

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab lima ini penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, penulis membuat implikasi manajerial dan merumuskan saran. Kesimpulan, implikasi manajerial dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dijadikan acuan untuk penelitian ini. Penelitian yang dimaksud adalah penelitian oleh Wong dan Tong pada tahun 2012. Berikut adalah kesimpulan yang didapat dari hasil pengolahan data:

1. Kerja sama departemen R&D dan pemasaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan produk baru. Selain mengkonfirmasi penelitian Wong dan Tong pada tahun 2012. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Massey dan Kyriazis pada tahun 2007, Song dan Thieme pada tahun 2006 yang menyatakan bahwa kerja sama departemen R&D dan pemasaran mengarah pada tingkat kesuksesan produk baru yang lebih besar.
2. Orientasi pada pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan produk baru. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Day (1994); Abdollahi, Ghorbani, dan Mondanipur (2013); Narver dan

Slater (1990) yang menyatakan adanya hubungan positif dari orientasi pelanggan terhadap kesuksesan produk baru.

3. Orientasi pada kompetitor memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan produk baru. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Day (1994); Li dan Calantone (1998); Porter (1985) dimana perusahaan yang menerapkan orientasi kompetitor mempengaruhi kesuksesan produk barunya secara positif.
4. Orientasi pada pelanggan berperan memoderasi pengaruh departemen R&D dan pemasaran terhadap kesuksesan produk baru. Hasil ini sama dengan hasil penelitian oleh Wong dan Tong (2012)
5. Orientasi pada kompetitor berperan memoderasi pengaruh departemen R&D dan pemasaran terhadap kesuksesan produk baru. Hasil ini sama dengan hasil penelitian oleh Wong dan Tong (2012)

## **5.2. Implikasi Manajerial**

Kerja sama lintas fungsi terutama pada departemen pemasaran dan departemen penelitian dan pengembangan (R&D) adalah faktor utama yang mempengaruhi inovasi dan kesuksesan produk baru. Biaya yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk baru relatif besar. Untuk itu dibutuhkan perencanaan yang baik dan matang agar investasi yang dilakukan untuk mengembangkan produk baru dapat dikembalikan dengan cepat dan dapat mendukung kesuksesan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan koordinasi antar fungsi yang baik antara departemen R&D dengan departemen pemasaran. Koordinasi tersebut berupa informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan akan

suatu produk dan informasi mengenai strategi pengembangan produk baru yang dilakukan oleh kompetitor.

Koordinasi yang baik antara departemen R&D dengan departemen pemasaran akan menghasilkan formulasi strategi pengembangan produk baru dan strategi pemasaran yang berbasis pada orientasi pada pelanggan dan orientasi pada kompetitor yang efektif dan efisien. Pada akhirnya koordinasi yang baik antar departemen tersebut akan menghasilkan kesuksesan pengembangan dan pemasaran produk baru. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa, kerja sama departemen R&D dan pemasaran, orientasi pada pelanggan serta orientasi pada kompetitor memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan produk baru. Hasil penelitian juga memberikan informasi bahwa orientasi pada pelanggan dan orientasi pada kompetitor memoderasi (meningkatkan) pengaruh kerja sama departemen R&D dan pemasaran terhadap kesuksesan produk baru. Implikasi bagi pihak manajerial berdasarkan dari hasil penelitian ini adalah menciptakan produk baru dengan mengacu pada keinginan dan kebutuhan pelanggan akan suatu produk dan senantiasa memperhatikan pengembangan produk baru yang dilakukan oleh kompetitor.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian yaitu jenis industri kreatif yang diteliti terdiri dari banyak jenis (heterogen). Hal ini tentunya berkontribusi tidak spesifiknya penerapan strategi

pengembangan dan pemasaran produk khususnya yang berorientasi pada pelanggan dan orientasi pada pesaing.

Penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner yang tidak ada ukurannya secara jelas. Jawaban para manager menggunakan penalaran mereka masing-masing. Tidak ada ukuran yang pasti mengenai kesuksesan produk baru, pendapatan, ataupun tingkat laba. Sehingga persepsi antara satu manager dengan manager lain tidak mungkin sama yang dapat menghasilkan jawaban yang berbeda pula.

Instrumen-instrumen pada variabel “Kesuksesan Produk Baru” yang terdapat di dalam kuisioner memiliki pernyataan yang dapat menimbulkan multi interpretasi sehingga sulit dipahami oleh responden penelitian. Namun, peneliti mendampingi setiap responden dalam mengisi jawaban atas pernyataan-pernyataan tersebut sehingga responden dapat lebih memahami apa yang dimaksudkan dari pernyataan tersebut.

