

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Tokopedia.....	1
1.1.2. Bukalapak.....	2
1.1.3. Shopee.....	3
1.2. Latar Belakang.....	4
1.3. Perumusan Masalah.....	12
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	14
1.5. Tujuan Penelitian.....	14
1.6. Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1. Aspek Teoritis.....	14
1.6.2. Aspek Praktisi.....	15
1.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	15

1.7.1. Lokasi dan Objek Penelitian.....	15
1.7.2. Waktu dan Periode Penelitian.....	15
1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2. Persepsi.....	18
2.1.3. Kualitas Layanan	19
2.1.4. <i>E-commerce</i>	24
2.1.5. <i>Big Data</i>	25
2.1.6. <i>User Generated Content (UGC)</i>	26
2.1.7. <i>Social Network Analysis (SNA)</i>	27
2.1.8. <i>Centrality</i>	28
2.1.9. Properti Jaringan	29
2.1.10. <i>Text Mining</i>	30
2.1.11. <i>Text Network Analysis (TNA)</i>	31
2.1.12. <i>Text Classification</i>	31
2.1.13. <i>Sentiment Analysis</i>	32
2.1.14. Media Sosial	32
2.1.15. Twitter.....	33
2.1.16. Penelitian Terdahulu	35
2.2. Kerangka Penelitian.....	41
BAB III	45
METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1. Karakteristik Penelitian	45

3.1.1. Berdasarkan Metode	45
3.1.2. Berdasarkan Tujuan	45
3.1.3. Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	46
3.1.4. Berdasarkan Unit Analisis	46
3.1.5. Berdasarkan Waktu Penelitian.....	46
3.2. Alat Pengumpulan Data.....	47
3.3. Tahapan Penelitian	48
3.4. Teknik <i>Sampling</i> dan Sumber Data.....	51
3.5. Teknik Analisis Data	52
BAB IV	65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1. Karakteristik Data.....	65
4.2. Persepsi Dominan Bisnis <i>E-commerce</i>	66
4.2.1. Persepsi Dominan Bukalapak	66
4.2.2. Persepsi Dominan Shopee	71
4.2.3. Persepsi Dominan Tokopedia.....	75
4.3. Analisis Jaringan Teks Bisnis <i>E-Commerce</i>	80
4.3.1. Analisis Jaringan Teks Bisnis <i>E-Commerce</i> Bukalapak.....	81
4.3.2. Analisis Jaringan Teks Bisnis <i>E-Commerce</i> Shopee.....	88
4.3.3. Analisis Jaringan Teks Bisnis <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	94
4.4. Pembahasan Kualitas Layanan Bisnis <i>E-Commerce</i>	101
4.4.1. Pembahasan Kualitas Layanan Bisnis <i>E-commerce</i> Bukalapak	103
4.4.2. Pembahasan Kualitas Layanan Bisnis <i>E-commerce</i> Shopee	126
4.4.3. Pembahasan Kualitas Layanan Bisnis <i>E-commerce</i> Tokopedia	149
4.5. Pembahasan Manajerial.....	174
4.5.1. Persepsi Dominan Bisnis <i>E-commerce</i>	175

4.5.2. Kualitas Layanan Bisnis <i>E-commerce</i>	176
BAB V	181
KESIMPULAN DAN SARAN	181
5.1. Kesimpulan	181
5.2. Saran	182
DAFTAR PUSTAKA	183
LAMPIRAN	191