

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Motivasi Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Kontribusi Penelitian.....	9
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.9 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II. LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Ulasan Pelanggan.....	12
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.3 Pengalaman Pelanggan.....	14
2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
2.1.4.1 Pengakuan Kebutuhan.....	18
2.1.4.2 Pencarian Informasi.....	18
2.1.4.3 Evaluasi Alternatif.....	18
2.1.4.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.5 Perilaku Pasca Pembelian.....	19
2.1.5 Faktor Psikologis Pembelian.....	19
2.1.5.1 Motivasi.....	19
2.1.5.2 Persepsi.....	20

2.1.5.3 Pembelajaran.....	20
2.1.5.4 Keyakinan dan Sikap.....	21
2.1.6 Sentimen.....	21
2.1.7 <i>Big Data</i>	23
2.1.8 Mobil Listrik Berbasis Baterai.....	24
2.1.9 Mobil Listrik di Indonesia.....	25
2.2 Tinjauan Pustaka.....	27
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	34
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	34
3.3.2 Unit Sampel.....	38
3.3.3 Ukuran Sampel.....	38
3.4 Instrumen Penelitian.....	39
3.4.1 Google Colab.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 <i>Data Crawling</i>	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Prapemrosesan Data.....	42
3.6.1.1 Pembersihan Data.....	43
3.6.1.2 <i>Case Folding</i>	43
3.6.1.3 Normalisasi.....	44
3.6.1.4 <i>Filtering</i>	44
3.6.1.5 Tokenisasi.....	44
3.6.2 <i>Testing dan Scoring</i>	45
3.6.2.1 <i>Confusion Matrix</i>	46
3.6.3 Analisis Sentimen.....	48
3.6.4 <i>Aspect-based Sentiment Analysis</i>	49
3.6.5 Pemrosesan Bahasa Alami.....	50
3.6.5.1 Google Bert.....	50
3.6.6 <i>Word Cloud</i>	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Data.....	53
4.1.2 <i>Testing dan Scoring</i>	54

4.1.3 Analisis Sentimen.....	56
4.1.4 Analisis <i>Word Cloud</i>	58
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Hasil Analisis Sentimen.....	60
4.2.2 Hasil Analisis <i>Word Cloud</i>	67
4.2.2.1 <i>Word Cloud</i> Sentimen Netral.....	67
4.2.2.2 <i>Word Cloud</i> Sentimen Positif.....	68
4.2.2.3 <i>Word Cloud</i> Sentimen Negatif.....	70
BAB V. SIMPULAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi Manajerial.....	73
5.3 Keterbatasan.....	75
5.4 Saran.....	76
REFERENSI.....	77