#### **5.4. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan implikasi manajerial di atas, penulis merumuskan saran antara lain adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas kerja sama antara departemen R&D dan departemen pemasaran khususnya mengenai informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan akan suatu produk (kualitas, manfaat, desain, fungsi dan lain sebagainya) yang dapat diperoleh dari departemen pemasaran yang

selanjutnya diimplementasikan departemen R&D dalam bentuk penciptaan produk baru.

2. Melakukan pengembangan produk baru dengan mengembangkan produk perusahaan yang sudah ada maupun dengan melakukan imitasi dari produk baru milik kompetitor dengan penambahan atau peningkatan kualitas, fungsi maupun desain. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa strategi imitasi pada produk yang telah ada dan sukses di pasar memiliki risiko kegagalan yang lebih rendah dan tidak membutuhkan biaya riset dan pengembangan yang besar.
3. Pada penelitian mendatang yang sejenis diharapkan hanya menggunakan satu jenis industri dengan tujuan agar hasil penelitian lebih spesifik dan akurat serta dapat dirumuskan strategi pengembangan dan pemasaran produk yang lebih general dalam industri yang bersangkutan.
4. Pada penelitian mendatang yang sejenis diharapkan memodifikasi instrumen pertanyaan sehingga menggunakan ukuran yang jelas terutama dalam menjelaskan performa perusahaan. Dan penelitian berikutnya diharapkan peneliti tetap mendampingi responden dalam pengisian kuisioner agar dapat memberi pemahaman mengenai maksud dari pernyataan-pernyataan dalam kuisioner.

## Daftar Pustaka

- Atuahene-Gima, K., dan Evangelista, F. (2000). "Cross-Functional Influence in New Product Development: An Exploratory Study of Marketing and R&D Perspectives". *Management Science*, 46(10), pp. 1269-1284.
- Baker, W., & Sinkula, J. (2005). Environmental Marketing Strategy and Firm Performance: Effects on New Product Performance and Market Share. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 33(4), 461-475.
- Becker, M., & Lillemark, M. (2006). Marketing/R&D integration in the pharmaceutical industry. *Research Policy*, 35(1), 105-120.
- Barczak, G., & Kahn, K. (2012). Identifying new product development best practice. *Business Horizons*, 55(3), 293-305.
- Carson, P.P. and Carson, K.D. (2003), "An exploration of the importance of history to managers: the meaningful, manipulative, and memorable uses of milestones", *Organizational Dynamics*, 32 (3), 286-308.
- Day, G. (1994). The Capabilities of Market-Driven Organizations. *Journal Of Marketing*, 58(4), 37.
- Departemen Perdagangan RI,. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (p. 163). Departemen Perdagangan RI.
- Deshpande, R. (1999). *Developing a market orientation*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- De Luca, L., Verona, G., & Vicari, S. (2010). Market Orientation and R&D Effectiveness in High-Technology Firms: An Empirical Investigation in the Biotechnology Industry. *Journal Of Product Innovation Management*, 27(3), 299-320.
- Ernst, H., Hoyer, W., & RübSaamen, C. (2010). Sales, Marketing, and Research-and-Development Cooperation Across New Product Development Stages: Implications for Success. *Journal Of Marketing*, 74(5), 80-92.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, A., & Hauser, J. (1996). Integrating R&D and Marketing: A Review and Analysis of the Literature. *Journal Of Product Innovation Management*, 13(3), 191-215.

- Gronroos, C. (2006). On defining marketing: finding a new roadmap for marketing. *Marketing Theory*, 6(4), 395-417.
- Gruner, K., & Homburg, C. (2000). Does Customer Interaction Enhance New Product Success?. *Journal Of Business Research*, 49(1), 1-14.
- Hair, J. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Harris, L. (2002). Measuring Market Orientation: Exploring a Market Oriented Approach. *Journal Of Market-Focused Management*, 5(3), 239-270.
- Hunt, S., & Morgan, R. (1995). The Comparative Advantage Theory of Competition. *Journal Of Marketing*, 59(2), 1.
- Jaworski, B., & Kohli, A. (1993). Market Orientation: Antecedents and Consequences. *Journal Of Marketing*, 57(3), 53.
- Jaworski, B., & Kohli, A. (1996). Market orientation: Review, refinement, and roadmap. *J Market-Focused Manage*, 1(2), 119-135.
- Kahn, K. (2001). Market orientation, interdepartmental integration, and product development performance. *Journal Of Product Innovation Management*, 18(5), 314-323.
- Kohli, A., & Jaworski, B. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal Of Marketing*, 54(2), 1.
- Li, T., & Calantone, R. (1998). The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination. *Journal Of Marketing*, 62(4), 13.
- Massey, G., dan Kyriazis, E. (2007). "Interpersonal trust between marketing and R&D during new product development projects". *European Journal Of Marketing*, 41(9/10), pp. 1146-1172.
- Muller, K., Rammer, C., and Truby, J. (2009) "The role of creative industries in industrial innovation", *Discussion Paper No. 08-109*, Centre for European Economic Research.
- Narver, J., dan Slater, S. (1990). "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability". *Journal Of Marketing*, 54(4), 20.
- Paladino, A. (2007). Investigating the Drivers of Innovation and New Product Success: A Comparison of Strategic Orientations. *Journal Of Product Innovation Management*, 24(6), 534-553.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage*. New York: Free Press.

