

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. PT Kereta Api Indonesia (KAI/PT KAI)	1
1.1.2. KAI Access: Train Booking, Reschedule, Cancelation	2
1.1.3 Google Play.....	3
1.2. Latar Belakang Penelitian	4
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Pertanyaan Penelitian	8
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Kegunaan Penelitian	9
1.6.1. Aspek Teoritis	9
1.6.2. Aspek Praktis	9
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1. Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1. Manajemen Operasi / <i>Operation Management</i>	11
2.1.2. Pengembangan Produk / <i>Product Development</i>	11
2.1.3 Desain Produk / <i>Product Design</i>	13

2.1.4. Pengalaman Pengguna / <i>User Experience</i>	14
2.1.5. Big Data	17
2.1.6. Machine Learning	18
2.1.7. Text Mining.....	18
2.1.8. Sentiment Analysis	19
2.1.9. Klasifikasi	19
2.1.10 Naïve Bayes Classifier	20
2.1.11. Penelitian Terdahulu	21
2.2. Kerangka Pemikiran.....	25
2.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	26
2.3.1. Variabel dan Sub Variabel Penelitian	26
2.3.2. Lokasi dan Objek Penelitian	26
2.3.3. Waktu dan Periode Penelitan	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Jenis Penelitian.....	28
3.1.1. Berdasarkan Metode	28
3.1.2. Berdasarkan Tujuan	28
3.1.3. Berdasarkan Unit Analisis.....	28
3.1.4. Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	29
3.1.5. Berdasarkan Keterlibatan Peneliti.....	29
3.2. Operasional Variabel.....	30
3.3. Tahapan Penelitian.....	30
3.4. Populasi dan Sampel	32
3.4.1. Populasi.....	32
3.4.2. Sampel.....	32
3.5. Pengumpulan Data	32
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Karakteristik Data	45
4.2 Hasil Penelitian	47

4.2.1 Analisis Sentimen dengan Metode <i>Naïve Bayes Classifier</i>	48
4.2.2 Analisis Deskriptif dan Visualisasi Keseluruhan Ulasan	50
4.2.3 Analisis Deskriptif dan Visualisasi Ulasan Positif.....	54
4.2.4 Analisis Deskriptif dan Visualisasi Ulasan Negatif	56
4.2.5 Klasifikasi pada 6 Faktor User Experience Honeycomb dengan Metode <i>Naïve Bayes Classifier</i>	58
4.2.6 Analisis Deskriptif dan Visualisasi Keseluruhan Ulasan berdasarkan Klasifikasi pada <i>User Experience Honeycomb Model</i>	60
4.2.7 Analisis Deskriptif dan Klasifikasi sentimen dengan metode <i>Naïve Bayes Classifier</i> terhadap Enam Faktor <i>Ux Honeycomb</i>	62
4.2.8 Analisis Deskriptif dan Visualisasi terhadap Ulasan Sentimen <i>Accessible</i>	64
4.2.9 Analisis Deskriptif dan Visualisasi terhadap Ulasan Sentimen <i>Credible</i>	68
4.2.10 Analisis Deskriptif dan Visualisasi terhadap Ulasan Sentimen <i>Desireable</i>	71
4.2.11 Analisis Deskriptif dan Visualisasi terhadap Ulasan Sentimen <i>Findable</i>	74
4.2.12 Analisis Deskriptif dan Visualisasi terhadap Ulasan Sentimen <i>Usable</i>	77
4.2.13 Analisis Deskriptif dan Visualisasi terhadap Ulasan Sentimen <i>Useful</i>	80
4.2.14 Pembahasan Hasil	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	89
5.2.1 Aspek Teoritis	89
5.2.1 Aspek Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93