

## Faktor Pengambilan Keputusan Pelanggan Pria dalam Melanjutkan Pemesanan Driver Ojek Online Wanita

*Hazrati Marha<sup>1</sup>, Eka Danta Jaya Ginting<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Universitas Sumatera Utara

e-mail: <sup>1</sup>marha.hazrati@gmail.com

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal serta pengaruhnya kepada pengambilan keputusan pelanggan pria dalam melanjutkan pemesanan *driver* ojek online wanita. *Driver* ojek online wanita lebih banyak menerima pembatalan pemesanan dibandingkan *driver* pria. Pembatalan pemesanan biasanya dilakukan oleh pelanggan pria. Namun tidak sedikit juga pelanggan pria yang tetap melanjutkan pemesanan dengan *driver* ojek online wanita. Beberapa pelanggan pria yang memutuskan untuk tetap melanjutkan pemesanan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan bentuk studi kasus jenis *multiple-case*. Penelitian ini melibatkan tiga orang pelanggan pria yang pernah melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan faktor-faktor internal yang mempengaruhi adalah persepsi, pembelajaran dan memori, sikap, dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi adalah budaya, agama, keluarga, dan situasi. Pengaruh setiap faktor terhadap setiap pelanggan pria berbeda-beda. Faktor yang dirasakan sama oleh Subjek J, H, dan B adalah faktor situasi mengenai kelengkapan atribut *driver*.

**Kata kunci:** *driver* ojek online, factor, keputusan pelanggan

**Abstract.** *This study aims to determine internal and external factors and their influence on the decision making of male customers in continuing to order online motorcycle taxi drivers. Female online motorcycle taxi drivers receive more cancellations than male drivers. Cancellations are usually done by male customers. However not a few male customers who also continue to order with female online motorcycle taxi drivers. Some male customers who decide to continue to order are influenced by internal and external factors. The approach taken in this research is qualitative research in the form of multiple-case studies. This study involved three male customers who had continued ordering female online motorcycle taxi drivers. The results obtained show that the internal factors that influence are perception, learning and memory, attitudes, and motivation. While the external factors that influence are culture, religion, family, and situation. The effect of each factor on each male customer is different. The factors that are felt the same by Subjects I, II, and III are situation factors regarding the completeness of the driver attributes.*

**Keywords:** *Female online motorcycle taxi driver, factors, customers' decision*

## PENDAHULUAN

Salah satu kemudahan yang didapatkan dengan kecanggihan *smartphone* saat ini adalah pemesanan transportasi secara *online*. Transportasi *online* adalah transportasi yang menggunakan aplikasi sebagai penghubung antara pengguna dan pengemudi yang sangat mempermudah pemesanan (Damayanti, 2017). Kemudahan mengakses transportasi sangat dibutuhkan untuk membantu kelancaran menuju tempat tujuan. Hal ini yang menyebabkan semakin tingginya angka pengguna transportasi *online* di Indonesia. Salah satu perusahaan transportasi *online* di Indonesia, Go-jek, menyebutkan bahwa pada bulan Mei 2018 pengguna aktif aplikasinya mencapai angka 22 juta (Fitriani, 2018). Namun, peneliti memutuskan akan melibatkan pengguna dari semua aplikasi transportasi *online* di Indonesia agar dapat lebih me

Terdapat dua jenis layanan transportasi *online* yang berfokus pada mengantar jemput penumpang, yaitu dengan kendaraan mobil penumpang dan sepeda motor atau lebih dikenal dengan istilah ojek. Jenis transportasi *online* yang paling umum digunakan masyarakat Indonesia adalah jenis sepeda motor atau ojek. Melakukan perjalanan menggunakan sepeda motor memang dianggap lebih praktis oleh masyarakat Indonesia sebagai solusi dari padatnya lalu lintas. Selain lebih murah, perjalanan menggunakan sepeda motor juga menghemat waktu. Maka dari itu, ojek sering digunakan masyarakat ketika hendak berpergian dan menghemat waktu serta biaya (Praditya, 2017). Ojek *online* memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan ojek konvensional. Biaya perjalanan yang dibebankan kepada pelanggan ojek *online* lebih murah dibandingkan dengan ojek konvensional. Keunggulan ini mempengaruhi perkembangan ojek *online* di Indonesia (Wen, 2016).

Hingga saat ini, perkembangan ojek *online* sangat pesat di Indonesia. Layanan ojek *online* tidak hanya sebatas mengantar pelanggan ketempat tujuan, namun juga bisa melakukan pemesanan makanan, pengantaran barang, dan lainnya. Di Indonesia, terdapat dua perusahaan transportasi *online* yang terkenal di kalangan masyarakat yaitu, Gojek dan Grab. Keduanya menyediakan layanan yang hampir serupa. Seiring dengan berkembangnya perusahaan transportasi *online*, maka mitra atau pihak yang bekerja sama dengan perusahaan juga semakin meningkat.

Salah satu mitra perusahaan transportasi *online* adalah *driver*. Dilansir pada laman Tribun.com (27/3), jumlah *driver* ojek *online* di Indonesia sampai saat ini mencapai angka 1 juta (Triadmodjo, 2018). Sebagian besar diantaranya adalah pria. Pekerjaan pria dan wanita dalam pandangan masyarakat tidak pernah terlepas dari stereotype. Menurut Dovidio, Glick dan Rudman (2008), stereotype adalah sistem kepercayaan di mana karakteristik psikologis dianggap berasal dari anggota kelompok secara tidak pandang bulu. Stereotype ini dipengaruhi oleh adanya pemahaman peran gender di masyarakat. Stereotype yang berkembang di masyarakat menganggap bahwa laki-laki lebih kuat, perkasa, rasional, dan tidak cocok pada pekerjaan domestik seperti pekerjaan rumah tangga. Maka dari itu, pekerjaan yang membutuhkan ketahanan fisik lebih diasosiasikan kepada laki-laki (Ermanovida, 2005). Sedangkan perempuan dianggap sebagai kaum yang lemah, emosional, memerlukan perlindungan, kurang inisiatif, kurang dinamis, lebih pasif, dan lebih submitif daripada laki-laki (Armiyati, 2015).

Pembagian kerja antara pria dan wanita sudah dimulai sejak zaman dahulu kala sampai zaman modern. Perbedaan pembagian di setiap zaman semakin fleksibel karena adanya tuntutan dan kebutuhan masyarakat (Hyde & Quest, 2013). Seiring dengan perkembangan zaman, jumlah perempuan yang bekerja mulai meningkat karena adanya tuntutan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, sehingga perempuan sebagai tenaga kerja juga merupakan isu yang menarik untuk dibahas. Beberapa wanita menghadapi halangan yang lebih

besar dibandingkan pria dalam dunia kerja. Wanita menjumpai banyak hal yang menghalangi pencapaian kariernya seperti ketidaksesuaian budaya (Hapsari, 2010). Wanita selalu mendengarkan penilaian masyarakat yang tak jarang memberi nilai negatif, karena tidak bekerja sesuai dengan kodrat wanita. Pekerjaan menjadi seorang *driver* ojek *online* lebih sering diidentifikasi sebagai pekerjaan untuk pria karena harus berada di jalanan dengan keadaan lalu lintas yang padat sehingga menuntut ketahanan fisik yang lebih ekstra. Maka dari itu, *driver* ojek *online* wanita sering kali menjadi korban dari stereotip pekerjaan lapangan seperti ini.

