

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
ABSTRAK.....	<i>v</i>
Abstract	<i>vi</i>
DAFTAR ISI.....	<i>vii</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>x</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xii</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>1</i>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Bukalapak.....	1
1.1.2 Blibli.....	2
1.2 Latar belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	19
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN.....	20
2.1 Teori - Teori Terkait Penelitian Dan Penelitian Terdahulu	20
2.1.2 Kualitas Layanan.....	21
2.1.3 Kualitas Layanan elektronik (<i>E-service Quality</i>).....	22
2.1.4 <i>E-commerce</i>	24
2.1.5 <i>User Generated Content (UGC)</i>	25

2.1.6	<i>Big data</i>	25
2.1.7	<i>Text Mining</i>	26
2.1.8	<i>Text Classification</i>	27
2.1.9	<i>Topic Modeling</i>	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Jenis Penelitian.....	59
3.1.1	Berdasarkan Metode.....	59
3.1.2	Berdasarkan Tujuan Penelitian	60
3.1.3	Berdasarkan Keterlibatan Penelitian	60
3.1.4	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	61
3.1.5	Berdasarkan Unit Analisis.....	61
3.1.6	Berdasarkan Strategi Penelitian	61
3.1.7	Berdasarkan Latar Penelitian	62
3.2	Operasional Variabel.....	62
3.3	Tahapan Penelitian	63
3.4	Populasi dan Sampel/Situasi Sosial	66
3.4.1	Populasi	66
3.4.2	Sampel.....	66
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	67
3.6	Teknik Analisis Data.....	70
3.6.1	Data Preprocessing.....	70
3.6.2	Klasifikasi Data Berdasarkan Dimensi	70
3.6.3	Sentimen Analisis	76
3.6.4	Topic Modeling.....	79

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Karakteristik Data	82
4.2 Hasil Penelitian	82
4.2.1 Dimensi Kualitas <i>E-ServQual</i> Blibli dan Bukalapak Berdasarkan Ulasan Pengguna	82
4.2.2 Proporsi Sentimen Positif dan Negatif pada Ulasan Bukalapak dan Blibli	88
4.2.3 Proporsi Sentimen Positif dan Negatif pada Setiap Dimensi <i>E-ServQual</i>	93
4.2.4 Topik Utama pada Ulasan Paling Positif dan Paling Negatif Dimensi Blibli dan Bukalapak	98
4.3 Pembahasan	117
4.3.1 Pembahasan Hasil Klasifikasi Dimensi Aplikasi Blibli dan Bukalapak	117
4.3.2 Pembahasan Hasil Analisis Sentimen Aplikasi Blibli dan Bukalapak ..	117
4.3.3 Pembahasan Hasil Proporsi Sentimen pada Setiap Dimensi <i>E-ServQual</i>	118
4.3.4 Pembahasan Hasil dari Analisis <i>Topic Modeling</i>	119
4.3.5 Pembahasan Analisis Manajerial	122
BAB V Kesimpulan dan Saran	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	127
5.2.1 Saran Teoritis	127
5.2.2 Saran Praktis	128
DAFTAR PUSTAKA	130