

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CONSUMERS' PARTICIPATION*  
TERHADAP *VALUE CO-CREATION* DENGAN  
*CONSUMERS' ETHICAL PERCEPTION* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI BAGI PELANGGAN GO-RIDE DI  
JAKARTA**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : JOSSY CENERA**

**NPM : 115160131**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2020**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Jossy Cenera

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160131

Program Studi : S1 MANAJEMEN



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Juli 2020



Jossy Cenera

**Catatan:**

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : JOSSY CENERA  
NIM : 115160131  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *CONSUMERS' PARTICIPATION* TERHADAP  
*VALUE CO-CREATION* DENGAN *CONSUMERS' ETHICAL PERCEPTION*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI BAGI PELANGGAN GO-RIDE DI JAKARTA

Jakarta, 9 Juli 2020

Pembimbing



Dr. Mihami Tjokrosaputro, S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : JOSSY CENERA  
NIM : 115160131  
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN

**Judul Skripsi**

PENGARUH *CONSUMERS' PARTICIPATION* TERHADAP *VALUE CO-CREATION* DENGAN *CONSUMERS' ETHICAL PERCEPTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI BAGI PELANGGAN GO-RIDE DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 22 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. INDRA WIDJAJA, SE., MM
2. Anggota : Dr. MIHARNI TJOKROSAPUTRO, SE., MM  
: Dra. KHAIRINA N.S., MM

Jakarta, 27 Juli 2020

Pembimbing



(Dr. MIHARNI TJOKROSAPUTRO, SE., MM)

## ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY

JAKARTA

(A) JOSSY CENERA / 115160131

(B) *THE EFFECT OF CONSUMERS' PARTICIPATION ON VALUE CO-CREATION WITH CONSUMERS' ETHICAL PERCEPTION AS MEDIATING VARIABLE ON GO-RIDE'S CUSTOMERS IN JAKARTA*

(C) *xvi + 110 Pages. 2020, 21 Tables ; 8 Picture ; and 9 Attachments*

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) **Abstract** : *This studies examines the effect of consumers' participation on value co-creation with consumers' ethical perception as mediation variable on Go-Ride's customers in Jakarta. This research design used quantitative methods with a descriptive approach. The sampling technique used convenience sampling, with 210 respondents which all of customers from Go- Ride. Data were collected using questionnaire. The analysis used structural equation modelling (SEM) and SmartPLS 3.2.8 as a tool for analyzing data. The results of this study indicate that consumers' participation have a significant positive effect on consumers' ethical perception on Go-Ride's customers in Jakarta, consumers' participation have a significant positive effect on value co-creation on Go-Ride's customers in Jakarta, consumers' ethical perception have a significant positive effect on value co-creation on Go-Ride's customers in Jakarta, and consumers' ethical perception mediates the influences of consumers' participation on value co-creation on Go-Ride's customers in Jakarta.*

(F) *Consumers' Participation Consumers' Ethical Perception Value Co-creation*

(G) *Reference List 54 (2001-2020)*

(H) *Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.*

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) JOSSY CENERA / 115160131
- (B) PENGARUH *CONSUMERS' PARTICIPATION* TERHADAP *VALUE CO-CREATION* DENGAN *CONSUMERS' ETHICAL PERCEPTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI BAGI PELANGGAN GO-RIDE PADA APLIKASI GOJEK DI JAKARTA
- (C) xvi + 110 halaman. 2020, 21 Tabel ; 8 Gambar ; dan 9 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak** : Penelitian ini meneliti pengaruh partisipasi pelanggan terhadap penciptaan nilai bersama dengan persepsi etis pelanggan sebagai variabel mediasi bagi pelanggan Go-Ride di Jakarta. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, dengan 210 responden yang merupakan pelanggan dari Go-Ride. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah *structural equation modelling* (SEM) dan SmartPLS 3.2.8 sebagai alat untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi etis pelanggan bagi pelanggan Go-Ride di Jakarta, partisipasi pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap penciptaan nilai bersama bagi pelanggan Go-Ride di Jakarta, persepsi etis pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap penciptaan nilai bersama bagi pelanggan Go-Ride di Jakarta, dan persepsi etis pelanggan memediasi pengaruh partisipasi pelanggan terhadap penciptaan nilai bersama bagi pelanggan Go-Ride di Jakarta.
- (F) Partisipasi Pelanggan Persepsi Etis Pelanggan Penciptaan Nilai Bersama
- (G) Daftar Acuan 54 (2001-2020)
- (H) Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.