Adanya stereotip dikalangan *driver* ojek *online* pria dan wanita dapat dibuktikan dengan tingginya angka pembatalan pemesanan yang diterima oleh *driver* wanita. Dilansir pada laman Detik.com (28/11), *Chief Public Policy and Government of Gojek*, Shinto Nugroho, menyebutkan angka pembatalan mitra driver perempuan pelanggan lebih tinggi 2,7 persen dibandingkan laki-laki. Pada saat mereka aktif menerima pesanan, *driver* wanita bisa mendapatkan 3-5 pembatalan dalam sehari. Wawancara yang dilakukan oleh laman Vice kepada tujuh *driver* ojek *online* wanita di daerah Jawa menunjukkan bahwa mereka sering kali mendapat penolakan terutama dari pelanggan pria (Wargadiredja, 2017). Alasan pembatalan yang mereka terima lebih mengarah pada alasan personal seperti segan atau takut dibonceng oleh wanita. Pada *driver* pria, angka pembatalan pemesanan yang mereka dapatkan biasanya hanya sekitar 1-3 kali dalam sehari dan alasan pembatalan biasanya lebih mengarah ke teknis seperti jarak driver terlalu jauh, salah memasukkan tujuan, dan lainnya. Survey yang dilakukan oleh (Fitriani, 2018) menunjukkan 2 dari 5 pelanggan akan melanjutkan pemesanan *driver* ojek *online* wanita. Sedangkan survey sederhana yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan 2 dari 3 pelanggan pria akan melanjutkan pemesanan dengan *driver* ojek *online* wanita.

Analisis yang dilakukan oleh Kasanah dan Priyono (2018), rata-rata jam kerja driver ojek *online* wanita hanya sekitar 3-5 jam/hari, sedangkan pria bisa mencapai 7 jam bahkan lebih. Minimnya jam kerja wanita pada bidang ini dipengaruhi oleh adanya kewajiban wanita yang harus diselesaikan dirumah, khususnya bagi ibu rumah tangga. Hal ini dapat merugikan *driver* wanita jika dalam waktu kerja yang terbatas mereka sering mendapatkan pembatalan pemesanan dari pelanggan. Jika *driver* sering menerima pembatalan pemesanan dari pelanggan, maka hal ini akan berpengaruh terhadap penilaian performa dan pendapatnya.

Perusahaan pengelola transportasi *online* menerapkan suatu metode untuk mengukur performa mitranya dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Bentuk penilaiannya yaitu melalui pemberian *rating* bintang dengan rentang 1 sampai 5. *Rating* dijadikan tolok ukur kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan transportasi *online* tersebut. Bila seorang mitra atau *driver* mendapat peringkat di bawah standar, maka kemitraan mereka terancam. *Driver* dianggap tidak bisa memberikan layanan sesuai standar perusahaan pengelola. Para *driver* bisa dikenakan suspensi atau paling buruk diputuskemitraannya (Zaenudin, 2018). Apabila para *driver* ojek *online* wanita sering kali mendapatkan pembatalan pemesanan, mereka dapat kehilangan kesempatan untuk mendapatkan *rating* tinggi dan bonus tambahan (Wargadiredja, 2017). Namun beruntungnya, saat ini cukup banyak pelanggan yang mengetahui tentang hal ini. Para pelanggan banyak yang merasa tidak tega jika harus membatalkan pemesanan.

Banyak alasan mengapa pelanggan memutuskan untuk tetap melanjutkan pemesanan ojek *online*. Hal ini melibatkan proses psikologis yang secara sadar atau tidak dilakukan oleh setiap pelanggan, yaitu pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan merupakan hal yang penting ketika pelanggan dihadapkan untuk memilih suatu produk atau jasa. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan tidak bisa terjadi dengan sendirinya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan. Beberapa faktor umum yang saling berinteraksi yaitu budaya, sub-budaya, keluarga, dan situasi (Engel,

Blackwell, & Miniard, 1995), demografi dan pengaruh kelompok (Harrel, 1986), informasi yang diketahui tentang masalah yang dihadapi dan pengalaman hidup (Arroba, 1998). Menurut Schiffman & Kanuk (2007) pengambilan keputusan dipengaruhi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi lingkungan sosial budaya, pemasaran, budaya, dan pendidikan. Sedangkan

faktor internal meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap, dan nilai yang dianut individu.

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan ketika melakukan pemesanan ojek *online* sangatlah beragam. Setiap keputusan yang dilakukan para pelanggan pria sangat dipengaruhi oleh faktor internal ataupun eksternal. Faktor internal yang bisa mempengaruhi pelanggan pria beberapa diantaranya adalah persepsi mereka terhadap *driver* ojek online wanita, pengalaman pribadi dengan wanita, atau sikap dan pendirian. Persepsi pelanggan pria terhadap *driver* ojek wanita merupakan proses kognitif yang dilakukan setelah pria mendapatkan informasi terkait tentang *driver* ojek online wanita. Pengalaman pribadi memberikan evaluasi individu terhadap peristiwa serupa dikemudian hari (Hyde & Quest, 2013).

Sikap juga dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memutuskan melanjutkan atau membatalkan pemesanan transportasi online. Sikap positif terhadap pengemudi transportasi online akan cenderung mengarahkan pelanggan untuk melanjutkan pemesanan. Penelitian yang dilakukan oleh Larasati (2017) menyebutkan bahwa sekitar 3 dari 7 penumpang mempunyai sikap negatif terhadap pengemudi transportasi umum wanita. Pendirian individu bisa berdasarkan pada pengetahuan asli, opini, dan iman (Armstrong & Kotler, 1996). Semakin banyak individu mendapatkan informasi mengenai kelebihan atau kekurangan *driver* ojek online wanita, maka akan lebih mengarahkan perilakunya ketika ia memilih melanjutkan atau membatalkan pemesanan *driver* ojek online wanita. Sayangnya sekali belum banyak pelanggan yang mengetahui informasi mengenai kecakapan berkendara para *driver* wanita. Ketidaktahuan pelanggan mengenai hal ini membuat masih banyak pelanggan yang belum yakin terhadap *driver* ojek online wanita.

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pelanggan pria dalam melanjutkan atau membatalkan pemesanan transportasi *online* diantaranya adalah budaya dan sub-budaya. Budaya yang berkembang dimasyarakat menciptakan pembagian peran gender yang mendominasi ekspektasi perilaku pria dan wanita (Hyde & Quest, 2013). Beberapa pria menganggap dibonceng oleh wanita merupakan suatu tindakan yang kurang etis. Mereka menganggap hal ini kurang etis disebabkan oleh adanya pelanggaran nilai-nilai yang dirasakan oleh pria dibonceng oleh wanita. Sedangkan pada faktor sub-budaya, salah satu yang termasuk didalamnya adalah agama. Pria muslim yang biasanya menggunakan faktor ini sebagai alasan melakukan pembatalan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita.

