

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Asumsi dan Batasan	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
2.1 Pengukuran Dampak Atribut pada Penelitian Analisis Ulasan	9
2.2 Analisis Ulasan untuk Mengidentifikasi Kepentingan Atribut	11
2.3 Analisis Ulasan untuk Menentukan Kategori pada Kano.....	13
2.4 Penelitian pada Atribut <i>Mobile Banking</i>	14
2.5. Posisi Penelitian.....	15

BAB III	19
3.1 <i>Mobile Banking</i>	19
3.2 Ulasan Konsumen Daring.....	19
3.3 Kepuasan Pelanggan dan Atribut Produk.....	20
3.4 LDA.....	21
3.4.1 Teori terkait LDA	21
3.4.2 Evaluasi <i>Topic Model</i>	23
3.4.3 Pelabelan Topik	25
3.5 Analisis Sentimen.....	26
3.5.1 BERT	27
3.5.2 <i>IndoBERT Sentiment Classification</i>	28
3.6 Algoritma Peluang.....	29
3.7 Analisis Pengaruh dengan ENNM.....	33
3.8 Model Kano	40
3.8.1 <i>Effect-based</i> Kano Model (EKM).....	41
3.9 Integrasi Algoritma Peluang dan Model Kano	43
3.10 Gambaran Besar Framework Algoritma Peluang-Kano yang Diajukan ...	48
BAB IV	50
4.1 Objek Penelitian	50
4.2 Alat dan Bahan Penelitian	51
4.3 Tahapan Penelitian	51
BAB V.....	63
HASIL DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Pengumpulan Data.....	63
5.2 <i>Pre-Processing</i> Data.....	63
5.3 Identifikasi Atribut Penting	66
5.3.1 Eksperimen	66
5.3.2 <i>Topic Modeling</i>	70
5.3.3 Evaluasi <i>Topic Modeling</i>	71
5.3.4 Pemberian Label pada Topik	74

5.4 Analisis Sentimen.....	79
5.5 Analisis Pengaruh.....	81
5.5.1 Persiapan Data <i>Input</i>	81
5.5.2 Proses ENNM	83
5.6 Analisis Efek Tingkat Pemenuhan Atribut terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Model Kano	87
5.6.1. Penentuan Kategori Kano Sesuai Data yang Tersedia.....	87
5.6.2. Penentuan Kategori Kano Menggunakan Data <i>Dummy</i>	88
5.7 Analisis Tingkat Kepentingan Atribut secara <i>Appearance</i>	91
5.8 Analisis Tingkat Kepentingan Atribut secara Signifikansi	92
5.9 Analisis Tingkat Kepuasan Atribut	93
5.10 Analisis Peluang Pengembangan Atribut dengan Algoritma Peluang	93
5.10.1 Perbandingan Tingkat Kepentingan <i>Appearance</i> Dan Signifikansi ...	93
5.10.2 Algoritma Peluang dengan tingkat kepentingan <i>appearance</i>	95
5.10.3 Algoritma Peluang dengan tingkat kepentingan signifikansi	97
5.10.4 Algoritma Peluang dengan tingkat kepentingan gabungan	98
5.10.5 Perbandingan Algoritma Peluang	100
5.11 Integrasi Algoritma Peluang-Kano.....	101
5.11.1 Integrasi Algoritma Peluang-Kano Versi Data Lengkap	101
5.11.2 Integrasi Algoritma Peluang-Kano Versi Data <i>Dummy</i>	105
5.12 Perbandingan Atribut Penelitian Terdahulu	107
BAB VI	110
6.1 Kesimpulan	110
6.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	122