

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, berkat kehendak-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan Judul “ANALISIS PERBANDINGAN *WEBSITE QUALITY* DAN KEPUASAN PELANGGAN SITUS BERITA PADA TAHUN 2014 (Studi pada Situs BeritaViva.co.id dan Detik.com di Provinsi DKI Jakarta)” Tugas Akhir atau skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis program S-1 di Universitas Telkom. Selama penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak yang tanpa mereka, tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Astri Ghina S.Si, MSM selaku pembimbing di Universitas Telkom yang telah sabar membimbing dan memberikan solusi-solusi selama tugas akhir ini berlangsung, terimakasih tak terhingga atas ilmu dan kesediaan waktunya.
2. Ibu Heppy Millanyani, S. Sos, MM dan Sisca Eka Fitria, ST., MM selaku penguji sidang Tugas Akhir, terimakasih atas arahan, koreksi, perbaikan dan nasehat kepada penulis.
3. Kedua orang tua tercinta Papa Ir.Djoko Santoso dan Mama Dra. Afiana dwi Andriati terima kasih atas dukungan, doa dan bantuan material dalam mengiringi menyelesaikan penelitian ini.
4. Adik Giri Bhaskara dan kakak Windy Pradipta Terima kasih atas segala dukungan dan doanya.
5. Teman-Teman seperjuangan MBTI – J 2009 dan teman terdekat yang membantu atas terciptanya penelitian ini Dimas Darmawan, Bimo, Atet, Nino, Herga, Keluarga Puri JPS, teman – teman di Jakarta Anindito , Rovito , Masaru, Arya, Dyo, Fali, Bacur, Diaz, dontem, Akbar, Tyo, Haddad dan teman-teman terdekat lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih atas dukungan dan doanya atas terciptanya penelitian ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sekalian sangat penulis harapkan untuk terciptanya perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Terimakasih.

Bandung, 4 Juli 2014

Garddha Adhiguna.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Detik.com	1
1.1.2 Viva.co.id	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 Rangkuman Teori	11
1. <i>Marketing</i>	11
2. <i>Internet</i>	11
3. <i>Website</i>	12
4. <i>Website Quality</i>	13
5. <i>Kepuasan Pelanggan</i>	15
6. <i>Berita</i>	16
7. <i>Situs Berita</i>	18
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
2.3 Hipotesis Penelitian	35
2.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	35

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.2.1 Operasional Variabel.....	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	10
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	42
3.4.1 Populasi Penelitian.....	42
3.4.2 Sampel Penelitian.....	42
3.4.3 Teknik Sampling.....	43
3.5 Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Sumber Data.....	43
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5.3 Metode Desain Angket Kuesioner.....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2 Uji Beda <i>Mann-Whitney</i>	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
4.1.2 Usia Responden.....	51
4.1.3 Pendidikan Responden.....	52
4.1.4 Profesi Responden.....	53
4.1.5 Situs Berita yang Paling Sering Diakses.....	53
4.1.6 Alat yang Paling Sering Digunakan Responden.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Analisis Konsumen pada <i>Website Quality</i> dan Kepuasan Pelanggan Detik.com.....	55
4.2.2 Analisis Konsumen pada <i>Website Quality</i> dan Kepuasan Pelanggan Viva.co.id.....	61
4.3 Perbandingan <i>Website Quality</i> dan Kepuasan Pelanggan pada Detik.com dan Viva.co.id.....	67
4.3.1 Perbandingan <i>Website Quality</i> pada Detik.com dan Viva.co.id.....	67

4.3.2 Perbandingan Kepuasan Pelanggan pada Detik.com dan Viva.co.id.....	69
4.4 Hasil Uji Hipotesis	70
4.4.1 Uji Hipotesis pada <i>Website Quality</i> Detik.com dan Viva.co.id	70
4.4.2 Uji Hipotesis pada Kepuasan Pelanggan Detik.com dan Viva.co.id.....	72

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran pada Praktisi.....	74
5.2.2 Saran pada Akademisi.....	75
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	56