Jika melihat fenomena yang dipaparkan diatas, maka pelanggan pria mempunyai lebih banyak pertimbangan mengenai melanjutkan atau membatalkan pemesanan ojek *online* apabila mendapatkan *driver* wanita. Peneliti lebih tertarik kepada fenomena pelanggan yang melanjutkan pemesanan dikarenakan berdasarkan beberapa pengalaman yang disampaikan oleh *driver* ojek online wanita dan pelanggan pria, banyak dari mereka yang membatalkan pemesanan. Beberapa alasan mengapa pelanggan pria membatalkan pemesanan juga sudah cukup terlihat. Namun, alasan mengapa segelintir pelanggan pria tetap bersedia melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita, masih butuh pendalaman lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan pelanggan pria ketika melanjutkan pemesanan dengan *driver* ojek *online* wanita.

## METODE

Dalam rangka menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen pria dalam melanjutkan pemesanan ojek online wanita, maka penelitian kualitatif dianggap lebih mampu memunculkan data yang diinginkan. Menurut Poerwandari (2009), penelitian dengan pendekatan kualitatif dapat memunculkan keunikan partisipan sebagai seorang individu yang berbeda dengan individu yang lain dapat lebih dipahami. Pendekatan ini juga bersifat terbuka dan luwes serta berfokus pada kedalaman dan prosesnya. Selain itu, kualitatif cenderung dilakukan dengan jumlah kasus yang sedikit. Model penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk studi kasus jenis multi-kasus (*multiple case study*). Menurut Baxter dan Jack (2008), penelitian studi multi-kasus mengarahkan peneliti meneliti beberapa kasus untuk memahami persamaan dan perbedaan antar kasus yang diteliti. Tidak ada ketentuan khusus dalam menyebutkan berapa banyak kasus yang diperlukan. Secara umum, dengan lebih banyak kasus akan meningkatkan taraf kepercayaan. Dalam penelitian ini terdapat 3 jenis kasus. Perbedaan pada setiap kasus ini merupakan perbedaan dari data demografis subjek penelitian yang meliputi perbedaan agama dan suku.

### Populasi dan Sampel

Pemilihan responden untuk penelitian ini didasarkan pada karakteristik tertentu. Adapun karakteristik umum responden dalam penelitian ini adalah : pria, berusia minimal 17 tahun, pernah melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita, pernah dibonceng oleh *driver* ojek online wanita, tidak pernah menawarkan diri bertukar posisi dengan *driver* ojek online wanita. Penelitian ini mengambil responden sebanyak 3 orang yang sesuai dengan kriteria. Prosedur pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah berdasarkan kriteria tertentu. Pengambilan sampel dengan kriteria tertentu ini membuat peneliti harus mempelajari semua kasus yang memenuhi kriteria penting tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya (Poerwandari, 2009).

### Metode Pengambilan data

Metode pengambilan data utama yang digunakan oleh peneliti adalah metode wawancara mendalam. Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur karena karakteristik dari wawancara semi-terstruktur sangat sesuai digunakan dalam penelitian dengan karakter seperti penelitian kualitatif yang bersifat fleksibel, setting natural, dan menekankan pada kedalaman bahasan (Herdiansyah, 2015). Selain menggunakan alat pengumpul data wawancara, peneliti melengkapi proses pengumpulan data melalui observasi. Observasi kualitatif adalah observasi (pengamatan) yang dilakukan oleh peneliti dalam setting alamiah dengan tujuan mengeksplorasi atau menggali makna suatu fenomena yang ada dalam diri partisipan. Berdasarkan definisi observasi kualitatif tersebut maka tidak mengherankan apabila observasi kualitatif sering disebut dengan istilah observasi naturalistik atau observasi dalam situasi yang apa adanya (alamiah/bukan buatan) (Johnson & Christensen dalam Hanurawan, 2016). Selain itu, peneliti juga menggunakan alat bantu pengumpulan data lain seperti survey online, pedoman wawancara, alat perekam dan lembar observasi.

Penelitian ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu tahap pra lapangan, tahap penelitian lapangan dan tahap pencatatan data. Tahap pra lapangan dilakukan sebelum penelitian



dilakukan di lapangan. Tahap penelitian lapangan dilakukan berdasarkan kesepakatan mengenai jadwal dan ketersediaan subjek untuk melakukan wawancara. Pada tahap pencatatan data, data wawancara yang tersimpan dalam alat perekam akan dituangkan kedalam bentuk verbatim. Sedangkan data observasi dicatat kedalam bentuk rating. Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisa sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Prosedur Analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu koding, organisasi data, analisis awal dan analisis tematik, interpretasi dan menulis hasil akhir dan membuat laporan penelitian (Poerwandari, 2009).

## HASIL

Untuk menganalisa hasil, kutipan pada setiap analisa akan diberikan kode-kode tertentu. Contoh kode yang digunakan adalah S1.W1.1507.B24.a. Maksud dari kode ini adalah S1 merupakan subjek pertama; W1 merupakan wawancara yang dilakukan pertama; 1507 merupakan tanggal wawancara (tahun 2019); B24 merupakan analisa dari pernyataan subjek pada baris ke-24; dan a adalah analisa pertama dari analisa dari satu baris pernyataan subjek. Berikut ini dilampirkan gambaran umum subjek penelitian serta waktu dan tempat pelaksanaan pengambilan data wawancara.

Tabel 1.  
Gambaran Umum Subjek Penelitian

<b>Keterangan</b>	<b>Subjek I</b>	<b>Subjek II</b>	<b>Subjek III</b>
Inisial	J	H	B
Jenis kelamin	Laki-laki	Laki-laki	Laki-laki
Usia (tahun)	22	26	23
Suku	Tionghoa	Jawa	Batak Toba
Agama	Budha	Islam	Protestan
Pendidikan terakhir	SMA	S1	SMA
Pekerjaan	Mahasiswa	Wiraswasta	Mahasiswa
Domisili	Medan	Medan	Medan
Daerah asal	Medan	Medan	Batam
Riwayat pemesanan ojol Wanita	3 kali	2 kali	2 kali
Menggunakan ojol sejak	2016	2017	2015

