

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HA LAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. <i>Mobile Banking New Livin’ by Mandiri</i>	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PERPUSTAKAAN	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 Persepsi	13
2.1.4 Kualitas Layanan.....	14
2.1.5 <i>Mobile Banking</i>	15
2.1.6 <i>Big Data</i>	15
2.1.7 <i>Data Mining</i>	17
2.1.8 <i>Sentiment Analysis</i>	17

2.1.9	Penelitian Terdahulu	19
2.2	Kerangka Pemikiran	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1.	Jenis Penelitian	26
3.2.	Operasionalisasi Variabel	28
3.3.	Tahapan Penelitian	29
3.4.	Populasi dan Sampel	30
3.4.1.	Populasi	30
3.4.2.	Sampel	31
3.5.	Pengumpulan dan Sumber Data	31
3.6.	Teknik Analisis Data	32
3.6.1.	Pengumpulan Data	32
3.6.2.	<i>Preprocessing Data</i>	33
3.6.3.	Klasifikasi Data	34
3.6.4.	<i>Training Data</i>	35
3.6.5.	<i>Weighting TF-IDF</i>	35
3.6.6.	<i>Binary Classification (Sentiment Analysis)</i>	36
3.6.7.	<i>Multiclass Classification</i>	36
3.6.8.	Hasil dan Analisis	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Karakteristik Data	39
4.1.1	<i>Preprocessing Data</i>	39
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Hasil Klasifikasi Kualitas Layanan	40
4.2.1.1	Kualitas Layanan Berdasarkan <i>Sentiment Analysis</i>	40
4.2.1.2	Kualitas Layanan Berdasarkan Dimensi <i>E-Servqual</i>	41
4.2.1.3	Performansi Klasifikasi	42
4.2.2	Hasil <i>Sentiment Word Cloud</i> Pada Dimensi <i>E-Servqual</i>	43

4.2.2.1 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Site Organization</i>	44
4.2.2.2 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Reliability</i>	45
4.2.2.3 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Responsiveness</i>	46
4.2.2.4 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>User Friendliness</i>	47
4.2.2.5 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Efficiency</i>	48
4.2.2.6 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Personal Needs</i>	49
4.2.3 Hasil <i>Rating</i> Kualitas Layanan	50
4.2.4 Hasil Perbandingan <i>Rating</i> dan <i>Sentiment Analysis</i>	50
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.3.1 Pembahasan Klasifikasi Kualitas Layanan	51
4.3.2 Pembahasan <i>Sentiment Word Cloud</i> Pada Dimensi <i>E-Servqual</i>	52
4.3.3 Pembahasan <i>Rating</i> Kualitas Layanan.....	53
4.3.4 Pembahasan Perbandingan <i>Rating</i> dan <i>Sentiment Analysis</i>	54
BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.1.1 Kesimpulan Klasifikasi Kualitas Layanan	55
5.1.2 Kesimpulan <i>Sentiment Word Cloud</i> Pada Dimensi <i>E-Servqual</i>	55
5.1.3 Kesimpulan <i>Rating</i> Kualitas Layanan	56
5.1.4 Kesimpulan Perbandingan <i>Rating</i> dan <i>Sentiment Analysis</i>	56
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Aspek Praktis	57
5.2.2 Aspek Teoritis	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	66