung mereka akan menganggap aplikasi tersebut kurang baik. Tolak ukur yang lain adalah karena aplikasi gojek sering mengadakan voucher gratis ongkir dan promo-promo yang membuat para penggunanya tertarik untuk menggunakannya. Berikut ini cuplikan hasil wawancara dengan mbak Mamik selaku informan utama pada penelitian ini.

“pelayanan yang diberikan sama banyaknya pengguna mbak, soalnya menurut saya kalau pelayannya baik, dan banyak menggunakan berarti aplikasinya itu baik, sehingga dapat diterima oleh banyak orang mbak, gak mungkin orang itu menggunakan suatu merek barang atau jasa kalau pelayanannya itu tidak baik”.(MM)

Dari pendapat tersebut nampak bahwa tolak ukur yang digunakan oleh santriwati adalah pelayanan yang diberikan oleh pihak gojek dimana pelayanan menjadi fokus utama dalam evaluasi alternatif, santriwati menganggap jika pelayanan yang diberikan oleh pihak gojek baik maka kemungkinan akan lebih banyak lagi yang menggunakan jasa gojek, artinya gojek dapat diterima oleh banyak orang.

d. Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan merupakan lanjutan dari tahap evaluasi alternatif, dimana tahap keputusan pembelian merupakan tahap untuk menentukan produk mana yang akan digunakan oleh para konsumen. Dalam mempelajari keputusan pembelian seseorang, produsen harus memperhatikan suatu hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan membuat ketetapan yang membuat konsumen membuat keputusan pembelinya. Kotler (2002:204) mengemukakan proses pembelian tersebut melalui lima tahapan. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

1. Produk atau jasa tersebut akan menjadi pusat perhatian konsumen
2. Ciri-ciri produk hendaknya lebih diperhatikan oleh konsumen.
3. ciri merek yang menonjol akan lebih memudahkan konsumen untuk mempercayai produknya.
4. Fungsi kemanfaatan, konsumen mengharapkan kepuasan yang diperoleh dengan tingkat alternatif yang berbeda-beda setiap hari.
5. Bagaimana prosedur penilaian yang dilakukan oleh konsumen dari sekian banyak merek produk.

Santriwati memutuskan melakukan pengambilan keputusan menggunakan gojek karena gojek merupakan merek pesan antar yang terbaik yang memiliki kriteria-kriteria yang sesuai dengan yang santriwati inginkan pada saat evaluasi alternatif dilakukan. Hal ini sesuai dengan pendapat menurut Kotler dan Keller (2009:188) mengatakan bahwa keputusan pembelian pada tahap evaluasi, seseorang konsumen akan melakukan pengelompokan dari beberapa merek dan mengambil keputusan untuk menggunakan merek yang paling terbaik. Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember dalam menggunakan gojek karena mereka butuh untuk membantu memenuhi kebutuhan mereka. Alasan mereka menggunakan aplikasi gojek adalah karena gojek mudah ditemui, selain itu driver gojek yang banyak membuat mereka berfikir bahwa gojek ini mudah dicari kapan pun dan dimanapun mereka berada. Gojek memberikan pelayan yang baik, driver yang mengantar pesanan sopan, tidak ugal-ugalan dalam mengantar penumpang. Selain itu aplikasi gojek itu menjadi kebutuhan bagi para santriwati, karena padatnya aktivitas santriwati baik dipesantren maupun dikampus membuat para santriwati memilih memakai gojek.

e. Perilaku pasca pembelian

Perilaku pasca pembelian ini berkaitan dengan penilaian terhadap merek barang atau jasa yang telah dibeli. Kotler dan Keller (2009:190) menjelaskan bahwa terdapat tiga kategori penilaian yang diberikan oleh konsumen yaitu: 1. Kecewa, ketika kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh pihak produsen tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. 2. Puas, apabila kinerja dari produsen memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. 3. Sangat puas, apabila kinerja yang dilakukan oleh perusahaan melebihi target yang diinginkan, maka seseorang akan merasa sangat puas.

Perilaku pasca pembelian selanjutnya yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember yaitu mereka menilai dari sisi kesan yang mereka rasakan saat memakai gojek. kesan yang mereka rasakan adalah mereka mendapatkan pelayanan yang baik, drivernya tidak ugal-ugalan dalam mengantar penumpang. Sesuai dengan hasil wawancara kepada informan utama.

“pelayannya baik mbak, drivernya itu sopan dan amanah sekali, tidak ugal-ugalan”.(M, 21)

Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak gojek baik, driver yang mengantarkan para konsumennya juga tidak ugal-ugalan, sehingga gojek ini memiliki penilaian baik dibenak konsumen namun untuk kedepannya gojek tidak akan digunakan kembali karena dipondok akan dibuatkan ukhti jek khusus anak pondok, jika ada keperluan keluar-keluar maka kita harus menghubungi terlebih dahulu mbak-mbak drivernya terlebih dahulu untuk memesan jasanya.

PENUTUP

Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember merupakan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan gojek. Proses pengambilan keputusan ini menggunakan lima tahap yaitu 1. Pengenalan masalah, 2. Pencarian informasi, 3. Evaluasi alternatif, 4. Keputusan pembelian, 5. Perilaku pasca pembelian. Tahap-tahap tersebut telah dilalui oleh para santriwati pondok pesantren Al-Husna Jember.

Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh santri pondok pesantren Al-Husna Jember menemukan hasil bahwa dengan adanya gojek santri merasa terbantu dalam menyelesaikan semua masalah santri yang berkaitan dengan pesan antar. Gojek membawa dampak positif bagi santri, gojek membawa dapat mempermudah dalam penyelesaian masalah santriwati terkait pesan antar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amajida, F. D. 2016. Kreativitas Digital Dalam Manusia Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” di Jakarta. *Kajian Ilmu Komunikasi*. 46(1): 115-128.
- Damiati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Engel. 2001. *Consumer Behavior*. Orlando, Florida: Harcourt College Publisher.
- Etta, M. S. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Setiawan, D. 2018. Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *Simbolika*. 4(1):62-72.
- Oetomo, B. S. D., dkk. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet : Konsep dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.