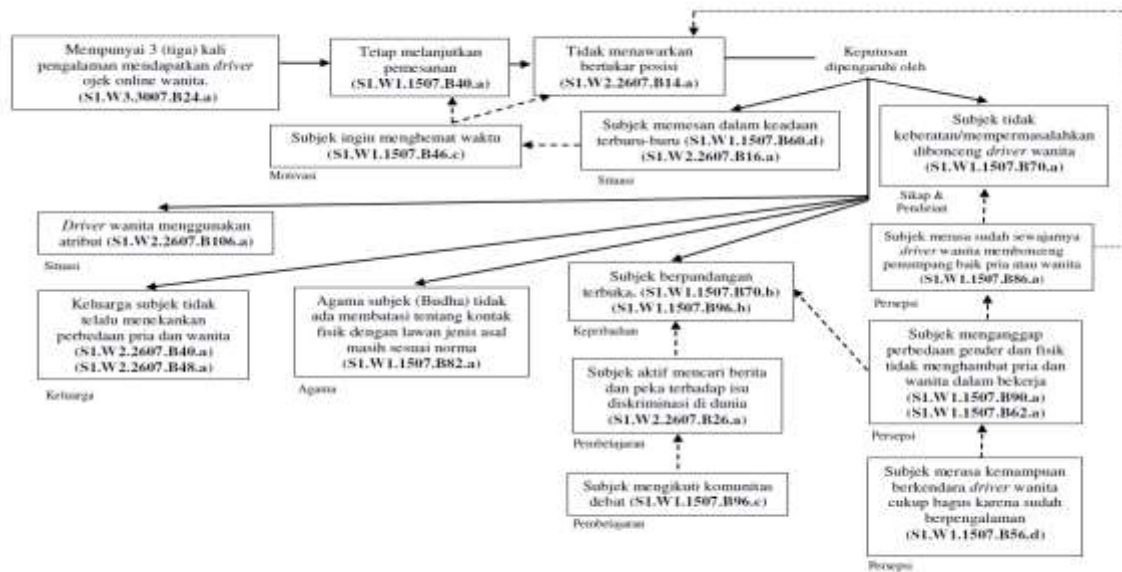
Hasil dari observasi dan wawancara akan dijabarkan sesuai urutan subjek dan waktu wawancara antara peneliti dan subjek. Hasil observasi akan menjelaskan tentang pertemuan peneliti dengan subjek, *setting* wawancara, bahasa tubuh subjek selama wawancara, dan hal-hal lain yang terjadi selama wawancara berlangsung. Sedangkan hasil wawancara akan menjelaskan mengenai latar belakang subjek dan keterkaitan subjek dengan teori yang digunakan.

### Subjek I (J)

Tabel 2.  
 Rekapitulasi Analisa Hasil Wawancara dan Observasi subjek J

<b>Faktor yang Mempengaruhi</b>	<b>Subjek J</b>
<b>INTERNAL</b>	
Persepsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memandang pekerjaan <i>driver</i> ojek online memungkinkan bagi pria dan Wanita</li> <li>2. Memandang bahwa setiap orang mempunyai kesempatan bekerja yang sama</li> <li>3. Menganggap pengalaman adalah hal yang penting dalam pekerjaan</li> <li>4. Merasa perbedaan fisik tidak menjadi tolak ukur dalam pekerjaan</li> <li>5. Memandang bahwa wanita yang bekerja tidak boleh melupakan kewajiban dalam mengasuh anak</li> <li>6. Mempunyai cara pandang yang terbuka</li> </ol>
Pembelajaran dan memori	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek mempunyai cara pandang yang terbuka semenjak mengikuti kegiatan debat</li> <li>2. Subjek banyak mencari berita dan informasi</li> <li>3. Subjek memahami lingkungannya akibat membaca berita</li> <li>4. Subjek berusaha memahami orang lain tidak memperlakukannya sembarangan</li> <li>5. Kebiasaan membaca berita masih dilakukan subjek hingga sekarang</li> </ol>
Sikap dan pendirian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek tidak mempersalahkan dibonceng oleh <i>driver</i> Wanita</li> <li>2. Subjek menunjukkan sikap positif terhadap <i>driver</i> wanita</li> </ol>
Motivasi dan kepribadian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek ingin menghemat waktu</li> <li>2. Subjek tidak ingin memperlambat waktu dengan proses bertukar posisi</li> </ol>
<b>EKSTERNAL</b>	
Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek tidak merasa terpengaruh dengan budaya secara signifikan</li> <li>2. Subjek tidak mengerti tentang budaya Tionghoa dan Batak</li> </ol>
Agama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agama subjek tidak ada mengatur kontak fisik antar pria dan wanita, hanya batas wajar saja</li> <li>2. Subjek akan menjaga jarak jika melihat <i>driver</i> wanita beragama Islam.</li> </ol>
Keluarga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keluarga subjek tidak terlalu menekankan perbedaan pria dan Wanita</li> </ol>

	2. Keluarga subjek mengharuskan pria untuk bekerja dan sebaiknya wanita dirumah
Situasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek terburu-buru</li> <li>2. Jika usia <i>driver</i> lebih muda, subjek akan membatalkan pemesanan</li> <li>3. Subjek ingin <i>driver</i> wanita berpenampilan meyakinkan.</li> </ol>



Gambar 1. Kerangka Masalah Subjek J

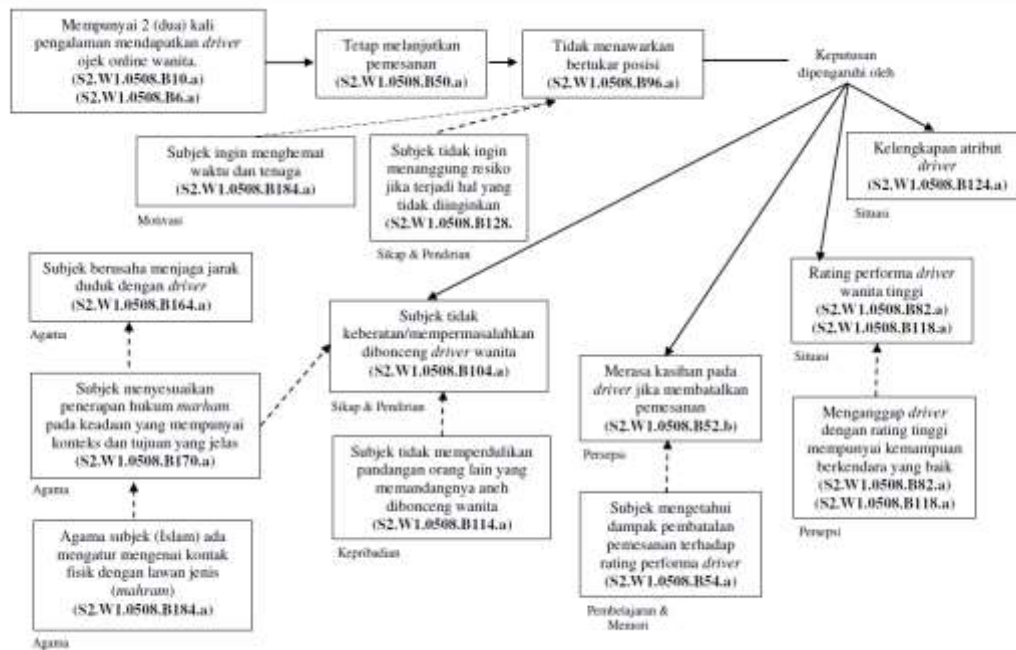
## SUBJEK II (H)

Tabel 3.  
Rekapitulasi Analisa Hasil Wawancara dan Observasi Subjek H

Faktor yang Mempengaruhi	Subjek H
<b>INTERNAL</b>	
Persepsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memandang pekerjaan <i>driver</i> ojek online adalah pekerjaan lapangan yang lebih baik dibandingkan pekerjaan lapangan lainnya bagi Wanita</li> <li>2. Memandang pekerjaan wanita lebih baik tidak di lapangan langsung</li> <li>3. Merasa yakin kemampuan berkendara <i>driver</i> Wanita</li> <li>4. Menganggap kemampuan berkendara <i>driver</i> wanita berbeda dengan wanita lainnya</li> </ol>