- Rodríguez, N., Pérez, M., & Gutiérrez, J. (2008). Can a good organizational climate compensate for a lack of top management commitment to new product development?. *Journal Of Business Research*, 61(2), 118-131.
- Sekaran, U., & Bougie, J. (2009). *Research methods for business*. Chichester [etc.]: John Wiley & Sons.
- Sethi, R., Smith, D., & Park, C. (2001). Cross-Functional Product Development Teams, Creativity, and the Innovativeness of New Consumer Products. *Journal Of Marketing Research*, 38(1), 73-85.
- Song, X., & Parry, M. (1997). The Determinants of Japanese New Product Successes. *Journal Of Marketing Research*, 34(1), 64.
- Song, M., & Thieme, R. (2006). A cross-national investigation of the R&D–marketing interface in the product innovation process. *Industrial Marketing Management*, 35(3), 308-322.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Umar, H., (2004), *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- UNCTAD (2004). *Creative Industries and Development*. São Paulo: United Nations.
- Varadarajan, P., Jayachandran, S., dan White, J. (2001). “Strategic Interdependence in Organizations: Deconglomeration and Marketing Strategy”. *Journal Of Marketing*, 65(1), pp. 15-28.
- Varella, R., & Soler, J. (2015). “Creative industries in colombia: characterization and development”. In *57th ICSB World Conference* (p. 25). Wellington.
- Wong, S.K.M., dan Tong C., (2012), “ The Influence of Market Orientation on New Product Success”, *European Journal of Innovation Management*, Vol.15 (1), pp. 99-121.
- Yusuf, H.A. (2014). *Ekspor Industri Kreatif Yogya Rp 2,8 Triliun*. *Tempo*. Retrieved 20 May 2015, from <http://bisnis.tempo.co/read/news/2014/09/16/090607386/ekspor-industri-kreatif-yogya-rp-2-8-triliun>





# LAMPIRAN 1

**KUISIONER PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP  
KESUKSESAN PRODUK BARU PADA INDUSTRI KREATIF DI  
YOGYAKARTA**

*Petunjuk Pengisian:*

*Berikan tanda centang pada kolom yang telah disediakan*

*(STS = Sangat Tidak Setuju; TS = Tidak Setuju; N = Netral; S = Setuju; SS = Sangat Setuju)*

Pernyataan	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
<i>Kerjasama R&amp;D dan Pemasaran</i>					
1. R&D dan Pemasaran saling membantu satu sama lain untuk menyelesaikan tugas dengan cara yang paling efektif					
2. Departemen yang bersangkutan berusaha untuk mencapai tujuan bersama-sama.					
3. Departemen yang bersangkutan memiliki sikap saling pengertian.					
4. Departemen yang bersangkutan saling membagi ide, informasi, dan/atau sumber daya.					
5. Departemen yang bersangkutan bekerja bersama sebagai tim.					
6. Departemen yang bersangkutan membuat keputusan teknis dan operasional bersama-sama.					

<i>Orientasi Konsumen</i>					
7. Perusahaan anda berorientasi konsumen.					
8. Perusahaan anda membawa nilai kepada konsumen.					
9. Perusahaan anda mengerti kebutuhan konsumen.					

10. Kepuasan konsumen adalah tujuan perusahaan anda.					
11. Perusahaan anda menjunjung layanan purna jual.					

*Orientasi Kompetitor*

12. Pelayan toko membagi informasi kompetitor.					
13. Pemasaran membagi informasi kompetitor.					
14. Kami merespon secara cepat terhadap strategi kompetitor.					
15. Kami menargetkan peluang untuk keunggulan kompetitif.					

*Kesuksesan Produk Baru*

16. Kesuksesan produk baru perusahaan anda secara relatif ditentukan oleh kompetitor.					
17. Pendapatan dari produk baru perusahaan anda secara relatif ditentukan oleh kompetitor.					
18. Tingkat laba dari produk baru perusahaan anda secara relatif ditentukan oleh kompetitor.					



