

# Konferensi Nasional Entrepreneurial Marketing

Indonesian Marketing Academy 1 - 2015

Semarang, 7 - 8 Agustus 2015

*Penguatan Daya Saing UMKM*

*Melalui Optimalisasi Penelitian Pemasaran Kewirausahaan*



Indonesian Marketing Academy  
Perhimpunan Ilmuwan Pemasaran Indonesia



Program Doktor Ilmu Ekonomi  
Universitas Diponegoro

## **ABSTRAK**

*Tujuan paper ini adalah untuk memeriksa dan menguji mediator customer interaction capabilities dalam hubungan market intelligence quality (MIQ) and customer centric commitment (CCC) dengan kinerja produk baru (NPP). Paper ini memilih 187 micro retail fashion dan menguji hubungan MIQ, CCC, dengan CIC dan NPP. Temuan menunjukkan hanya MIQ yang berpengaruh terhadap NPP, sementara CCC tidak. Namun demikian CIC benar-benar memediasi hubungan antara MIQ dan CCC dengan NPP. Dengan memeriksa literature beragam pembelajaran pasar, CRM, NPD, dan kewirausahaan, makalah ini menawarkan analisis yang unik tentang kualitas intelijen pasar dan komitmen customer centric serta dampaknya terhadap kapabilitas interaksi pelanggan dan kinerja produk baru. Diskusi konseptual dan hasil empiris memperpanjang penelitian sebelumnya tentang budaya orientasi pasar pada usaha mikro.*

**Kata kunci :** *Market intelligence quality, customer centric commitment, customer interaction capabilities, dan new product performance.*