

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HA LAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1. <i>Mobile Banking New Livin' by Mandiri</i> .....	1
1.2.    Latar Belakang .....	2
1.3.    Perumusan Masalah.....	8
1.4.    Tujuan Penelitian.....	9
1.5.    Manfaat Penelitian.....	9
1.6.    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PERPUSTAKAAN</b> .....	<b>12</b>
2.1    Teori dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1    Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2    Perilaku Konsumen .....	12
2.1.3    Persepsi .....	13
2.1.4    Kualitas Layanan.....	14
2.1.5 <i>Mobile Banking</i> .....	15
2.1.6 <i>Big Data</i> .....	15
2.1.7 <i>Data Mining</i> .....	17
2.1.8 <i>Sentiment Analysis</i> .....	17

2.1.9	Penelitian Terdahulu .....	19
2.2	Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III</b>	.....	<b>26</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>26</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	26
3.2.	Operasionalisasi Variabel .....	28
3.3.	Tahapan Penelitian .....	29
3.4.	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1.	Populasi .....	30
3.4.2.	Sampel .....	31
3.5.	Pengumpulan dan Sumber Data .....	31
3.6.	Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1.	Pengumpulan Data .....	32
3.6.2.	<i>Preprocessing Data</i> .....	33
3.6.3.	Klasifikasi Data .....	34
3.6.4.	<i>Training Data</i> .....	35
3.6.5.	<i>Weighting TF-IDF</i> .....	35
3.6.6.	<i>Binary Classification (Sentiment Analysis)</i> .....	36
3.6.7.	<i>Multiclass Classification</i> .....	36
3.6.8.	Hasil dan Analisis .....	37
<b>BAB IV</b>	.....	<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>39</b>
4.1	Karakteristik Data .....	39
4.1.1	<i>Preprocessing Data</i> .....	39
4.2	Hasil Penelitian .....	40
4.2.1	Hasil Klasifikasi Kualitas Layanan .....	40
4.2.1.1	Kualitas Layanan Berdasarkan <i>Sentiment Analysis</i> .....	40
4.2.1.2	Kualitas Layanan Berdasarkan Dimensi <i>E-Servqual</i> .....	41
4.2.1.3	Performansi Klasifikasi .....	42
4.2.2	Hasil <i>Sentiment Word Cloud</i> Pada Dimensi <i>E-Servqual</i> .....	43

4.2.2.1 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Site Organization</i> .....	44
4.2.2.2 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Reliability</i> .....	45
4.2.2.3 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	46
4.2.2.4 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>User Friendliness</i> .....	47
4.2.2.5 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Efficiency</i> .....	48
4.2.2.6 <i>Sentiment Word Cloud</i> Dimensi <i>Personal Needs</i> .....	49
4.2.3 Hasil <i>Rating</i> Kualitas Layanan .....	50
4.2.4 Hasil Perbandingan <i>Rating</i> dan <i>Sentiment Analysis</i> .....	50
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.3.1 Pembahasan Klasifikasi Kualitas Layanan .....	51
4.3.2 Pembahasan <i>Sentiment Word Cloud</i> Pada Dimensi <i>E-Servqual</i> .....	52
4.3.3 Pembahasan <i>Rating</i> Kualitas Layanan.....	53
4.3.4 Pembahasan Perbandingan <i>Rating</i> dan <i>Sentiment Analysis</i> .....	54
<b>BAB V</b> .....	<b>55</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan .....	55
5.1.1 Kesimpulan Klasifikasi Kualitas Layanan .....	55
5.1.2 Kesimpulan <i>Sentiment Word Cloud</i> Pada Dimensi <i>E-Servqual</i> .....	55
5.1.3 Kesimpulan <i>Rating</i> Kualitas Layanan .....	56
5.1.4 Kesimpulan Perbandingan <i>Rating</i> dan <i>Sentiment Analysis</i> .....	56
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Aspek Praktis .....	57
5.2.2 Aspek Teoritis .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>66</b>