

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 GoPay.....	1
1.1.2 DANA.....	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Aspek Teoritis.....	10
1.5.2 Aspek Praktis.....	10
1.6 Batasan Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.5 <i>Electronic Service Quality</i>	14
2.1.6 <i>User Generated Content (UGC)</i>	15
2.1.7 Big Data.....	16
2.1.8 Analisis Sentimen.....	16
2.1.9 Support Vector Machine.....	18
2.1.10 Naive Bayes.....	18
2.1.11 <i>Particle Swarm Optimization (PSO)</i>	19
2.1.12 <i>Text mining</i>	20
2.1.13 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30

2.3	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3	Tahapan Penelitian	36
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1	Pengumpulan Data	39
3.5.2	Sumber Data.....	39
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Analisis Pengumpulan Data	39
3.6.2	<i>Preprocessing Data</i>	40
3.6.3	<i>Labeling Sentimen dan Dimensi E-Service Quality</i>	41
3.6.4	Pembagian Data	41
3.6.5	Pembobotan TF-IDF	42
3.6.6	Pelatihan Model Sentimen Analisis	42
3.6.7	Evaluasi Performa dengan <i>Confusion Matrix</i>	42
3.6.8	<i>Topic modeling</i> dengan LDA.....	43
DAFTAR PUSTAKA		45