

ABSTRAK

Di Indonesia, jasa transportasi *online* berbasis aplikasi ini sedang ramai. Kemunculannya dimulai dengan lahirnya Go-Jek pada tahun 2010; saat itu Go-Jek hanya beroperasi di Jakarta, hingga kini kemudian berkembang ke berbagai kota besar di Indonesia. Fasilitas yang ditawarkan pun tidak terbatas hanya layanan antar jemput penumpang dengan motor dan mobil saja, tapi juga jasa kurir—antar barang, beli makanan dan berbelanja, hingga membeli tiket bioskop. Di Yogyakarta, mahasiswi adalah salah satu kelompok konsumen yg aktif menggunakan aplikasi ojek *online*. Menariknya, pengguna layanan ini bukan hanya mahasiswi yang tidak memiliki kendaraan; banyak juga mahasiswi pengguna aplikasi Go-Jek yang memiliki kendaraan pribadi.

Berangkat dari fakta tersebut, skripsi ini mengajukan dua pertanyaan; pertama, mengapa mahasiswi memilih untuk menggunakan Go-Jek? Kedua, pengaruh apa yang muncul setelah kehadiran Go-Jek? Dengan menggunakan model *Perceived Characteristics of Innovatons* (PCI), skripsi ini akan menjabarkan tentang penerimaan Go-Jek di kalangan mahasiswi, serta pengaruh yang dibawanya.

Skripsi ini menemukan bahwa pada awalnya, rasa *mager* sudah ada dalam diri mahasiswi, namun ketika rasa *mager* itu muncul, saat itu mereka harus melawannya. Kini, dengan hadirnya Go-Jek, mereka bisa merangkul rasa *mager* ini. Dari situ, skripsi ini menyimpulkan bahwa ada suatu sinergi antara rasa *mager* dengan layanan yang disediakan Go-Jek.

Kata Kunci: Go-Jek, Mahasiswi, Yogyakarta

ABSTRACT

In Indonesia, app-based online transportation service currently gaining its momentum. Its emergence started from the birth of Go-Jek at 2010; back then, Go-Jek was only operating in Jakarta, until recently it's been spreading to other major cities in Indonesia. The facilities offered are not limited to shuttle service, but now they also provide courier service—goods delivery, food and grocery shopping, to cinema tickets. In Yogyakarta, college students are among the most active consumer group making the best use of app-based online *ojek* service. Interestingly, among the college students utilizing this service, plenty also have their own personal vehicle.

Based upon those facts, this undergraduate thesis raises two questions; first, why female college students choose to make use of Go-Jek? Second, what are the emerging impacts after the coming of Go-Jek? By utilizing the model of Perceived Characteristics of Innovations (PCI), this undergraduate thesis will explain about Go-Jek's acceptance among female college students, alongside the impacts it brought upon.

This undergraduate thesis discovered that since the beginning, indolence has been inside the mind of female college students all along, but when it surfaces, at the time they had to fought against it. Now, by the emergence of Go-Jek, they can embrace this feeling of indolence. Therefore, this thesis argues that there is a synergy between indolence and services provided by Go-Jek.

Key Words: Go-Jek, Student, Yogyakarta