

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xv
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Asumsi dan Batasan	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
BAB III LANDASAN TEORI	14
3.1. <i>New Product Development</i>	14
3.2. <i>Product Success Factor</i>	14
3.3. Parameter Kesuksesan Produk (<i>Product Performance, Development Time, dan Cost of Development</i>)	16
3.4. <i>Three Dimensional Concurrent Engineering</i>	17
3.5. Factor Analysis	18

3.5.1.	<i>Confirmatory factor analysis</i>	19
3.5.2	<i>Exploratory factor analysis</i>	20
3.6.	Model Persamaan Struktural / <i>Structural Equation Modeling</i>	21
3.7.	<i>Fit Indeces</i>	23
3.7.1.	χ^2 statistic	23
3.7.2.	<i>Goodness-of fit index</i>	24
3.7.3.	<i>Root mean square error of approximation</i>	24
3.7.4.	<i>Root mean square residual dan standardized root mean residual</i>	24
3.7.5.	<i>Normed χ^2</i>	25
3.8.	Industri Kreatif	25
BAB IV METODE PENELITIAN		27
4.1.	Objek Penelitian	27
4.2.	Bahan dan Alat Penelitian	27
4.3.	Jalan Penelitian	27
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		31
5.1.	Pengembangan Item Kuesioner	31
5.2.	Hasil uji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian	34
5.2.1.	<i>Exploratory factor analysis</i>	34
5.3.	Analisis Statistik Deskriptif Item Kuesioner	35
5.4.	Hasil Kuesioner Terbuka	35
5.5.	Klasifikasi Variabel Analisis Lanjut	35
5.5.1.	<i>Exploratory factor analysis</i>	35
5.5.2.	<i>Confirmatory factor analysis</i>	37
5.6.	<i>Sampling</i>	38
5.7.	Pengembangan Model Struktural	38
5.8.	Pengembangan Hipotesis	39
5.9.	Pengembangan Model Struktural	44
5.9.1.	<i>Model fit</i>	44
5.9.2.	<i>Modification indices</i>	44
5.9.3.	<i>Model fit setelah modifikasi</i>	46
5.9.4.	Antar faktor pengaruh	46

5.9.4.1.	Peran pengaruh faktor	46
5.9.4.2.	Pengaruh langsung antar faktor	46
5.9.4.3.	Pengaruh tidak langsung antar faktor	48
5.9.4.4.	Total pengaruh antar faktor	50
5.9.5.	Kesuksesan pengembangan produk	51
5.9.5.1.	Peran pengaruh kesuksesan produk	51
5.9.5.2.	Pengaruh langsung terhadap kesuksesan pengembangan produk	51
5.9.5.3.	Pengaruh tidak langsung terhadap kesuksesan pengembangan produk	52
5.9.5.4.	Total pengaruh terhadap kesuksesan pengembangan produk	53
BAB VI PENUTUP		56
6.1.	Kesimpulan	56
6.2.	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		59