

Skripsi

**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelajaran Organisasi dan
Kecepatan Pengembangan Produk Baru**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar

Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Amelia Ikayanti

08.60.0027

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

2013

Skripsi dengan judul :

**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelajaran Organisasi dan
Kecepatan Pengembangan Produk Baru**

Oleh :

Amelia Ikayanti

08.60.0027

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing :

Semarang, 6 November 2013

Pembimbing

Dr. Monika Palupi Murniati, MM.

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada:

Senin, 6 November 2013 skripsi dengan judul:

**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelajaran Organisasi dan
Kecepatan Pengembangan Produk Baru**

Oleh:

Amelia Ikayanti

08.60.0027

Tim Penguji

(Clara Susilawati, SE., M.Si) (Ranto Sihombing, SE., M.Si.) (Dr. Monika Palupi Murniati)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Unika Soegijapranata

Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph. D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelajaran Organisasi dan Kecepatan Pengembangan Produk Baru

benar-benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain seolah-olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 28 Oktober 2013

Yang Menyatakan,

Amelia Ikayanti

ABSTRAKSI

Penelitian ini berfokus pada faktor – faktor yang mempengaruhi pembelajaran organisasi dan kecepatan pengembangan produk baru. Penelitian ini hendak menguji apakah ketiga dimensi komunikasi (frekuensi komunikasi, komunikasi dua arah, dan kualitas komunikasi) dapat mempengaruhi pembelajaran organisasi melalui konflik fungsional, serta dapatkah pembelajaran organisasi mempengaruhi kecepatan pengembangan produk baru. Selain itu penelitian ini juga bermaksud untuk mencari dukungan buki empiris efek frekuensi komunikasi terhadap konflik fungsional. Berdasarkan hasil analisis pada responden (anggota tim pengembangan produk baru yang sudah pernah terlibat dalam proses pengembangan produk baru), ketiga dimensi komunikasi (frekuensi komunikasi, komunikasi dua arah, dan kualitas komunikasi) dapat meningkatkan konflik fungsional. Peningkatan konflik fungsional kemudian akan meningkatkan pembelajaran organisasi. Kemudian pada akhirnya peningkatan pembelajaran organisasi akan meningkatkan kecepatan pengembangan produk baru.

Kata kunci : frekuensi komunikasi, komunikasi dua arah, kualitas komunikasi, konflik fungsional, pembelajaran organisasi, dan kecepatan pengembangan produk baru.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karuniaNya, serta bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelajaran Organisasi dan Kecepatan Pengembangan Produk Baru.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dr. Monika Palupi Murniati selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, pengarahan, serta saran dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal dan teladan ilmu pengetahuan selama kuliah.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberikan dukungan baik moril maupun materil, semangat, serta kasih sayang yang tak pernah habis.

5. Teman-teman yang terkasih, Yanti, Evi, Michella, Ika, Monica, Tata, Yossie, Binsen, Paula, dan teman – teman gereja yang selalu meluangkan waktu membantu dan mendoakan selama dilaksanakannya penelitian.
6. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu penulis dalam hal administrasi studi.
7. Para responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner survey.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangatlah penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 28 Oktober 2013

