

## ABSTRAK

Penanganan dan pemanfaatan sampah di Indonesia belum banyak dilakukan secara optimal. Perlu adanya kerjasama antar pengusaha pengelola sampah dan masyarakat. Namun, upaya ini akan berhasil jika masyarakat memilikinya perilaku yang mendukung kegiatan pengelolaan sampah ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur kesadaran, minat, keinginan, dan tindakan masyarakat dalam bisnis proses perusahaan pengelolaan limbah dan melihat efeknya pada generasi penciptaan nilai bersama. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana perilaku warga negara Indonesia dapat memoderasi pengaruh AIDA pada penciptaan nilai bersama.

Sebanyak 79 orang terdiri dari orang yang berdomisili di Bandung, Jakarta, Tangerang, Depok menjadi sampel penelitian ini yang menggunakan non-probability sampling dengan teknik convenience sampling. Sedangkan kuesionernya adalah didistribusikan dengan menggunakan formulir Google. Karena populasi masyarakat tidak terbatas, peneliti tidak menentukan jumlah responden masyarakat dengan metode tertentu, tetapi jumlahnya akan ditentukan berdasarkan minimum persyaratan untuk menjalankan perangkat lunak Smart PLS. smart pls digunakan karena penelitian ini merupakan penelitian yang kompleks dengan empat variabel eksogen, satu variabel endogen dan satu variabel variabel moderasi. Penelitian ini juga menguji 38 variabel yang diamati.

Temuan studi menunjukkan bahwa komunitas AIDA dalam proses bisnis perusahaan pengelola limbah secara signifikan meningkatkan kemauan mereka untuk menghasilkan penciptaan nilai bersama. Di sisi lain, perilaku kewarganegaraan pelanggan tidak secara signifikan memoderasi pengaruh kesadaran dan keinginan masyarakat dalam proses bisnis perusahaan pengelolaan limbah pada generasi nilai ciptaan bersama. Namun perilaku kewargaan pelanggan memoderasi pengaruh secara positif kepentingan dan tindakan masyarakat dalam bisnis perusahaan pengelola sampah proses dalam menghasilkan penciptaan nilai bersama. Penelitian ini menyarankan beberapa hal, yaitu untuk mengelola limbah WME (Waste Management Enterprises), bekerjasama dengan kelompok pekerja lepas dan ibu rumah tangga, untuk meningkatkan motivasi masyarakat, WME (Badan Usaha Pengelolaan Sampah) sebaiknya menetapkan imbalan yang sedikit lebih tinggi dari yang diberikan oleh penjual sampah, lakukan promosi yang efektif dan sering agar masyarakat mengetahuinya.

kehadiran bisnis dan memahami cara menggunakan aplikasi dan dampak pengembaliannya. Nilai ciptaan bersama

Kata Kunci: AIDA, Perilaku Warga Masyarakat, Value Co-creation, Sampah Proses Bisnis Manajemen.