## LAMPIRAN 2

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	200	100.0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KRJ.1	19.09	8.229	.564	.761
KRJ.2	19.22	8.313	.567	.760
KRJ.3	19.35	8.389	.530	.769
KRJ.4	19.13	8.693	.498	.776
KRJ.5	19.21	8.465	.549	.764
KRJ.6	19.14	8.624	.590	.756

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.03	11.693	3.419	6

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	200	100.0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OP.1	14.95	7.927	.402	.866
OP.2	15.02	7.151	.610	.817
OP.3	14.91	6.227	.744	.778
OP.4	15.05	6.264	.724	.784
OP.5	14.89	6.313	.750	.777

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.70	10.181	3.191	5

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	200	100.0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OK.1	11.16	3.971	.444	.743
OK.2	11.23	3.683	.682	.620
OK.3	11.25	3.392	.621	.641
OK.4	11.18	3.937	.448	.741

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.94	6.141	2.478	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	200	100.0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPB.1	7.75	1.374	.672	.607
KPB.2	7.54	1.396	.596	.709
KPB.3	7.72	1.954	.586	.733

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.50	3.176	1.782	3





**LAMPIRAN 3**

## Regression

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kerjasama R&D - Pemasaran	.	Enter

Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495	.245	.242	.66145

Predictors: (Constant), Kerjasama R&D - Pemasaran

### ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.179	1	28.179	64.407	.000
	Residual	86.629	198	.438		
	Total	114.809	199			

a Predictors: (Constant), Kerjasama R&D - Pemasaran

b Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.319	.319		4.134	.000
	Kerjasama R&D - Pemasaran	.660	.082	.495	8.025	.000

a Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

## Regression

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Orientasi pelanggan	.	Enter

Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441	.194	.190	.68355

Predictors: (Constant), Orientasi pelanggan

### ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.295	1	22.295	47.717	.000
	Residual	92.514	198	.467		
	Total	114.809	199			

a Predictors: (Constant), Orientasi pelanggan

b Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.892	.288		6.567	.000
	Orientasi pelanggan	.525	.076	.441	6.908	.000

a Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

## Regression

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Orientasi kompetitor	.	Enter

Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.407	.166	.161	.69558

Predictors: (Constant), Orientasi kompetitor

### ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.011	1	19.011	39.292	.000
	Residual	95.798	198	.484		
	Total	114.809	199			

a Predictors: (Constant), Orientasi kompetitor

b Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.991	.301		6.609	.000
	Orientasi kompetitor	.499	.080	.407	6.268	.000

a Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

## Regression

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kerjasama R&D - Pemasaran*Orientasi pelanggan, Orientasi pelanggan, Kerjasama R&D - Pemasaran		Enter

Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700	.490	.482	.54649

Predictors: (Constant), Kerjasama R&D - Pemasaran\*Orientasi pelanggan, Orientasi pelanggan, Kerjasama R&D - Pemasaran

### ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.274	3	18.758	62.810	.000
	Residual	58.535	196	.299		
	Total	114.809	199			

a Predictors: (Constant), Kerjasama R&D - Pemasaran\*Orientasi pelanggan, Orientasi pelanggan, Kerjasama R&D - Pemasaran

b Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.486	.344		4.325	.000
	Kerjasama R&D - Pemasaran	.038	.097	.029	.393	.695
	Orientasi pelanggan	.069	.076	.058	.903	.368
	Kerjasama R&D - Pemasaran*Orientasi pelanggan	.136	.018	.645	7.519	.000

a Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

## Regression

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kerjasama R&D - Pemasaran*Orientasi kompetitor, Kerjasama R&D - Pemasaran, Orientasi kompetitor		Enter

Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583	.340	.330	.62164

Predictors: (Constant), Kerjasama R&D - Pemasaran\*Orientasi kompetitor, Kerjasama R&D - Pemasaran, Orientasi kompetitor

### ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.068	3	13.023	33.700	.000
	Residual	75.741	196	.386		
	Total	114.809	199			

a Predictors: (Constant), Kerjasama R&D - Pemasaran\*Orientasi kompetitor, Kerjasama R&D - Pemasaran, Orientasi kompetitor

b Dependent Variable: Kesuksesan produk baru

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B		
1	(Constant)	1.745	.600			2.911	.004
	Kerjasama R&D - Pemasaran	.203	.154	.152	1.317	1.317	.189
	Orientasi kompetitor	-.033	.163	-.027	-.205	-.205	.838
	Kerjasama R&D - Pemasaran*Orientasi kompetitor	.101	.038	.483	2.620	2.620	.009

