

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 GoPay.....	1
1.1.2 DANA	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Aspek Teoritis	10
1.5.2 Aspek Praktis	10
1.6 Batasan Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.5 <i>Electronic Service Quality</i>	14
2.1.6 <i>User Generated Content (UGC)</i>	15
2.1.7 Big Data	16
2.1.8 Analisis Sentimen	16
2.1.9 Support Vector Machine	18
2.1.10 Naive Bayes	18
2.1.11 <i>Particle Swarm Optimization (PSO)</i>	19
2.1.12 <i>Text mining</i>	20
2.1.13 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Kerangka Pemikiran	30

2.3	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3	Tahapan Penelitian	36
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1	Pengumpulan Data	39
3.5.2	Sumber Data.....	39
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Analisis Pengumpulan Data	39
3.6.2	<i>Preprocessing Data</i>	40
3.6.3	<i>Labeling</i> Sentimen dan Dimensi <i>E-Service Quality</i>	41
3.6.4	Pembagian Data	41
3.6.5	Pembobotan TF-IDF	42
3.6.6	Pelatihan Model Sentimen Analisis	42
3.6.7	Evaluasi Performa dengan <i>Confusion Matrix</i>	42
3.6.8	<i>Topic modeling</i> dengan LDA	43
DAFTAR PUSTAKA		45