

## ABSTRAK

### **Peran Innovation Capability Dalam Memediasi Value Co-Creation Dengan Positional Advantage dan Service Advantage (Kasus Pada Perusahaan GO-JEK di Indonesia)**

Oleh:

**WINDA WAHYUNI**

**17 34 02 024**

**Dibawah Bimbingan:**

**Mohammad Soleh Soeaidy**

**Andina Eka Mandasari**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *value co-creation* dalam memediasi *innovation capability* dengan *positional advantage* dan *service advantage*. Penelitian ini dirancang sebagai jenis *survey method* dengan melakukan penyebaran angket kepada 230 responden yang merupakan pelanggan perusahaan Go-Jek di Indonesia yang telah menjadi pelanggan Go-Jek lebih dari satu tahun dan berusia diatas 18 tahun, dengan menggunakan teknik *perposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian membuktikan bahwa *innovation capability* memiliki pengaruh terhadap *value co-creation*. *Value co-creation* terbukti berpengaruh terhadap *positional advantage* dan *service advantage*. Selain itu variabel *value co-creation* terbukti memediasi antara *innovation capability* dengan *positional advantage* dan *service advantage*.

**Kata kunci:** *Innovation Capability, Value Co-Creation, Positional Advantage, Service Advantage*