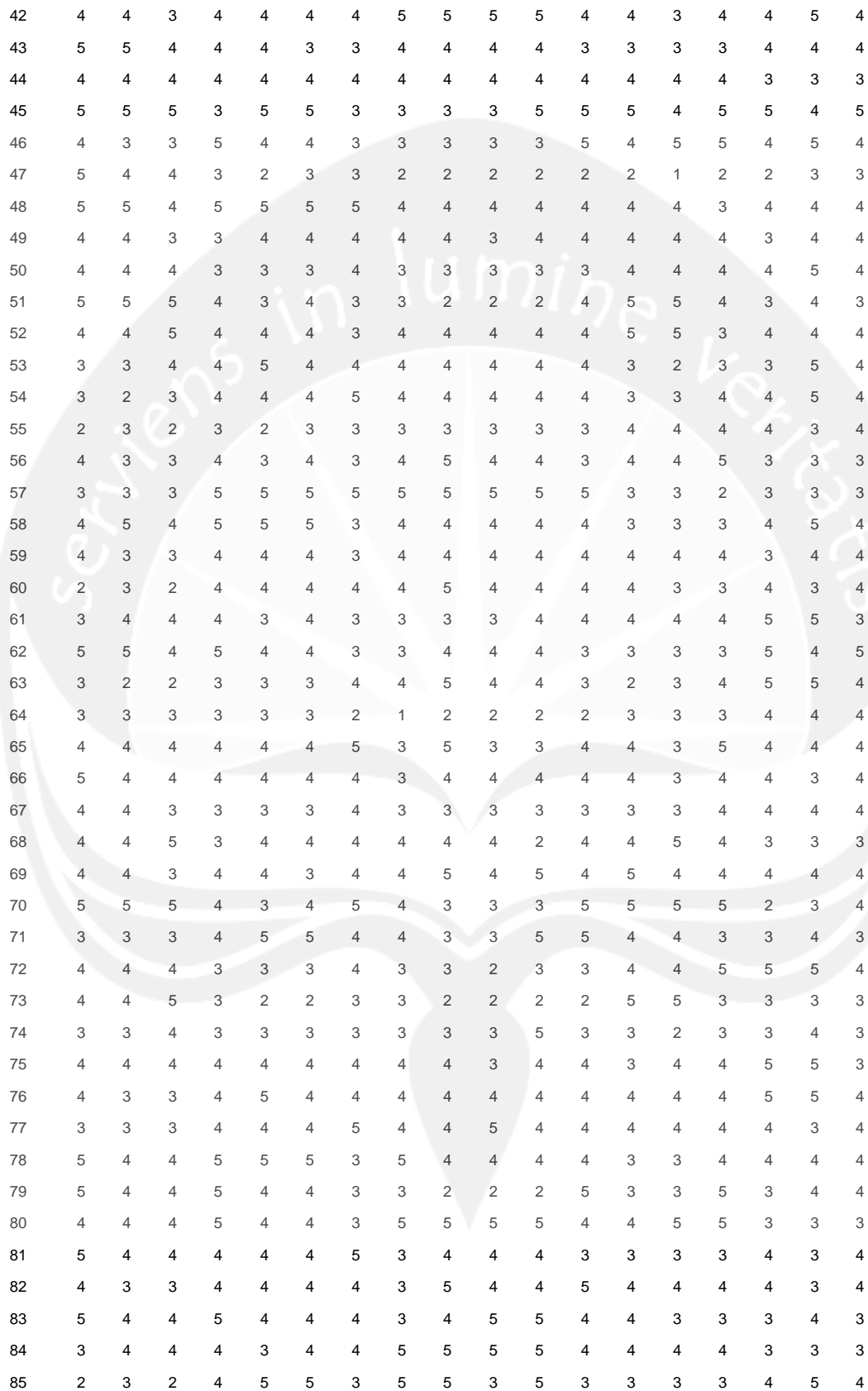
Dependent Variable: Kesuksesan produk baru



