

**PENGGUNAAN *NETWORK TEXT ANALYSIS* DALAM KONTEN  
PERCAKAPAN DI TWITTER UNTUK MENGGAMBARAKAN KELUHAN  
PELANGGAN PADA *MARKETPLACES* DI INDONESIA  
(STUDI PADA TOKOPEDIA DAN BUKALAPAK)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

LIES ANISA RAHIMI

1201130289



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2017**