Pembelajaran dan memori	1. Mengetahui tentang dampak pembatalan pemesanan terhadap performa driver
Sikap dan pendirian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek tidak mempersalahkan dibonceng oleh <i>driver</i> wanita</li> <li>2. Subjek tidak akan menawarkan diri bertukar posisi dengan <i>driver</i> Wanita</li> <li>3. Subjek tidak ingin mengambil resiko yang kemungkinan terjadi jika ia mengendarai sepeda motor <i>driver</i></li> <li>4. Subjek merasa menjaga jarak sangat penting</li> </ol>
Motivasi dan kepribadian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek ingin menghemat waktu</li> <li>2. Subjek merasa rugi tenaga jika bertukar posisi dengan <i>driver</i></li> <li>3. Subjek tidak ingin capek mengemudi</li> </ol>
<b>EKSTERNAL</b>	
Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek tidak mengerti budaya Jawa</li> <li>2. Subjen dan keluarga tidak menerapkan budaya Jawa</li> </ol>
Agama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek cukup ketat menerapkan hukum <i>mahram</i> sehari-hari</li> <li>2. Bagi Subjek, yang terpenting dalam penerapan hukum <i>mahram</i> adalah konteks dan tujuannya jelas serta tidak ada niatan lain.</li> <li>3. Subjek menjaga jarak dengan <i>driver</i> Wanita sebagai penerapan hukum <i>mahram</i>.</li> </ol>
Keluarga	1. Keluarga subjek menekankan Wanita tidak boleh kerja lapangan
Situasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek mempertimbangkan <i>rating driver</i></li> <li>2. Subjek mempertimbangkan kelengkapan atribut driver</li> <li>3. Subjek akan membatalkan pemesanan jika kenyataannya kemampuan berkendara driver tidak baik</li> </ol>



Gambar 2. Kerangka Masalah Subjek H

### SUBJEK III (B)

Tabel 4.

Rekapitulasi Analisa Hasil Wawancara dan Observasi Subjek B

Faktor yang Mempengaruhi	Subjek B
<b>INTERNAL</b>	
Persepsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memandang pekerjaan <i>driver</i> ojek online wanita tidak sesuai dengan kodrat wanita</li> <li>2. Merasa khawatir dengan kemampuan berkendara wanita</li> <li>3. Merasa pekerjaan <i>driver</i> ojek online wanita adalah pekerjaan berat</li> <li>4. Menganggap aneh pria yang dibonceng wanita</li> <li>5. Merasa segan dilihat orang lain jika ia dibonceng oleh <i>driver</i> wanita</li> <li>6. Merasa kasihan jika membatalkan pemesanan terhadap <i>driver</i> wanita</li> <li>7. Merasa seperti dipimpin dan dilindungi wanita jika dibonceng wanita</li> <li>8. Merasa seharusnya pria yang memimpin dan melindungi</li> </ol>
Pembelajaran dan memori	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum pernah dibonceng wanita sebelumnya</li> <li>2. Subjek segan dibonceng oleh <i>driver</i> ojek wanita</li> <li>3. Subjek tidak nyaman dan merasa malu dibonceng oleh <i>driver</i> wanita</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Pria harus memimpin dan melindungi wanita</li> <li>5. Wanita harus bekerja agar keluarga bisa hidup enak</li> </ol>
Motivasi dan kepribadian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek ingin menikmati perjalanan sebagai penumpang</li> </ol>
<b>EKSTERNAL</b>	
Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek cukup ketat menerapkan nilai budaya Batak</li> <li>2. Budaya Batak mengharuskan pria memimpin, melindungi, dan lebih bertanggung jawab</li> <li>3. Dibonceng oleh wanita dirasa kurang sesuai dalam pandangan budaya</li> </ol>
Agama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agama subjek tidak ada mengatur kontak fisik antar pria dan wanita, hanya batas wajar saja</li> <li>2. Subjek cukup ketat dalam penerapan nilai dan aturan agama Protestan</li> <li>3. Nilai agama Protestan kurang lebih sama dengan budaya Batak</li> <li>4. Subjek akan menjaga jarak pada <i>driver</i> wanitaberagama Islam, terutama yang berjilbab</li> </ol>
Keluarga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keluarga subjek menuntut anak laki-laki pertama untuk lebih bertanggung jawab, melindungi, memimpin, dan jadi pengganti tulang punggung keluarga</li> <li>2. Pada keluarga besar, masih terlihat perbedaan peran pria dan wanita saat berkumpul.</li> </ol>
Situasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek mempertimbangkan kelengkapan atribut ojek online <i>driver</i> Wanita</li> <li>2. Subjek akan membatalkan pemesanan <i>driver</i> wanita jika untuk perjalanan jauh</li> </ol>



Tabel 5.  
 Rekapitulasi Analisa Seluruh Subjek

Keterangan	Subjek J	Subjek H	Subjek B
INTERNAL			
Persepsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memandang pekerjaan <i>driver</i> ojek online memungkinkan bagi pria dan Wanita</li> <li>Memandang bahwa setiap orang mempunyai kesempatan bekerja yang sama</li> <li>Menganggap pengalaman adalah hal yang penting dalam pekerjaan</li> <li>Merasa perbedaan fisik tidak menjadi tolak ukur dalam pekerjaan</li> <li>Memandang bahwa Wanita yang bekerja tidak boleh melupakan kewajiban dalam mengasuh anak</li> <li>Mempunyai cara pandang yang terbuka</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memandang pekerjaan <i>driver</i> ojek online adalah pekerjaan lapangan yang lebih baik dibandingkan pekerjaan lapangan lainnya bagi Wanita</li> <li>Memandang pekerjaan wanita lebih baik tidak dilapangan langsung</li> <li>Merasa yakin kemampuan berkendara <i>driver</i> wanita</li> <li>Menganggap kemampuan berkendara <i>driver</i> wanita berbeda dengan wanita lainnya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memandang pekerjaan <i>driver</i> ojek online wanita tidak sesuai dengan kodrat wanita</li> <li>Merasa khawatir dengan kemampuan berkendara wanita</li> <li>Merasa pekerjaan <i>driver</i> ojek online wanita adalah pekerjaan berat</li> <li>Menganggap aneh pria yang dibonceng wanita</li> <li>Merasa segan dilihat orang lain jika ia dibonceng oleh <i>driver</i> wanita</li> <li>Merasa kasihan jika membatalkan pemesanan terhadap <i>driver</i> wanita</li> <li>Merasa seperti dilindungi wanita jika dibonceng wanita</li> <li>Merasa seharusnya pria yang memimpin dan melindungi</li> </ol>
Pembelajaran dan Memori	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mempunyai cara pandang yang terbuka semenjak mengikuti kegiatan debat</li> <li>Banyak mencari berita dan informasi</li> <li>Memahami lingkungannya akibat membaca berita</li> <li>Berusaha memahami orang lain tidak memperlakukannya sembarangan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui tentang dampak pembatalan pesanan terhadap performa driver</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Belum pernah dibonceng wanita sebelumnya</li> </ol>