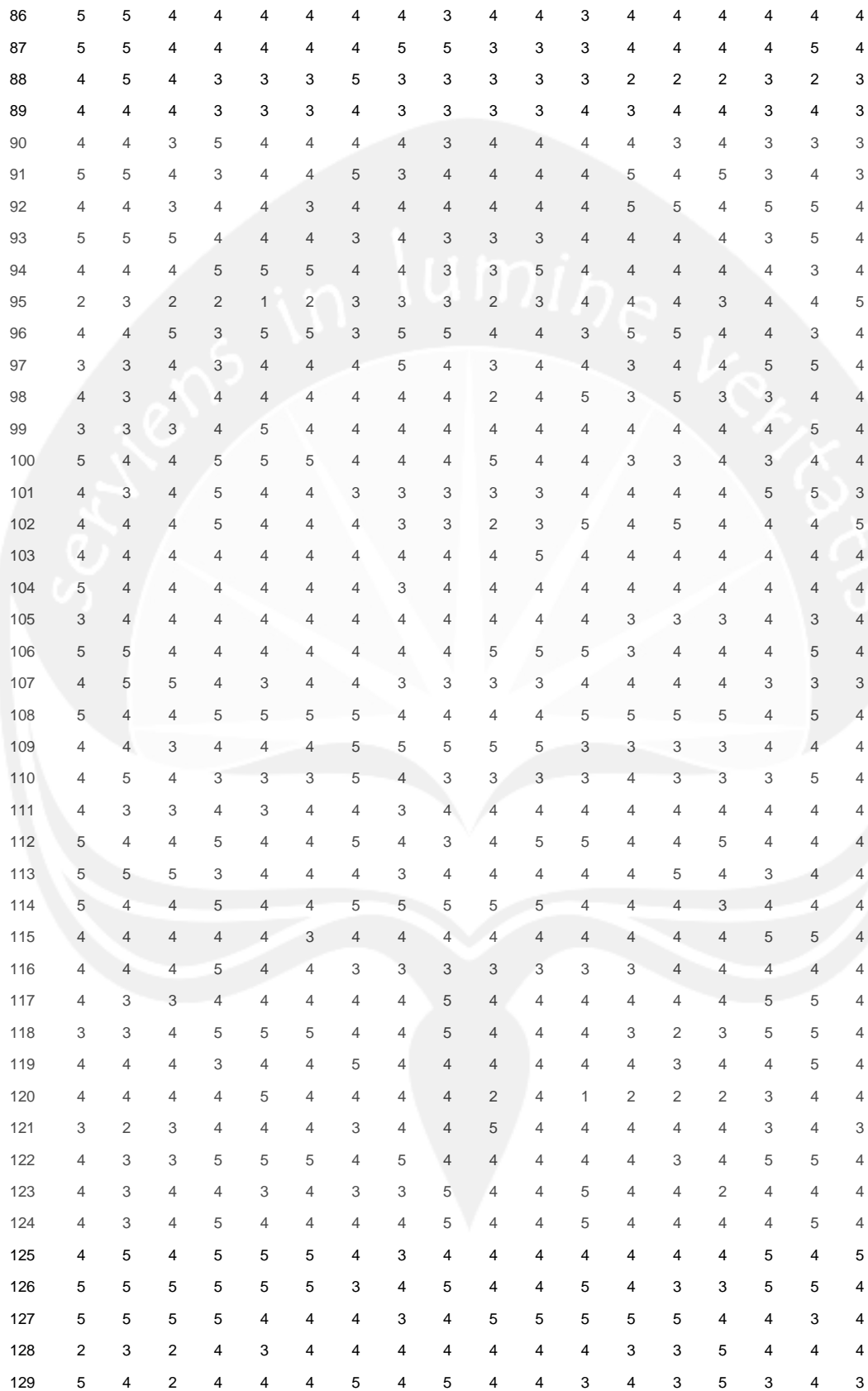
## LAMPIRAN 4

	KR J.1	KR J.2	KR J.3	KR J.4	KR J.5	KR J.6	OP .1	OP .2	OP .3	OP .4	OP .5	OK .1	OK .2	OK .3	OK .4	KP B.1	KP B.2	KP B.3
1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
2	5	4	4	2	2	2	4	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5
5	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	5	5	4
6	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	4	4	4
7	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
9	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4
10	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3
11	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	2	3	4
13	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	3	4
14	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	5	5
15	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	5	5	3	3	3	3
16	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3
17	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4
19	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
20	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
21	5	4	4	5	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	5	3	4	4
22	4	3	3	4	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3
23	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
24	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	2	2	2	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3
26	3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3
27	2	3	2	4	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	4	5	4
28	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	4	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
31	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4
33	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	3	4	4	5	5	3	3	3
34	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3
35	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	4	3	4
36	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
37	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
38	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
39	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4
40	5	5	4	5	5	5	3	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	4
41	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

