

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 GoPay.....	1
1.1.2 DANA	2
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Aspek Teoritis	11
1.5.2 Aspek Praktis	11
1.6 Batasan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Manajemen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen	14
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.5 <i>Electronic Service Quality</i>	15
2.1.6 <i>User Generated Content (UGC)</i>	16
2.1.7 Big Data	17
2.1.8 Analisis Sentimen.....	17
2.1.9 IndoBERT	18
2.1.10 <i>Text mining</i>	19
2.1.11 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis Penelitian	30

BAB III	METODE PENELITIAN	32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Operasionalisasi Variabel	33
3.3	Tahapan Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	38
3.5.1	Pengumpulan Data	38
3.5.2	Sumber Data.....	38
3.6	Teknik Analisis Data	38
3.6.1	Analisis Pengumpulan Data	38
3.6.2	<i>Preprocessing Data</i>	39
3.6.3	<i>Labeling Sentimen dan Dimensi E-Service Quality</i>	40
3.6.4	Pembagian Data	41
3.6.5	Pelatihan Model Sentimen Analisis	41
3.6.6	Evaluasi Performa dengan <i>Confusion Matrix</i>	41
3.6.7	<i>Topic modeling</i> dengan LDA	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Karakteristik Data.....	29
4.2	Hasil.....	29
4.2.1	Pengumpulan Data	29
4.2.2	Pra-Pemrosesan Data	29
4.2.3	Pelabelan Data.....	30
4.2.4	Pelatihan IndoBERT	31
4.2.5	Analisis Dimensi E-Service Quality	36
4.2.6	Topic Modeling dengan LDA	38
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran	51
5.2.1	Saran Teoritis	51
5.2.2	Saran Praktis.....	51
DAFTAR PUSTAKA		53