	5. Kebiasaan membaca berita masih dilakukan subjek hingga sekarang		
Sikap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak mempersalahkan dibonceng oleh driver wanita</li> <li>2. Tenunjukkan sikap positif terhadap driver wanita</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak mempersalahkan dibonceng oleh <i>driver</i> wanita</li> <li>2. Tidak akan menawarkan diri bertukar posisi dengan <i>driver</i> wanita</li> <li>3. Tidak ingin mengambil resiko yang kemungkinan terjadi jika ia mengendarai sepeda motor <i>driver</i></li> <li>4. Subjek merasa menjaga jarak sangat penting</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segan dibonceng oleh <i>driver</i> ojek wanita</li> <li>2. Tidak nyaman dan merasa malu dibonceng oleh <i>driver</i> wanita</li> <li>3. Pria harus memimpin dan melindungi wanita</li> <li>4. Wanita harus bekerja agar keluarga bisa hidup enak</li> </ol>
Motivasi dan Kepribadian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingin menghemat waktu</li> <li>2. Tidak ingin memperlambat waktu dengan proses bertukar posisi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingin menghemat waktu</li> <li>2. Merasa rugi tenaga jika bertukar posisi dengan <i>driver</i></li> <li>3. Tidak ingin capek mengemudi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingin menikmati perjalanan sebagai penumpang</li> </ol>
<b>EKSTERNAL</b>			
Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak merasa terpengaruh dengan budaya secara signifikan</li> <li>2. Tidak mengerti tentang budaya Tionghoa dan Batak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak mengerti budaya Jawa</li> <li>2. Ia dan keluarga tidak menerapkan budaya Jawa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cukup ketat menerapkan nilai budaya Batak</li> <li>2. Budaya Batak mengharuskan pria memimpin, melindungi, dan lebih bertanggung jawab</li> <li>3. Dibonceng oleh Wanita dirasa kurang sesuai dalam pandangan budaya</li> </ol>
Agama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agama subjek tidak ada mengatur kontak fisik antar pria dan wanita, hanya batas wajar saja</li> <li>2. Akan menjaga jarak jika melihat <i>driver</i> wanita beragama Islam.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cukup ketat menerapkan hukum <i>mahram</i> sehari-hari</li> <li>2. Bagi Subjek, yang terpenting dalam penerapan hukum <i>mahram</i> adalah konteks dan tujuannya jelas serta tidak ada niatan lain.</li> <li>3. Menjaga jarak dengan <i>driver</i> wanita sebagai penerapan hukum <i>mahram</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agama subjek tidak ada mengatur kontak fisik antar pria dan wanita, hanya batas wajar saja</li> <li>2. Cukup ketat dalam penerapan nilai dan aturan agama Protestan</li> <li>3. Nilai agama Protestan kurang lebih sama dengan budaya Batak</li> </ol>

			4. Akan menjaga jarak pada <i>driver</i> Wanita beragama Islam, terutama yang berjilbab
Keluarga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keluarga subjek tidak terlalu menekankan perbedaan pria dan wanita</li> <li>2. Keluarga subjek mengharuskan pria untuk bekerja dan sebaiknya wanita dirumah</li> </ol>	1. Keluarga subjek menekankan Wanita tidak boleh kerja lapangan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keluarga subjek menuntut anak laki-laki pertama untuk lebih bertanggung jawab, melindungi, memimpin, dan jadi pengganti tulang punggung keluarga</li> <li>2. Pada keluarga besar, masih terlihat perbedaan peran pria dan wanita saat berkumpul.</li> </ol>
Situasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingin <i>driver</i> Wanita berpenampilan meyakinkan dengan menggunakan atribut.</li> <li>2. Keadaan terburu-buru</li> <li>3. Jika usia <i>driver</i> lebih muda, subjek akan membatalkan pemesanan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertimbangkan kelengkapan atribut <i>driver</i></li> <li>2. Subjek mempertimbangkan <i>rating driver</i></li> <li>3. Akan membatalkan pemesanan jika kenyataannya kemampuan berkendara driver tidak baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertimbangkan kelengkapan atribut ojek online <i>driver</i> Wanita</li> <li>2. Akan membatalkan pemesanan <i>driver</i> wanita jika untuk perjalanan jauh</li> </ol>

## DISKUSI

Menurut Engel, Blackwell, & Miniard (1995), keputusan pembelian adalah hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternative tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhan. Sedangkan Hawkins dkk (Effendi, 2016), menyatakan pengambilan keputusan konsumen adalah kesan individu yang secara hati-hati mengevaluasi atribut dari suatu produk, merek, atau jasa dan melakukan proses seleksi untuk memilih dari salah satu alternatif pemecahan masalah kebutuhan. Maka dari itu sebuah keputusan pembelian antara satu konsumen dengan yang lainnya berbeda-beda, karena kebutuhan dan selera konsumen yang berbeda. Sebelum memutuskan untuk melanjutkan atau membatalkan pembelian, individu mempunyai banyak pertimbangan. Pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh konsumen ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pada penelitian ini terlihat bahwa Subjek J, H dan B dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dalam memutuskan melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita.

Subjek J, H dan B mempunyai pengalaman dalam melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita. Subjek J mempunyai pengalaman sebanyak tiga kali, sedangkan Subjek H dan B sebanyak dua kali. Subjek J dan H tidak memiliki konflik internal saat dibonceng oleh *driver* wanita. Sedangkan pada Subjek B meskipun ia bersedia dibonceng oleh *driver* wanita, namun mereka menganggap hal itu tidak sesuai dengan sikap dan kebudayaannya.

Sebagai seorang konsumen pria, ketiga subjek dipengaruhi oleh beberapa factor lain yang mendukung atau menentang keputusan mereka saat memutuskan melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan hal-hal yang mempengaruhi keputusan individu yang berasal dari dalam dirinya meliputi persepsi, pembelajaran, memori, sikap, dan motivasi. Faktor eksternal merupakan hal-hal yang mempengaruhi keputusan individu yang berasal dari luar diri atau lingkungan individu meliputi budaya, Agama, keluarga, dan situasi. Setiap factor ini memberikan pengaruh yang berbeda-beda pada Subjek J, H dan B

Faktor internal yang pertama adalah persepsi. Persepsi adalah sebuah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan dimana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman (Asrori, 2009). Pelanggan yang mempersepsikan bahwa pekerjaan *driver* ojek online cocok bagi wanita akan lebih mudah untuk memutuskan tetap melanjutkan pemesanan. Hal tersebut terjadi pada Subjek J yang memandang pekerjaan sebagai *driver* ojek online cocok dikerjakan oleh wanita karena ia merasa setiap orang berkesempatan yang salam dalam pekerjaan, sedangkan Subjek H merasa pekerjaan lapangan seperti *driver* ojek online lebih cocok untuk pria sedangkan wanita lebih baik bekerja yang berhubungan dengan pekerjaan yang selama ini identic dengan wanita. Namun, Subjek H juga merasa pekerjaan ojek online lebih baik dibandingkan pekerjaan lapangan lainnya bagi wanita karena lebih fleksibel. Subjek B memandang pekerjaan *driver* ojek online wanita tidak sesuai dengan kodrat wanita.