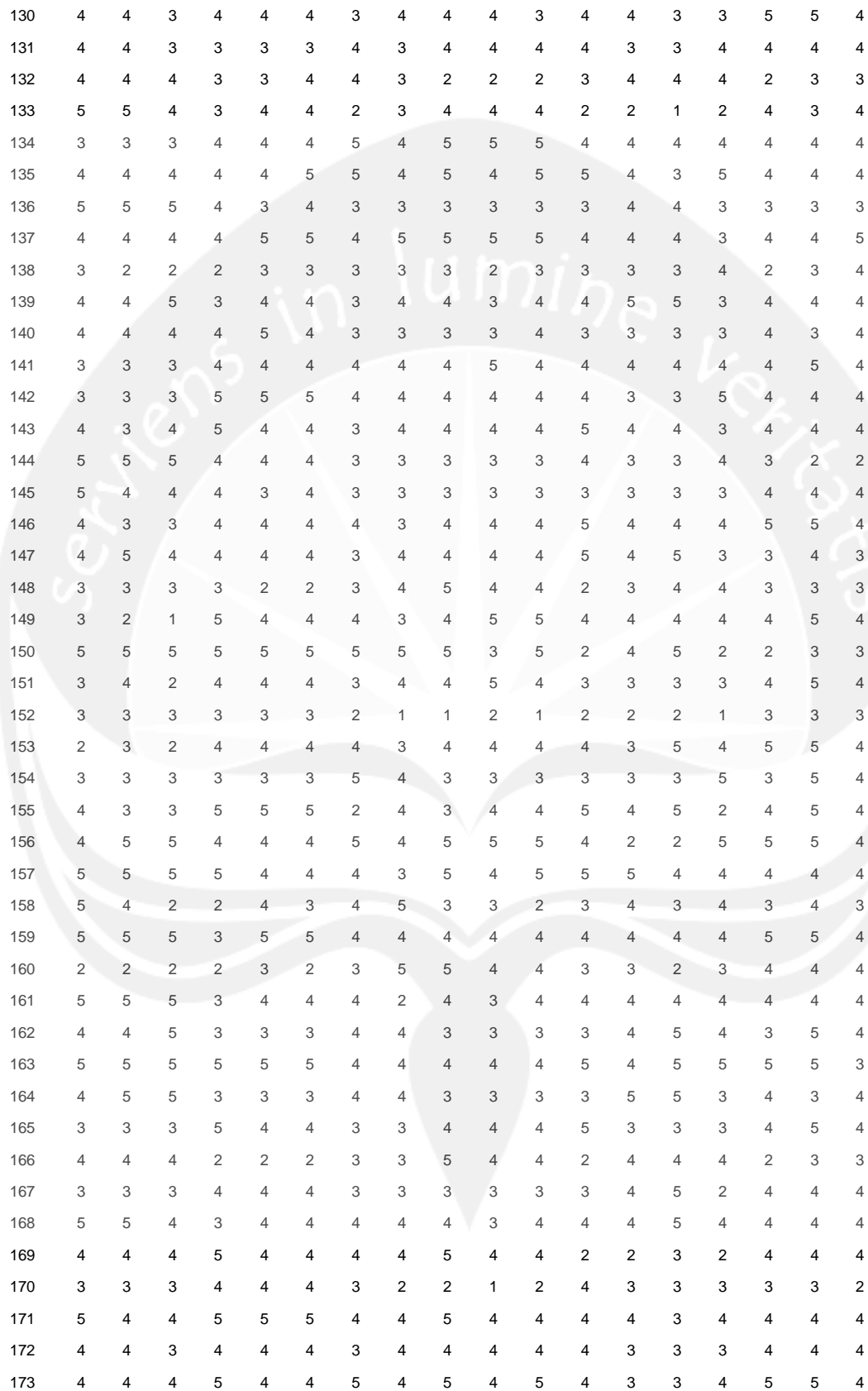




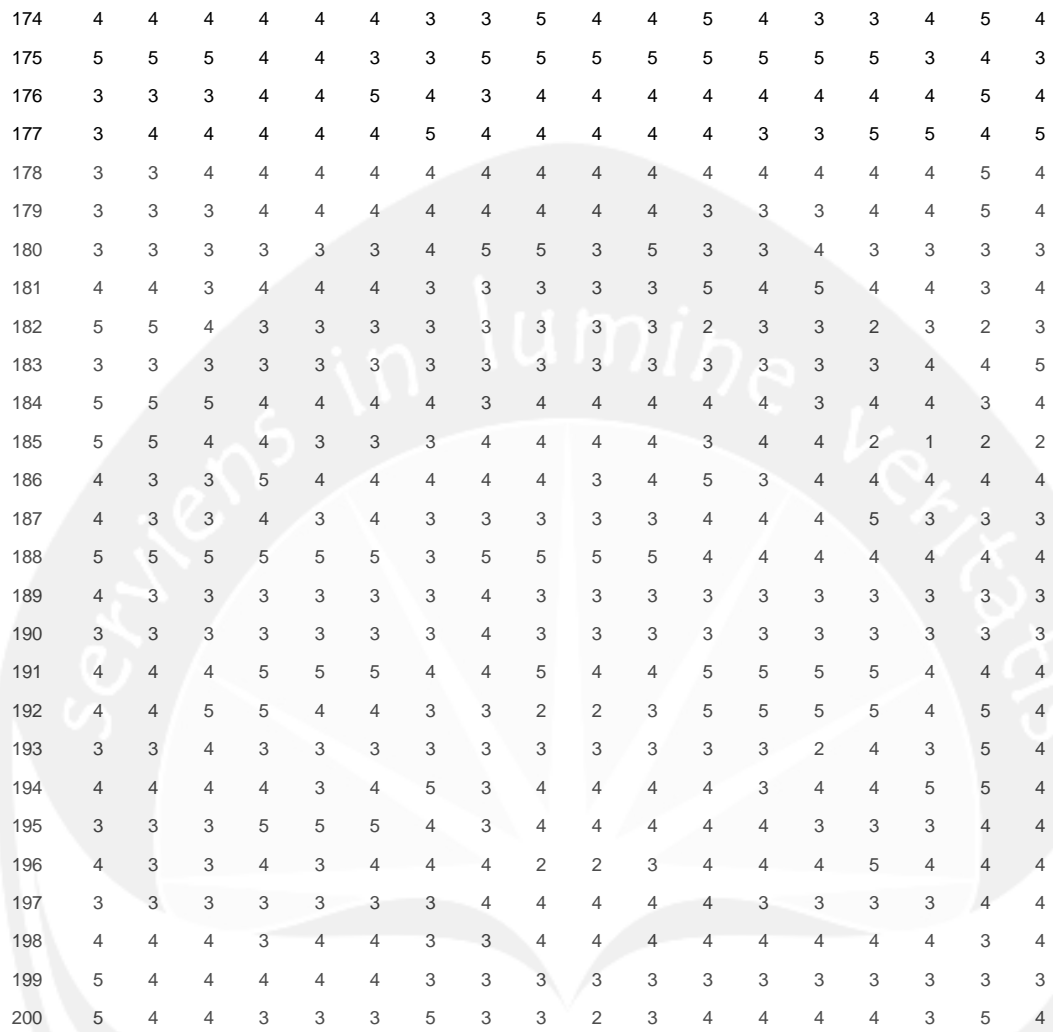
42	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4
43	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
45	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5
46	4	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4
47	5	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3
48	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
49	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
50	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4
51	5	5	5	4	3	4	3	3	2	2	2	4	5	5	4	3	4	3
52	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4
53	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	5	4
54	3	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4
55	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
56	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3	3
57	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	3	3	3
58	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4
59	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
60	2	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4
61	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	3
62	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5
63	3	2	2	3	3	3	4	4	5	4	4	3	2	3	4	5	5	4
64	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	4	3	5	4	4	4
66	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
67	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
68	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	3	3	3
69	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
70	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	5	5	5	2	3	4
71	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3	4	3
72	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	5	5	5	4
73	4	4	5	3	2	2	3	3	2	2	2	2	5	5	3	3	3	3
74	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	2	3	3	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3
76	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
77	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
78	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
79	5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	2	5	3	3	5	3	4	4
80	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3
81	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
82	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4
83	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3
84	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3
85	2	3	2	4	5	5	3	5	5	3	5	3	3	3	3	4	5	4



86	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
87	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4
88	4	5	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
89	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
90	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
91	5	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3
92	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
93	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4
94	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4
95	2	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	5
96	4	4	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4
97	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4
98	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	5	3	3	4	4
99	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
100	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4
101	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	3
102	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	3	5	4	5	4	4	4	5
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
104	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
106	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4
107	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
108	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
109	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4
110	4	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4
111	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4
113	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
114	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
115	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
116	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
117	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
118	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	2	3	5	5	4
119	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
120	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	1	2	2	2	3	4	4
