

## ABSTRAK

Penelitian memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dari *Relational Interaction Capability* dan *Development Inteaction Capability* terhadap *Market Performance* melalui *Social Value Co Creation* sebagai perantara. Penelitian menggunakan 100 responden. Responden adalah konsumen dari industri jasa kreatif salon kecantikan di Jawa Tengah. Metode purposive sampling sebagai metode pengumpulan data dengan criteria : 1) Masyarakat yang berdomisili di Jawa Tengah, 2) Berusia minimal 17 tahun, 3) Pernah menggunakan jasa kreatif salon kecantikan minimal 3 kali. Hasil dari penelitian ini menggunakan regresi dengan aplikasi SPSS. Dengan harapan dapat meningkatkan kinerja pemasaran jasa melalui penelitian ini.

Keyword : *Relational Interaction Capability, Development Interaction Capability, Social Value Co Creation, Market Performance*



## ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of the *Relational* and Development Interaction Capability on Market Performance through Social Value Co Creation as an intermediary. The study used 100 respondents. The Respondents are consumers from the beauty salon creative service industry in Centra Java. Purposive sampling method as a method of data collection with the following criteria : 1) people who live in Central Java, 2) Minimum age of 17 years, 3) have used creative beauty salon service at least 3 times. The results of this study use regression with SPSS applications. With the hope of improving the performance of marketing service through this research.

Keywords : *Relational* Interaction Capability, Development Interaction Capability, Social Value Co Creation, Market Performance