Pelanggan yang mempersepsikan kemampuan berkendara *driver* ojek online cukup baik juga akan lebih mudah untuk memutuskan melanjutkan pemesanan. Seperti Subjek J dan H yang tidak khawatir dengan kemampuan berkendara *driver* ojek online wanita, sedangkan Subjek B mengkhawatirkan hal tersebut. Subjek J merasa nyaman dibonceng oleh *driver* ojek online wanita, Subjek H biasa saja, sedangkan Subjek B tidak. Subjek B merasa khawatir memikirkan pandangan orang lain jika melihatnya dibonceng oleh *driver* ojek online wanita,

sedangkan Subjek J dan H tidak merasa demikian. Subjek B merasa seperti dipimpin oleh wanita jika berada di jok penumpang dengan *driver* wanita.

Faktor internal yang kedua adalah pembelajaran dan memori. Pengalaman pribadi yang tercipta dari pembelajaran dan tersimpan di memori bertindak sebagai *feedback* bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama (Schiffman & Kanuk, 2007). Pelanggan pria yang memiliki mempelajari tentang isu-isu gender dan membela kaum wanita akan membuatnya enggan untuk membatalkan pemesanan. Hal ini terjadi pada Subjek J yang lebih memahami isu gender melalui kegiatan debat yang ia ikuti. Melalui kegiatan debat, Subjek J mengaku dengan mengikuti kegiatan debat ia berusaha untuk tidak mendiskriminasi kelompok tertentu, termasuk wanita yang bekerja sebagai *driver* ojek *online*. Pelanggan pria juga akan enggan membatalkan pemesanan jika ia mengetahui tentang sistem ojek *online* pada *driver*. Hal ini terjadi pada Subjek H yang mengetahui dampak pembatalan pemesanan terhadap performa *driver*. Melalui pengetahuan itu, Subjek H merasa kasihan jika harus membatalkan pemesanan *driver* ojek *online* wanita. Subjek B belum pernah dibonceng oleh wanita sebelumnya. Melalui pengalaman tersebut, Subjek B merasa tidak enak saat dibonceng oleh *driver* ojek *online* wanita.

Faktor internal yang ketiga adalah sikap. Sikap merupakan cara berpikir, merasa dan bertindak terhadap beberapa aspek lingkungan (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995). Subjek J tidak merasa segan dibonceng oleh *driver* ojek online wanita, sedangkan Subjek H dan B merasa segan. Subjek J menunjukkan sikap dan perilaku yang positif pada *driver* ojek online wanita, sedangkan Subjek H dan B menunjukkan sikap negatif namun menunjukkan perilaku positif. Sikap positif berarti subjek memberikan penilaian yang baik terhadap *driver* ojek online, sebaliknya penilaian negatif berarti subjek memberikan penilaian yang mengarah pada negatif. Perilaku yang positif dapat dilihat dari kesediaan subjek bersedia dibonceng dan tidak membatalkan pemesanan.

Faktor internal yang keempat adalah motivasi. Subjek J dan H mempunyai motivasi untuk menghemat waktu. Pada pengalamannya, Subjek J sedang dalam keadaan terburu-buru saat mendapatkan ojek online wanita. Subjek H merasa malas untuk membatalkan pemesanan dan harus menunggu mendapatkan *driver* selanjutnya. Menurut mereka, jika membatalkan pemesanan akan memakan waktu yang lebih lama lagi sedangkan ia ingin menghemat waktu. Bagi Subjek J, ia tidak berniat untuk menawarkan bertukar posisi karena merasa itu akan memakan waktu lebih lama sedangkan ia ingin menghemat waktu. Subjek H tidak ingin menawarkan bertukar posisi karena ia khawatir jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, ia tidak mau bertanggung jawab. Subjek B tidak ingin menawarkan bertukar posisi karena ia merasa akan rugi uang dan tenaga jika melakukan hal itu. Ia tidak ingin membayar perjalanan jika ia yang membawa sepeda motor ojek online dan ia juga ingin menikmati perjalanan sebagai penumpang selama perjalanan.

Faktor eksternal yang pertama adalah budaya. Budaya adalah nilai-nilai, norma dan kebiasaan dimana individu belajar dari masyarakat dan berperan penting pada pola umum perilaku sebuah masyarakat (Kotler, 2004). Subjek J dan H tidak terlalu memahami budayanya sehingga ia merasa tidak terlalu terikat dengan budayanya yaitu Tionghoa dan Jawa. Dikeluarga mereka juga tidak merasakan pengaruh budaya tertentu secara signifikan. Subjek B cukup paham akan budayanya dan menjalankan nilainilainya sehari-hari, yaitu budaya Batak. Berdasarkan nilai budayanya, Subjek B memandang pria yang dibonceng oleh wanita tidak sesuai karena seharusnya ia pria yang berada didepan untuk memimpin dan melindungi wanita.

Faktor eksternal yang kedua adalah agama. Setiap agama memiliki tata aturan tersendiri dan menjadi salah satu hal yang sangat mempengaruhi perilaku individu (Sumarwan, 2011). Pada agama Subjek J dan B, yaitu Budha dan Protestan, tidak ada aturan yang mengatur kontak

fisik antara pria dan wanita. Hanya terdapat aturan agak berperilaku wajar dan tidak melanggar perbuatan asusila. Hal ini membuat Subjek J dan B tidak khawatir dengan melakukan kontak fisik saat dibonceng oleh *driver* ojek online wanita. Sedangkan pada agama Subjek B, yaitu Islam terdapat aturan yang mengatur kontak fisik antara pria dan wanita yang disebut dengan istilah *mahram*. Namun, bagi Subjek H, meskipun ia cukup ketat menerapkan aturan tersebut dalam kehidupan sehari-hari, ia tidak menjadikan hal ini sebagai alasan membatalkan pemesanan terhadap *driver* wanita. Subjek H merasa bahwa apabila tujuan dan konteksnya jelas, maka hukum *mahram* bisa disesuaikan misalnya dengan menjaga jarak seperlunya.

Faktor eksternal ketiga adalah keluarga. Keluarga merupakan variabel struktural yang memberikan pengaruh bagi keputusan membeli, yang terdiri dari usia kepala rumah tangga atau keluarga, status perkawinan, kehadiran anak dan status pekerjaan serta peran status suami istri dalam rumah tangga (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995). Keluarga Subjek J dan H tidak terlalu menekankan perbedaan peran pria dan wanita. Sedangkan keluarga Subjek B cukup menekankan perbedaan tersebut, terutama jika berkumpul bersama keluarga besar. Keluarga Subjek J mengharuskan anggota keluarga pria untuk bekerja dan anggota keluarga wanita sebaiknya dirumah saja. Namun Subjek J kurang menyetujui hal tersebut, ia menganggap bahwa baik pria maupun wanita berkesempatan untuk memiliki pekerjaan. Keluarga Subjek H tidak memperbolehkan wanita untuk bekerja dilapangan dan mengeluarkan tenaga fisik yang besar. Sedangkan bagi keluarga Subjek B, menganggap bahwa wanita harus bekerja agar bisa membantu meningkatkan kesejahteraan rumah tangga. Subjek B merupakan anak laki-laki pertama dan satu—satunya dalam keluarga. Hal ini membuat Subjek B lebih dituntut untuk terbiasa bertanggung jawab, memimpin, melindungi, dan menjadi pengganti tulang punggung keluarga. Hal ini yang membuat Subjek B merasakan ketidaknyamanan saat dibonceng oleh *driver* ojek online wanita karena ia merasa dipimpin sedangkan seharusnya ia yang memimpin.

