

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Tokopedia	1
1.1.2 Shopee.....	2
1.1.3 Bukalapak	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori terkait.....	12
2.1.1 Online Customer Experience	12

2.1.2 Online Value Proposition.....	14
2.1.3 Big Data	14
2.1.3 Sentiment Analysis	15
2.1.4 <i>Topic Modelling</i>	16
2.1.5 <i>Latent Dirichlet Allocation (LDA)</i>	17
2.1.5 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.1.1 Berdasarkan Metodologi Penelitian	28
3.1.2 Berdasarkan Tujuan Penelitian	29
3.1.3 Berdasarkan Unit Analisis	29
3.1.4 Berdasarkan Waktu Penelitian	29
3.1.5 Berdasarkan Keterlibatan Peneliti.....	30
3.1.6 Berdasarkan Latar Penelitian	30
3.1.7 Berdasarkan Pendekatan terhadap Pengembangan Teori.....	30
3.1.8 Berdasarkan Strategi Penelitian	31
3.2 Operasionalisasi Variabel	31
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 User Generated Content.....	36
3.6.2 Scraping Google Play Review	37

3.6.3	<i>Data PreProcessing</i>	37
3.6.4	Sentiment Analysis	39
3.6.5	<i>Topic Modelling</i>	39
3.6.6	Analisis Online Customer Experience dengan Menggunakan Sentiment Analysis dan Topic Modelling.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Karakteristik Data	44
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Data Preprocessing.....	45
4.2.2	<i>Topic Modelling</i>	47
4.2.3	<i>Sentiment Analysis</i>	52
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.3.2	Pembahasan Hasil <i>sentiment analysis</i>	56
4.3.2.1	Dimensi <i>Social Interactions</i>	58
4.3.2.2	Dimensi <i>Enjoyment</i>	59
4.3.2.3	Dimensi <i>Ease of use and Usefulness</i>	60
4.3.2.4	Dimensi <i>Hedonic and Utilitarian Features</i>	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64
5.2.1	Saran Aspek Teoritis.....	64
5.2.2	Saran Aspek Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 3.3 Contoh penerapan analisis sentimen pada empat dimensi customer experience	40
Tabel 4.1 Data Ulasan yang Belum Diolah.....	45
Tabel 4. 2 Implementasi Data Preprocessing.....	46
Tabel 4. 3 Hasil topic modelling pada aplikasi Tokopedia.....	50
Tabel 4. 4 Hasil topic modelling pada Aplikasi Bukalapak.....	51
Tabel 4. 5 Hasil topic modelling pada Aplikasi Shopee	52
Tabel 4.6 Performa naïve bayes.....	56
Tabel 4.7 Hasil Analisis Sentimen dan klasifikasi dimensi customer experience	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Tokopedia	1
Gambar 1.2 Logo Shopee	2
Gambar 1.3 Logo Bukalapak	3
Gambar 1.4 Perkembangan e-commerce berdasarkan Kategori di Indonesia	4
Gambar 1.5 Transformasi Digital Indonesia.....	5
Gambar 1.6 Data traffic e-commerce Indonesia	6
Gambar 1.7 Tampilan Peringkat dan Ulasan pada Google Play Store.....	6
Gambar 1.8 Jumlah Bintang Ulasan Pengguna aplikasi Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak..	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	33
Gambar 3. 2 Teknik Analisis Data.....	36
Gambar 3.3 Hasil pengumpulan data menggunakan webharvy	37
Gambar 3.4 algoritma LDA	41
Gambar 4.1 Ulasan Pengguna pada platform Google Play Store	44
Gambar 4.2 wordcloud Shopee.....	48
Gambar 4.3 wordcloud Bukalapak.....	49
Gambar 4.4 wordcloud Tokopedia.....	50
Gambar 4.5 Proses Pemberian Label pada Dataset.....	53
Gambar 4.6 Model Analisis Sentimen pada Aplikasi rapidminer.....	53
Gambar 4.7 Klasifikasi Dimensi <i>Social Interactions</i>	58
Gambar 4.8 Klasifikasi Dimensi <i>Enjoyment</i>	59
Gambar 4.9 Klasifikasi Dimensi Ease of Use and Usefulness.....	60
Gambar 4.10 Klasifikasi Dimensi Hedonic and Utilitarian Features.....	61