

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel .....	32
Tabel 3. 3 Contoh Label <i>Data Training</i> .....	42
Tabel 4. 1 Perolehan Crawling Data Selama 30 Hari .....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Narasumber .....	45
Tabel 4. 3 Hasil Preprocessing Data .....	47
Tabel 4. 4 Analisis Topik pada Setiap Sentiment Go-Ride .....	49
Tabel 4. 5 Analisis Topik pada Setiap Sentiment Grab Bike.....	53
Tabel 4. 6 Rangkuman Hasil Wawancara.....	56
Tabel 4. 7 Rangkuman Hasil Wawancara.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Triangulasi Sumber untuk Brand Positioning .....	65
Tabel 4. 9 Hasil Triangulasi Sumber untuk Competitive Advantage .....	67
Tabel 4. 10 Dimensi Brand Positioning Aplikasi Transportasi Online.....	69
Tabel 4. 11 Analisis Brand Positioning pada Setiap Sentiment Gojek.....	70
Tabel 4. 12 Analisis Brand Positioning pada Setiap Sentiment Grab Bike .....	72
Tabel 4. 13 Dimensi Competitive Advantage Aplikasi Transportasi Online.....	76
Tabel 4. 14 Analisis Competitive Advantage Go-Ride.....	76
Tabel 4. 15 Dimensi Price Pada Competitive Advantage Go-Ride .....	78
Tabel 4. 16 Dimensi Quality Pada Competitive Advantage Go-Ride .....	78
Tabel 4. 17 Dimensi Delivery Dependability Pada Competitive Advantage Go- Ride .....	79
Tabel 4. 18 Analisis Competitive Advantage Grab Bike.....	79
Tabel 4. 19 Dimensi Price Pada Competitive Advantage Grab Bike .....	81
Tabel 4. 20 Dimensi Quality Pada Competitive Advantage Grab Bike.....	81
Tabel 4. 21 Dimensi Delivery Dependability Pada Competitive Advantage Grab Bike .....	82
Tabel 4. 22 Peringkat Aplikasi Transportasi Online Berdasarkan Sentiment.....	83
Tabel 4. 23 Perbandingan Brand Positioning Aplikasi Transportasi Online .....	84
Tabel 4. 24 Perbandingan Competitive Advantage Aplikasi Transportasi Online	86