

DAFTAR ISI

Table of Contents

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Penelitian	14
2.1.1 Manajemen Strategi.....	14
2.1.2 <i>Five Forces Porter</i>	15
2.1.3 Financial Technology	16
2.1.4 Perilaku Konsumen	20
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
2.1.6 Analisis Sentimen.....	22
2.1.7 <i>Importance Performance Analysis</i>	22
2.2 <i>ResearchGap</i>	24
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran	37
BAB 3	39

METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Variabel Operasional	41
3.3 Tahapan Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.5 Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 <i>Text Preprocessing</i>	46
3.6.2 Latent Dirichlet Allocation (LDA) Topic Modeling	49
3.6.3 Sentiment Analysis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 HASIL PENELITIAN.....	51
4.2 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 KESIMPULAN.....	51
5.2 SARAN.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52