

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 <i>New Media / Media Online</i> .....	14
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.3 <i>E-Satisfaction</i> .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1 Jurnal Nasional.....	21
2.2.2 Jurnal Internasional.....	26
2.2.3 Penelitian Skripsi .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	36
2.4 Hipotesis Penelitian .....	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	40
3.2.1 Variabel Operasional.....	40
3.2.2 Skala Pengukuran.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4.1 Data Primer .....	47
3.4.2 Data Sekunder.....	47
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.5.1 Uji Validitas .....	47
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.6 Teknik Analisis Data .....	50
3.6.1 Analisis Faktor.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Pengumpulan Data.....	55
4.2 Karakteristik Responden .....	57
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	58
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	59
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	60
4.3 Hasil Penelitian.....	61
4.3.1 KMO dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> .....	61
4.3.2 <i>Anti Image Correlation</i> .....	62
4.3.3 <i>Communalities Test</i> .....	64
4.3.4 Proses <i>Factoring (Total Variance Explained)</i> .....	65
4.3.5 Pengelompokan Faktor ( <i>Rotated Component Matrixs</i> ) .....	66
4.3.6 Penamaan Faktor ( <i>Labelling</i> ).....	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	76

5.2.1 Saran Bagi Pelaku Industri Berita <i>online</i> .....	76
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN.....	83