Penulis,

Amelia Ikayanti

DAFTAR ISI

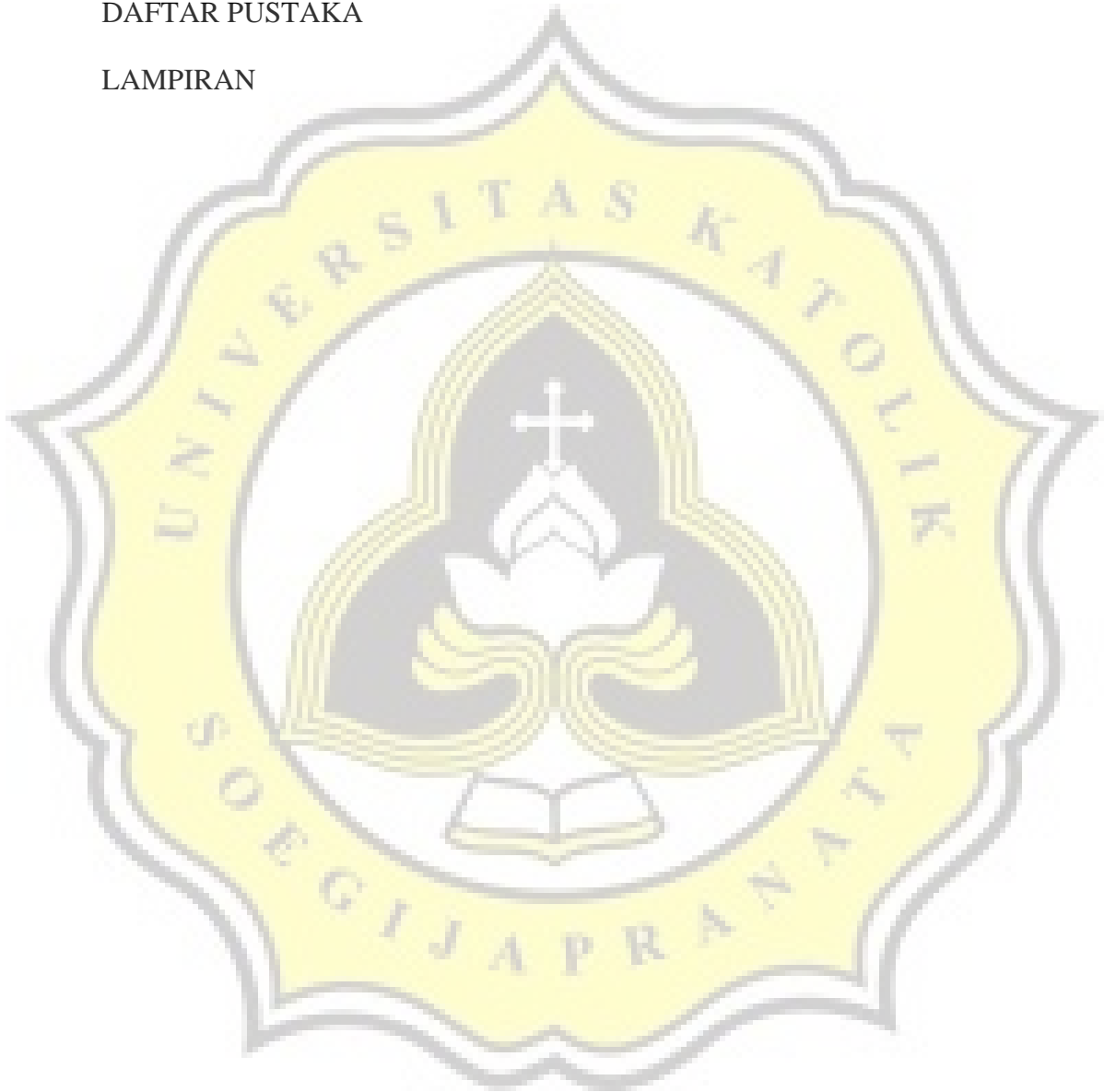
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan dan Batasan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
1.5 Kerangka Pikir	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Integratif	10
2.1.2 Teori Kebutuhan Motivasi yang dipelajari	11

2.1.3. Komunikasi	11
2.1.4. Konflik	14
2.1.5. Pembelajaran Organisasi.....	17
2.1.6. Kecepatan Pengembangan Produk Baru	18
2.2 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Klasifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.5 Desain Analisis Data atau Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Responden	41
4.2 Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
4.2.1 Convergent Validity	42
4.2.2 Construct Realibility	48
4.3 Penilaian Goodness-Of-Fit.....	51
4.3.1 Absolute Fit Measure	51
4.3.2 Incremental Fit Measure	54
4.3.3 Parsimonius Fit Measures	55
4.4 Hasil dan Analisis	57
4.5 Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan.....	68
5.3 Saran.....	69

