

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Aspek data	5
1.5.2 Aspek Praktis	5
1.5.3 Aspek Manajemen Pemasaran	5
1.5.4 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori dan penelitian terdahulu	7
2.1.1 Manajemen Operasi	7
2.1.1.1 Total Quality Management (TQM)	8
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	10
2.1.2 <i>Big Data</i>	15
2.1.3 <i>Text Mining</i>	15
2.1.4 <i>Preprocessing</i>	15
2.1.5 Analisis Sentimen	15
2.1.5.1 <i>Aspect-Based Sentiment Analysis</i>	16
2.1.6 Metode Indobert.....	16
2.1.7 <i>Indonesian RoBERTa (IndoRoBERTa)</i>	17

2.1.8 Penelitian Terdahulu	19
2.1.9 Kerangka Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Variabel Operasional	39
3.3 Tahapan Penelitian	40
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	42
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.6.1 <i>Data Collection</i>	43
3.6.2 <i>Text pre-processing</i>	44
3.6.3 Klasifikasi Berdasarkan Dimensi	45
3.6.4 Klasifikasi Berdasarkan Sentiment Analysis	45
3.6.5 IndoBERT	46
3.6.6 Indo RoBERTa	47
3.6.7 Evaluasi Performa Algoritma untuk Klasifikasi Berdasarkan Dimensi dan <i>Sentiment Analysis</i>	48
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian	50

4.2 Pembahasan	54
BAB 5	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61