

**SKRIPSI**

***CONSUMER PARTICIPATION DAN VALUE CO-  
CREATION: PENGARUH MEDIASI DARI ETHICAL  
PERCEPTIONS TERHADAP PENGGUNA LAYANAN  
GO-CAR DI JAKARTA***



**DIAJUKAN OLEH**

**NAMA : LAURENSIUS ALVIN LEOFRAN**

**NPM : 115160138**

**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 TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Laurensius Alvin Leofran  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160138  
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, 11 Juli 2020



Laurensius Alvin Leofran

### 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.

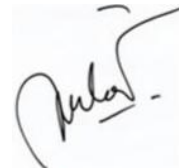
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA	LAURENSIUS ALVIN LEOFRAN
NPM	115160138
PROGRAM / JURUSAN	SI / MANAJEMEN
KONSENTRASI	MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	<i>CONSUMER PARTICIPATION DAN VALUE CO-CREATION: PENGARUH MEDIAS! DARI ETHICAL PERCEPTIONS TERHADAP PENGGUNA LAYANAN GO-CAR DI JAKARTA</i>

Jakarta, 14 Juli 2020

Pembimbing,



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

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : LAURENSIUS ALVIN LEOFRAN

NIM : 115160138

Program Studi : S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

*CONSUMER PARTICIPATION* DAN *VALUE CO-CREATION*: PENGARUH  
MEDIASI DARI *ETHICAL PERCEPTIONS* TERHADAP PENGGUNA  
LAYANAN *GO-CAR* DI JAKARTA.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 24 Juli 2020. dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Andi Wijaya, S.E., M.M.
2. Anggota : Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.  
RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

Jakarta, 26 Juli 2020  
Pembimbing



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

## ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) LAURENSIUS ALVIN LEOFRAN / 115160138

(B) *CONSUMER PARTICIPATION AND VALUE CO-CREATION: THE EFFECT OF MEDIATION FROM ETHICAL PERCEPTIONS ON GO-CAR SERVICES USER IN JAKARTA.*

(C) xvii +(hlmn skripsi 110). 2020, 20 Tabel ; 8 Gambar ; dan ; 5 Lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstract** : *This study examines the effect of consumer participation on value co-creation with consumer ethical perceptions as a variable that mediates between consumer participation and value co-creation. This study used 270 respondents of Go-Car users and collected data using a questionnaire. The design of this study uses a quantitative method with a descriptive approach and the sampling technique of this study is a convenience sampling technique. Analysis of the data of this study uses Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software Version 3.2.8 as a data analysis tool. The results obtained from this study are that consumer participation has a significant effect on the value co-creation of Go-Car service users, consumer participation has a significant effect on the ethical perceptions of Go-Car service users, consumer participation has a significant effect on value co-creation with the mediation of the ethical perceptions of users Go-Car services, and ethical perceptions have a significant effect on value co-creation of Go-Car service users in Jakarta.*

(F) *Consumer Participation Ethical Perceptions Value Co-creation*

(G) Daftar Acuan 38

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

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) LAURENSIUS ALVIN LEOFTRAN / 115160138

(B) *CONSUMER PARTICIPATION DAN VALUE CO-CREATION: PENGARUH MEDIASI DARI ETHICAL PERCEPTIONS TERHADAP PENGGUNA LAYANAN GO-CAR DI JAKARTA*

(C) xvii +(hlmn skripsi 110). 2020, 20 Tabel ; 8 Gambar ; dan ; 5 Lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstrak** : Penelitian ini meneliti pengaruh dari adanya partisipasi konsumen terhadap penciptaan nilai bersama dengan persepsi etis konsumen sebagai variabel yang menjadi perantara antara partisipasi konsumen dengan penciptaan nilai bersama. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 270 responden pengguna Go-Car dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengambilan sampel penelitian ini dengan teknik *convenience sampling*. Analisa data penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan *software SmartPLS Versi 3.2.8* sebagai alat analisa data. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah partisipasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap penciptaan nilai bersama pengguna layanan Go-Car, partisipasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap persepsi etis pengguna layanan Go-Car, partisipasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap penciptaan nilai bersama dengan adanya pengaruh dari persepsi etis pengguna layanan Go-Car, dan persepsi etis berpengaruh signifikan terhadap penciptaan nilai bersama pengguna layanan Go-Car di Jakarta.

(F) *Consumer Participation Ethical Perceptions Value Co-creation*

(G) Daftar Acuan 38

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