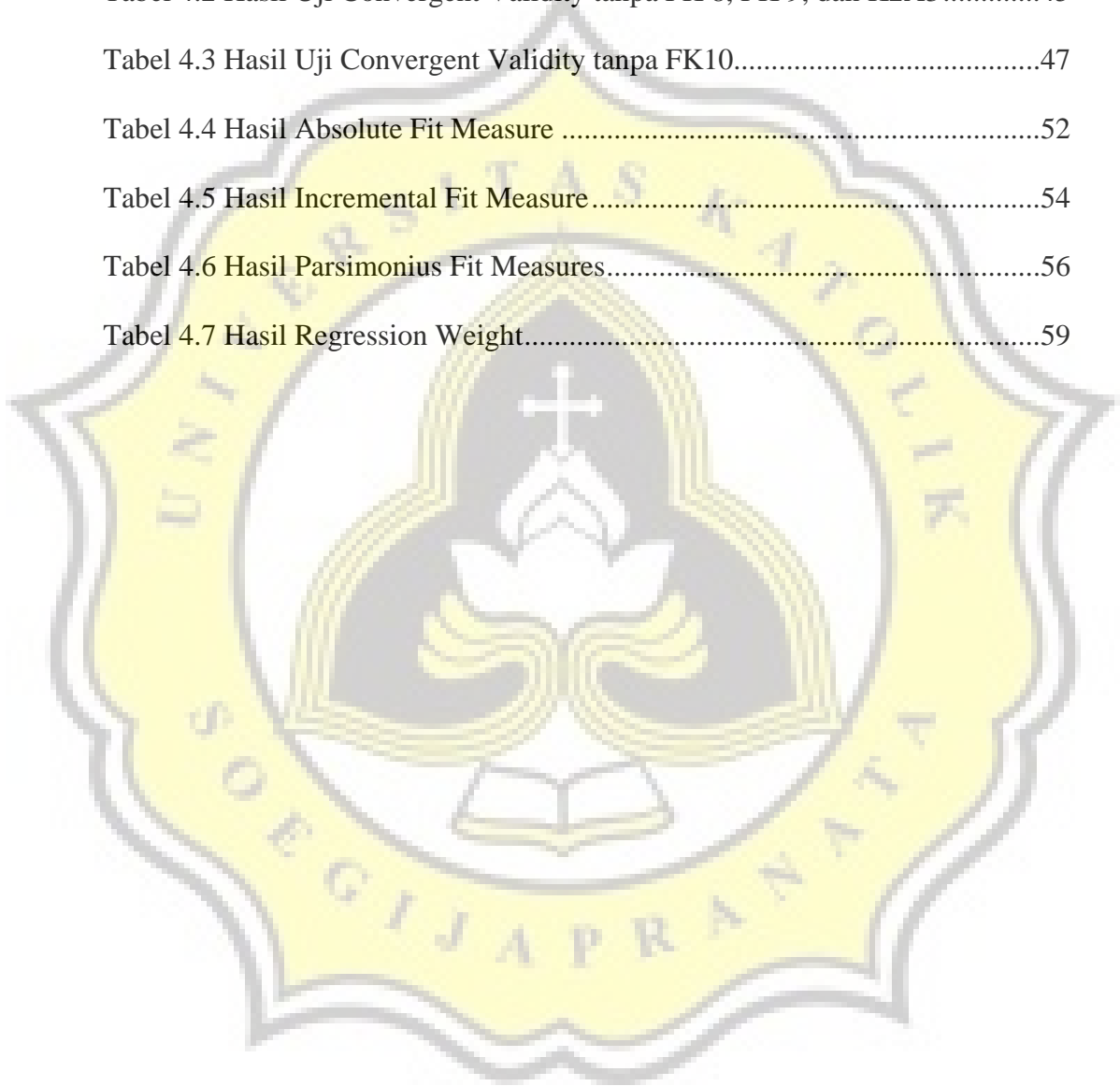
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



