

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR RUMUS.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 PT. KCIC	1
1.1.2 X (Twitter)	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Aspek Teoritis	13
1.5.2 Aspek Praktis	13
1.6 Batasan Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II	17
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	17

2.1.1 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2 <i>Service Quality</i>	19
2.1.3 Persepsi Konsumen.....	20
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	21
2.1.5 <i>Text Mining</i>	22
2.1.6 <i>Text Clasification</i>	22
2.1.7 Analisis Sentimen	25
2.1.8 Topic Modeling.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran	34
BAB III.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.1.1 Berdasarkan Metode	37
3.1.2 Berdasarkan Tujuan	37
3.1.3 Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	38
3.1.4 Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	38
3.1.5 Berdasarkan Unit Analisis	38
3.1.6 Berdasarkan Latar Penelitian	38
3.1.7 Berdasarkan Strategi Penelitian.....	39
3.2 Operasionalisasi Variabel	39
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Situasi Sosial	42
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	43
3.5.1 Pengumpulan Data.....	43
3.5.2 Sumber Data	43
3.6 Uji Validitas Data	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	50

3.7.1 <i>Collecting Data</i>	50
3.7.2 <i>Preprocessing Data</i>	50
3.7.3 TF-IDF	52
3.7.4 Multiclass Text Classification.....	53
3.7.5 <i>Topic Modeling</i>	55
3.8 Evaluasi Performa Model Klasifikasi.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Data.....	59
4.1.1 <i>Preprocessing Data</i>	60
4.1.2 Klasifikasi Data.....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Hasil Performa Model Klasifikasi <i>Service Quality</i>	64
4.2.2 Hasil Performa Model Klasifikasi Sentimen	66
4.2.3 <i>Topic Modeling</i> Sentimen pada dimensi <i>Service Quality</i>	68
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.3.1 Hasil Analisis <i>Service Quality</i> Kereta Cepat Whoosh	76
4.3.2 Hasil Analisis Sentimen Kereta Cepat Whoosh.....	78
4.3.3 Hasil Analisis Sentimen pada <i>Service Quality</i> Kereta Cepat Whoosh ..	80
4.3.4 Perancangan <i>Guideline Book</i>	86
4.3.5 Uji Validitas Penelitian	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Teoritis	98
5.2.2 Saran Praktis	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101

LAMPIRAN.....	110
----------------------	------------