

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Bank Neo Commerce.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Perilaku Konsumen	20
2.1.3 Kepuasan Pelanggan atau Konsumen.....	20
2.1.4 Service Quality	21
2.1.5 Electronic Service Quality (E-Servqual)	22
2.1.6 User-Generated Content	22
2.1.7 Big Data.....	23

2.1.8 Text Mining	23
2.1.9 Text Classification	24
2.1.10 Analisis Sentimen	24
2.1.11 Topic Modeling	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Operasional Variabel	43
3.3 Tahapan Penelitian	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi	46
3.4.2 Sampel	47
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	47
3.6 Teknik Analisis	48
3.6.1 Pengumpulan Data, <i>Pre-Processing</i> Data, dan Evaluasi Model	48
3.6.1.1 Pengumpulan Data	48
3.6.1.2 <i>Pre-Processing</i> Data	48
3.6.1.3 <i>Text Classification</i>	49
3.6.1.3.1 <i>Data Labeling</i>	49
3.6.1.3.2 Pembagian Data dan <i>Fine-Tuning</i> BERT	51
3.6.1.3.3 Evaluasi Model dengan <i>Confusion Matrix</i>	51
3.6.1.4 Klasifikasi dimensi <i>E-SERVQUAL</i> dan Sentimen Analisis	52
3.6.2 Topic Modeling dengan BERTopic	53
3.6.3 Deployment	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Karakteristik Data	54
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Dimensi E-SERVQUAL aplikasi Bank Neo Commerce	54

4.2.1.1 Hasil Model Klasifikasi dimensi <i>E-SERVQUAL</i>	54
4.2.1.2 Hasil Klasifikasi dimensi <i>E-SERVQUAL</i>	56
4.2.2 Analisis Sentimen Aplikasi Bank Neo Commerce	57
4.2.2.1 Hasil Model Klasifikasi Sentimen.....	58
4.2.2.2 Hasil Klasifikasi Analisis Sentimen.....	59
4.2.3 Distribusi Sentimen Positif dan Negatif pada dimensi <i>E-SERVQUAL</i>	60
4.2.4 Topik Utama Dimensi dengan Sentimen Paling Positif dan Paling Negatif	61
4.2.4.1 Topik Utama pada Dimensi <i>Reliability</i>	62
4.2.4.2 Topik Utama pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	65
4.2.4.3 Topik Utama pada Dimensi <i>Efficiency</i>	68
4.2.4.4 Topik Utama pada Dimensi <i>User Friendliness</i>	71
4.2.4.5 Topik Utama pada Dimensi <i>Personal Needs</i>	74
4.2.4.6 Topik Utama pada Dimensi <i>Site Organization</i>	77
4.3 Pembahasan	81
4.3.1 Pembahasan Prioritas Dimensi <i>E-SERVQUAL</i>	81
4.3.2 Pembahasan Proporsi Sentimen Keseluruhan	81
4.3.3 Pembahasan Distribusi Sentimen per Dimensi.....	83
4.3.4 Pembahasan Topic Utama per Dimensi	84
4.3.4.1 Pembahasan Topik Utama pada Dimensi <i>Reliability</i>	84
4.3.4.2 Pembahasan Topik Utama pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	86
4.3.4.3 Pembahasan Topik Utama pada Dimensi <i>Efficiency</i>	87
4.3.4.4 Pembahasan Topik Utama pada Dimensi <i>User Friendliness</i>	88
4.3.4.5 Pembahasan Topik Utama pada Dimensi <i>Personal Needs</i>	90
4.3.4.6 Pembahasan Topik Utama pada Dimensi <i>Site Organization</i>	91
BAB V	93
KESIMPULAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94

5.2.1 Saran Teoritis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97