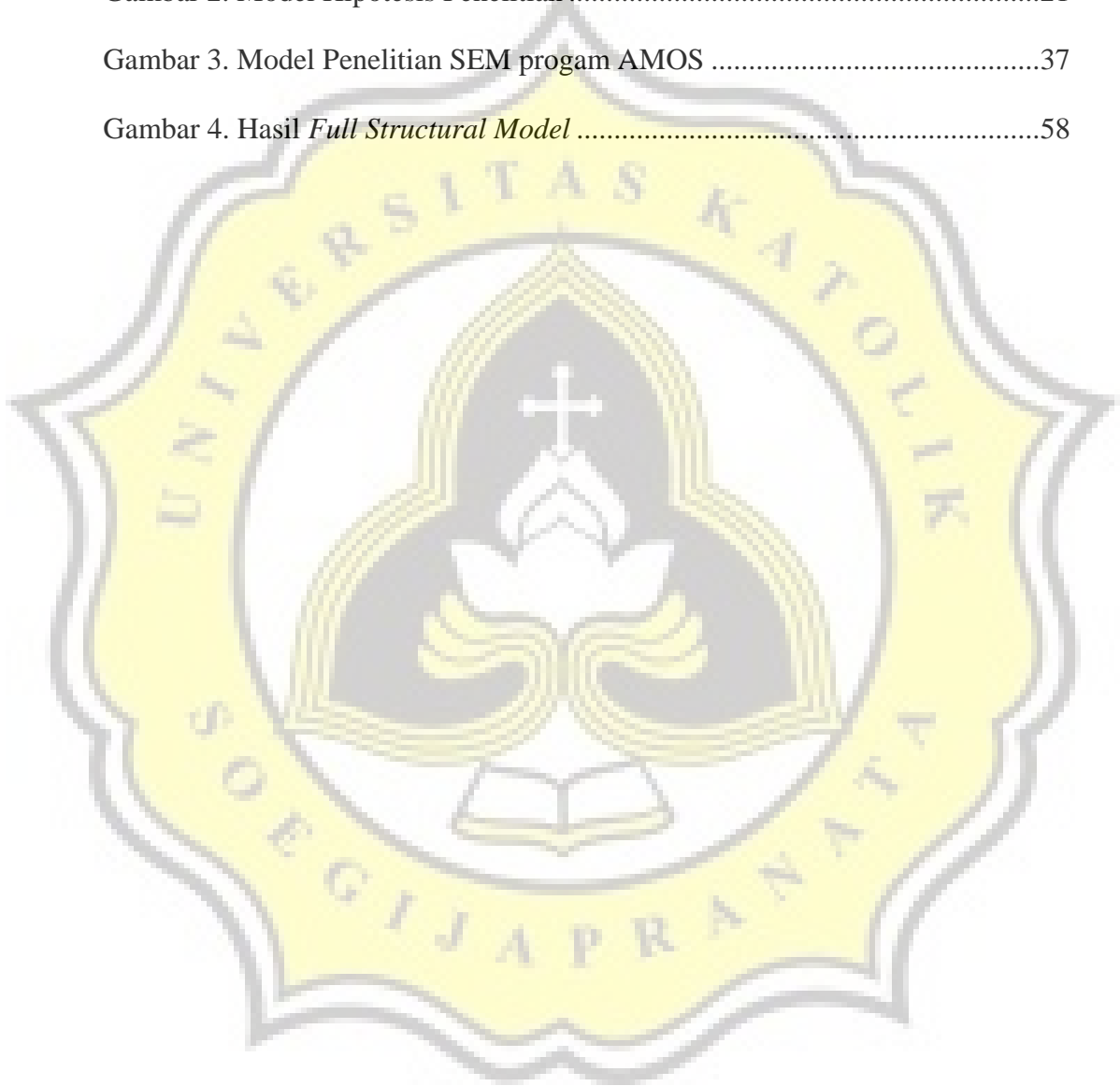
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Convergent Validity Awal.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Convergent Validity tanpa FK 8, FK 9, dan K2A3.....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Convergent Validity tanpa FK10.....	47
Tabel 4.4 Hasil Absolute Fit Measure	52
Tabel 4.5 Hasil Incremental Fit Measure.....	54
Tabel 4.6 Hasil Parsimonius Fit Measures.....	56
Tabel 4.7 Hasil Regression Weight.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	9
Gambar 2. Model Hipotesis Penelitian.....	21
Gambar 3. Model Penelitian SEM progam AMOS	37
Gambar 4. Hasil <i>Full Structural Model</i>	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian dan Surat Keterangan Survei

Lampiran B Jawaban Kuesioner Responden

Lampiran C Hasil Amos Penelitian

