

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	14
1.1.1 Alfagift	15
1.1.2 Logo Alfagift.....	17
1.2 Latar Belakang Penelitian	17
1.3 Perumusan Masalah	28
1.4 Tujuan Penelitian.....	28
1.5 Manfaat Penelitian	29
1.5.1 Aspek Teoritis.....	29
1.5.2 Aspek Praktis.....	29
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	31
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	31
2.1.1 Pemasaran	31
2.1.2 Perilaku Konsumen	31

2.1.3 Kepuasan Pelanggan	34
2.1.4 E - Satisfaction	35
2.1.5 Online Grocery Shopping	37
2.1.6 User Generated Content	37
2.1.7 Text Mining	38
2.1.8 Analisis Sentimen.....	38
2.1.9 BERT	39
2.1.10 IndoBERT	39
2.1.11 Topic Modeling	39
2.1.12 BERTopic	40
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Berdasarkan Metode.....	49
3.2.1 Berdasarkan Tujuan.....	50
3.2.2 Berdasarkan Keterlibatan Penelitian	50
3.2.3 Berdasarkan Waktu Pelaksanaan.....	50
3.2.4 Berdasarkan Strategi Penelitian	51
3.2.5 Berdasarkan Latar Penelitian	51
3.3 Operasi Variabel	51
3.4 Tahapan Penelitian	53
3.5 Populasi dan Sampel	55

3.5.1 Populasi	55
3.5.2 Sampel.....	55
3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data	56
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Relevansi Data	57
3.7.2 Klasifikasi Berdasarkan Dimensi.....	58
3.7.3 Analisis Sentimen.....	59
3.7.4 Hasil Analisis Sentimen	59
3.7.5 Topic Modelling.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	62
4.1 Karakteristik Data	62
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Hasil Model Analisis Sentimen.....	62
4.2.2 Hasil Model Klasifikasi Dimensi E - Satisfaction	66
4.3 Hasil Sentimen Pada Dimensi E - Satisfaction	72
4.4 Topik Utama Dimensi E - Satisfaction Paling Positif dan Negatif	73
4.4.1 Topik Utama Dimensi E - Satisfaction Paling Positif.....	73
4.4.2 Topi Utama Dimensi E - Satisfaction Paling Negatif	78
4.5 Pembahasan.....	83
4.5.1 Pembahasan Hasil Analisis Sentimen	83
4.5.2 Pembahasan Hasil Klasifikasi Dimensi E - Satisfaction.....	84
4.5.3 Pembahasan Proporsi Analisis Sentimen Pada Dimensi E - Satisfaction ..	84
4.5.4 Pembahasan Hasil Analisis Topic Modeling.....	86

4.6 Aspek Manajerial	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Teoritis.....	93
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	96