121	3	2	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
122	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
123	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4
124	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
125	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
126	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	3	3	5	5	4
127	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4
128	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4
129	5	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	3



130	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	5	4
131	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
132	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	3	4	4	4	2	3	3
133	5	5	4	3	4	4	2	3	4	4	4	2	2	1	2	4	3	4
134	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4
136	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
137	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5
138	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4
139	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4
140	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
141	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
142	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4
143	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
144	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2
145	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
146	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
147	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	3
148	3	3	3	3	2	2	3	4	5	4	4	2	3	4	4	3	3	3
149	3	2	1	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	5	2	2	3	3
151	3	4	2	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	5	4
152	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	3	3
153	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4
154	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	5	3	5	4
155	4	3	3	5	5	5	2	4	3	4	4	5	4	5	2	4	5	4
156	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	2	5	5	5	4
157	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
158	5	4	2	2	4	3	4	5	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3
159	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
160	2	2	2	2	3	2	3	5	5	4	4	3	3	2	3	4	4	4
161	5	5	5	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
162	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	3	5	4
163	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3
164	4	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	5	3	4	3	4
165	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	5	4
166	4	4	4	2	2	2	3	3	5	4	4	2	4	4	4	2	3	3
167	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	2	4	4	4
168	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
169	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	2	3	2	4	4	4
170	3	3	3	4	4	4	3	2	2	1	2	4	3	3	3	3	3	2
171	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
172	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
173	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4



174	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4
175	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3
176	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
177	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5
178	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
179	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4
180	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	5	3	3	4	3	3	3	3
181	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4
182	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
184	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
185	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	1	2	2
186	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4
187	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	3	3
188	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
189	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
190	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
191	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
192	4	4	5	5	4	4	3	3	2	2	3	5	5	5	5	4	5	4
193	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	5	4
194	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4
195	3	3	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
196	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	5	4	4	4
197	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
198	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
199	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
200	5	4	4	3	3	3	5	3	3	2	3	4	4	4	4	3	5	4