

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                 | i    |
| HALAMAN JUDUL.....                                   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                              | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                             | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                 | v    |
| ABSTRAK .....  | vii  |
| ABSTRACT.....  | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                      | x    |
| DAFTAR TABEL.....                                    | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                               | 1    |
| 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....            | 1    |
| 1.1.1. Tokopedia.....                                | 1    |
| 1.1.2. BukaLapak .....                               | 2    |
| 1.2. Latar Belakang .....                            | 3    |
| 1.3. Perumusan Masalah.....                          | 7    |
| 1.4. Pertanyaan Penelitian .....                     | 7    |
| 1.5. Tujuan Penelitian.....                          | 8    |
| 1.6. Manfaat Penelitian.....                         | 8    |
| 1.6.1. Aspek Teoritis .....                          | 8    |
| 1.6.2. Aspek Praktis.....                            | 9    |
| 1.7. Ruang Lingkup Penelitian .....                  | 9    |
| 1.7.1. Lokasi dan Objek Penelitian .....             | 9    |
| 1.7.2. Waktu dan Periode Penelitian .....            | 9    |
| 1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....          | 10   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN ..... | 11   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....                | 11   |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen .....                        | 11   |
| 2.1.2 Perilaku Pasca Pembelian.....                  | 11   |

|   |   |    |
|---|---|----|
| 2.1.3                                       | <i>Customer Experience</i> .....                | 12 |
| 2.1.4                                       | Keluhan Pelanggan.....                          | 13 |
| 2.1.5                                       | <i>E-commerce</i> .....                         | 14 |
| 2.1.6                                       | <i>User Generated Content (UGC)</i> .....       | 15 |
| 2.1.7                                       | Media Sosial .....                              | 15 |
| 2.1.8                                       | Twitter .....                                   | 16 |
| 2.1.9                                       | <i>Social Network Analysis (SNA)</i> .....      | 17 |
| 2.1.10                                      | Penelitian Terdahulu .....                      | 19 |
| 2.2   | Kerangka Pemikiran .....                        | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....              |   | 27 |
| 3.1   | Karakteristik Penelitian .....                  | 27 |
| 3.2   | Tahapan Penelitian .....                        | 28 |
| 3.3   | Pengumpulan Data dan Sumber Data.....           | 29 |
| 3.4   | Teknik Analisis Data .....                      | 29 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... |   | 38 |
| 4.1   | Karakteristik Data .....                        | 38 |
| 4.2   | Hasil Penelitian .....                          | 39 |
| 4.2.1                                       | <i>Wordcloud</i> dan Asosiasi Tokopedia.....    | 39 |
| 4.2.2                                       | <i>Network Text</i> Tokopedia .....             | 42 |
| 4.2.3                                       | <i>Wordcloud</i> dan Asosiasi BukaLapak .....   | 44 |
| 4.2.4                                       | <i>Network Text</i> BukaLapak .....             | 47 |
| 4.3   | Pembahasan Hasil Penelitian .....               | 49 |
| 4.3.1                                       | Pembahasan Hasil Penelitian Tokopedia .....     | 49 |
| 4.3.2                                       | Pembahasan Hasil Penelitian BukaLapak .....     | 50 |
| 4.3.1                                       | Pembahasan Hasil Kedua <i>Marketplace</i> ..... | 51 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....             |   | 53 |
| 5.1   | Kesimpulan.....                                 | 53 |
| 5.2   | Saran.....                                      | 54 |
| 5.2.1                                       | Saran untuk <i>Marketplaces</i> .....           | 54 |
| 5.2.2                                       | Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....        | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                        |   | 56 |