

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Tokopedia .....	1
1.1.2 Shopee.....	2
1.1.3 Bukalapak .....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis .....	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Teori terkait.....	12
2.1.1 Online Customer Experience .....	12

2.1.2 Online Value Proposition.....	14
2.1.3 Big Data .....	14
2.1.3 Sentiment Analysis .....	15
2.1.4 <i>Topic Modelling</i> .....	16
2.1.5 <i>Latent Dirichlet Allocation (LDA)</i> .....	17
2.1.5 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.1.1 Berdasarkan Metodologi Penelitian .....	28
3.1.2 Berdasarkan Tujuan Penelitian .....	29
3.1.3 Berdasarkan Unit Analisis .....	29
3.1.4 Berdasarkan Waktu Penelitian .....	29
3.1.5 Berdasarkan Keterlibatan Peneliti.....	30
3.1.6 Berdasarkan Latar Penelitian .....	30
3.1.7 Berdasarkan Pendekatan terhadap Pengembangan Teori.....	30
3.1.8 Berdasarkan Strategi Penelitian .....	31
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	31
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian .....	33
3.4 Populasi dan Sampel .....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 User Generated Content.....	36
3.6.2 Scraping Google Play Review .....	37

3.6.3	<i>Data PreProcessing</i> .....	37
3.6.4	Sentiment Analysis .....	39
3.6.5	<i>Topic Modelling</i> .....	39
3.6.6	Analisis Online Customer Experience dengan Menggunakan Sentiment Analysis dan Topic Modelling.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	Karakteristik Data .....	44
4.2	Hasil Penelitian .....	44
4.2.1	Data Preprocessing.....	45
4.2.2	<i>Topic Modelling</i> .....	47
4.2.3	<i>Sentiment Analysis</i> .....	52
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	54
4.3.2	Pembahasan Hasil <i>sentiment analysis</i> .....	56
4.3.2.1	Dimensi <i>Social Interactions</i> .....	58
4.3.2.2	Dimensi <i>Enjoyment</i> .....	59
4.3.2.3	Dimensi <i>Ease of use and Usefulness</i> .....	60
4.3.2.4	Dimensi <i>Hedonic and Utilitarian Features</i> .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran .....	64
5.2.1	Saran Aspek Teoritis.....	64
5.2.2	Saran Aspek Praktis .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 3.3 Contoh penerapan analisis sentimen pada empat dimensi customer experience ....	40
Tabel 4.1 Data Ulasan yang Belum Diolah.....	45
Tabel 4. 2 Implementasi Data Preprocessing.....	46
Tabel 4. 3 Hasil topic modelling pada aplikasi Tokopedia.....	50
Tabel 4. 4 Hasil topic modelling pada Aplikasi Bukalapak.....	51
Tabel 4. 5 Hasil topic modelling pada Aplikasi Shopee .....	52
Tabel 4.6 Performa naïve bayes.....	56
Tabel 4.7 Hasil Analisis Sentimen dan klasifikasi dimensi customer experience .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Tokopedia .....	1
Gambar 1.2 Logo Shopee .....	2
Gambar 1.3 Logo Bukalapak .....	3
Gambar 1.4 Perkembangan e-commerce berdasarkan Kategori di Indonesia .....	4
Gambar 1.5 Transformasi Digital Indonesia.....	5
Gambar 1.6 Data traffic e-commerce Indonesia .....	6
Gambar 1.7 Tampilan Peringkat dan Ulasan pada Google Play Store.....	6
Gambar 1.8 Jumlah Bintang Ulasan Pengguna aplikasi Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak..	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	33
Gambar 3. 2 Teknik Analisis Data.....	36
Gambar 3.3 Hasil pengumpulan data menggunakan webharvy .....	37
Gambar 3.4 algoritma LDA .....	41
Gambar 4.1 Ulasan Pengguna pada platform Google Play Store .....	44
Gambar 4.2 wordcloud Shopee.....	48
Gambar 4.3 wordcloud Bukalapak.....	49
Gambar 4.4 wordcloud Tokopedia.....	50
Gambar 4.5 Proses Pemberian Label pada Dataset.....	53
Gambar 4.6 Model Analisis Sentimen pada Aplikasi rapidminer.....	53
Gambar 4.7 Klasifikasi Dimensi <i>Social Interactions</i> .....	58
Gambar 4.8 Klasifikasi Dimensi <i>Enjoyment</i> .....	59
Gambar 4.9 Klasifikasi Dimensi Ease of Use and Usefulness.....	60
Gambar 4.10 Klasifikasi Dimensi Hedonic and Utilitarian Features.....	61