Faktor eksternal yang keempat adalah situasi. Situasi konsumen adalah factor lingkungan sementara yang menyebabkan suatu situasi dimana perilaku konsumen muncul pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995). Situasi yang dihadapi oleh Subjek I saat pengalaman mendapatkan *driver* ojek online wanita adalah sedang terburu-buru. Situasi lain yang diperhatikan oleh Subjek J, H dan B adalah kelengkapan atribut ojek online *driver* wanita. Pada beberapa pengalaman ketiga subjek, terdapat *driver* ojek online yang tidak menggunakan atribut lengkap. Hal tersebut mempegaruhi kenyamanan para subjek saat berkendara. Terlebih lagi Subjek J dan H menganggap kelengkapan atribut sebagai salah satu tanda profesionalitas *driver*. Subjek J, H dan B akan mempertimbangkan kembali *driver* wanita yang tidak menggunakan atribut ojek online namun mereka menyatakan tidak akan sampai membatalkan pemesanan karena alasan tersebut. Pertimbangan lain Subjek J adalah usia *driver*. Subjek J akan membatalkan pemesanan jika melihat usia *driver* Wanita lebih muda dari dirinya. Pertimbangan lain Subjek H adalah *rating driver* dan kemampuan berkendara *driver* wanita pada kenyataannya. Subjek H akan membatalkan pemesanan jika mendapatkan *driver* wanita dengan *rating* tinggi namun saat diperjalanan menunjukkan kemampuan berkendara yang tidak baik. Sedangkan pertimbangan lain Subjek B adalah jarak lokasi yang dituju. Subjek B akan membatalkan pemesanan jika mendapatkan *driver* wanita jika untuk perjalanan jauh.

Faktor-faktor yang dirasakan sama oleh Subjek J, H dan B hanyalah faktor situasi mengenai kelengkapan atribut *driver* ojek online wanita. Ketiga Subjek akan mempertimbangkan kelengkapan atribut *driver* ojek online wanita. Namun, mereka tidak akan sampai membatalkan pemesanan jika *driver* mereka tidak menggunakan atribut lengkap. Hanya saja hal tersebut akan mempengaruhi kenyamanan mereka selama perjalanan dan berdampak pada pemberian penilaian setelah perjalanan selesai.



Berdasarkan analisis pada penelitian ini, ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pria dalam melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi persepsi, pembelajaran dan memori, sikap, dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal meliputi budaya, agama, keluarga, dan situasi (waktu, jarak perjalanan, atribut *driver*, *rating driver*, dan usia *driver*). Pengaruh setiap faktor terhadap setiap subjek berbeda-beda sesuai dengan keadaan internal dan eksternalnya pada masa lalu dan pada saat melakukan pemesanan.

## SIMPULAN DAN IMPLIKASI

### Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dapat ditarik dari hasil penelitian ini. Kesimpulan pertama yaitu pengaruh setiap faktor terhadap setiap pelanggan pria yang membuatnya tetap melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online wanita berbeda-beda sesuai dengan keadaan internal dan eksternalnya pada masa lalu dan pada saat melakukan pemesanan. Kesimpulan kedua, Setiap faktor internal dan eksternal mempengaruhi setiap subjek dalam bentuk yang berbeda-beda. Faktor yang sama dirasakan oleh ketiga subjek hanya pada faktor situasi mengenai kelengkapan atribut *driver* ojek online wanita. Terakhir, Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan pria yang bersedia melanjutkan pemesanan terhadap *driver* ojek online untuk tidak menawarkan diri bertukar posisi dengan *driver*, yaitu tidak ingin memperlambat waktu dengan bertukar posisi, tidak ingin bertanggung jawab jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan selama perjalanan, dan ingin menikmati hak sebagai penumpang yang seharusnya dibonceng.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armiyati, L. (2015). *Perempuan Berjuang, Bukan Menantang: Studi Gerakan Perempuan Indonesia Menuju Kesenjangan*. Retrieved from ResearchGate: <https://www.researchgate.net/publication/>.
- Armstrong, G. M., & Kotler, P. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Asrori, M. (2009). *Psikologi Pembelajaran*. Bandung : CV. Wacana Prima
- Baxter, P & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology : Study design and implementation for novice research. *The Qualitative Report*, 13 (4)

- Damayanti, S, A, S. (2017). *Transportasi Berbasis Aplikasi Online : Gojek sebagai sarana transportasi masyarakat kota Surabaya*. Surabaya : Universitas Airlangga (Skripsi S1)
- Dovidio, J. F., Glick, P., & Rudman, L. A. (2008). On the Nature of Prejudice: Fifty Years after Allport. In *On the Nature of Prejudice: Fifty Years after Allport*.  
<https://doi.org/10.1002/9780470773963.indauth>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawalo Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ermanovida. (2005). *Memahami Pembagian Peran Gender Antara Laki-Laki dan Perempuan*. Retrieved from Repository Unsri: <http://eprints.unsri.ac.id>.
- Fitriani, A.A., (2018). *Analisis Perbedaan Pendapatan Ojek Sepeda Motor Berbasis Online di Kota Surabaya*. Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945 (Undergraduate Thesis)
- Fitriani, F. F. (2018). *Presiden Go-Jek: Ada 22 Juta Pengguna Aktif, 30-40% di Jakarta*. Retrieved from Bisnis.com: <http://industri.bisnis.com>.
- Hapsari, I. M. (2010). *Perbedaan Orientasi Karir Antara Pria dan Wanita: Pengaruhnya pada Jenjang Karir yang Dicapai Oleh Wanita*. Retrieved from Jurnal Universitas Pancasakti Tegal: <http://e-journal.upstegal.ac.id>
- Harrel, G. (1986). *Consumer Behaviour*. USA: Harcourt Brance Jovanich, Inc.
- Herdiansyah, H. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta : Salemba Humanika
- Hyde, J. S., & Quest, N. E. (2013). *Half the Human Experience: The Psychology of Woman*. Belmont: Wadsworth Cengage Learning.
- Kasanah, A & Priyono. (2018). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Pengemudi Ojek Online di Kecamatan Klaten Tengah Kabupaten Klaten. *E-Prints UMS*.
- Kotler, P. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Larasati, T. (2017). Stereotip terhadap perempuan pengemudi transportasi umum berbasis online di Jakarta Timur. *Jurnal FISIP Universitas Airlangga*.
- Poerwandari, E. K. (2009). *Pendekatan Kualitatif untk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI.

- Praditya, I. I. (2017, May 14). *84 Persen Warga Pakai Transportasi Online karena Alasan Murah*. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com>.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen (ed. 7)*. Jakarta: PT.Indeks.
- Wargadiredja, A. T. (2017). *Penyebab Pengendara Ojek Online terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan*. Retrieved from Vice News: <http://www.vice.com>
- Wen, S. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online Grabike. Jakarta : UEU. <http://digilib.esaunggul.ac.id/UEU-Undergraduate-201211039/7063>.
- Zaenudin, A. (2018, February 2). *Nasib Driver Ojek Online Tergantung "Bintang"*. Retrieved from Tirto.id: <http://tirto.id>.