

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Shopee Xpress	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Aspek Teoritis	10
1.5.2 Aspek Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Manajemen	13
2.1.2 Pemasaran Jasa	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	16
2.1.4 Persepsi Konsumen	18
2.1.5 Kualitas Layanan	19
2.1.6 Media Sosial	20
2.1.7 Twitter	21
2.1.8 Big Data	22
2.1.9 Text Mining	23
2.1.10 <i>Naïve Bayes Classifier</i>	23

2.1.11	Analisis Sentimen	24
2.1.12	Penelitian Terdahulu	25
2.2	Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Operasional Variabel	37
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.4	Teknik Sampling	42
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	43
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Pengumpulan Data	43
3.6.2	<i>Preprocessing</i> Data	45
3.6.3	Klasifikasi	46
3.6.3.1	Binary Classification	46
3.6.3.2	Multiclass Classification	46
3.6.4	Training Data	48
3.6.5	Pembobotan	49
3.6.6	Uji Validitas Model	49
3.6.7	Word Cloud	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Karakteristik Data	53
4.1.1	<i>Preprocessing</i> Data	53
4.1.2	Klasifikasi Data	54
4.1.3	Performansi Model Klasifikasi	55
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	57
4.2.1	Hasil Performansi Model Klasifikasi	57
4.2.2	Hasil Klasifikasi Data	58
4.2.3	Hasil Visualisasi <i>Wordcloud</i>	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	82