

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
BAB 1	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Sistematis Penulisan	5
BAB II	7
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Konsep Big Data	8
2.1.4 Kualitas layanan	9
2.1.5 Topic Modelling	10
2.1.6 Analisis Sentimen	11
2.1.7 Media Pembelajaran	11
2.1.5 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kerangka Pemikiran	25
BAB III	27
3.1 Jenis Penelitian	27

3.1.1	Berdasarkan Metode	27
3.1.2	Berdasarkan Tujuan	27
3.1.3	Berdasarkan Unit	28
3.1.4	Berdasarkan Waktu	28
3.1.5	Berdasarkan Keterlibatan	28
3.2	Operasional Variable	29
3.4	Populasi dan Sampel	31
3.4.1	Populasi	31
3.4.2	Sampel	32
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data	33
3.7	Teknik Analisis Data	34
3.8	Analisis Sentimen	35
3.9	Topic Modelling	36
3.10	Topic Coherence	37
BAB IV	38
1.1	Karakteristik Data	38
4.2	Hasil Penelitian	38
1.2.1	Sentimen Analisis	38
4.2.2	Topic Modeling	43
4.2.3	Pembahasan Hasil Penelitian	52
BAB V	53
5.1	Kesimpulan	53
5.2.1	Saran Praktisi	53
5.2.2	Saran Teoritis	54
Daftar Pustaka	55