

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Scarlett	1
1.1.2 Shopee	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian:	9
1.5 Tujuan Penelitian:	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Aspek Teoritis.....	10
1.6.2 Aspek Praktis	10
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Teori – Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran	12
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 Review Konsumen.....	13
2.1.4 Atribut Produk.....	14
2.1.5 <i>Text Mining</i>	16
2.1.6 <i>Sentiment Analysis</i>	16
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.1.1. Berdasarkan Metode.....	25
3.1.2. Berdasarkan Tujuan.....	25
3.1.3. Berdasarkan Unit.....	25

3.1.4.	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	26
3.1.5.	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	26
3.2.	Tahapan Penelitian	27
3.3.	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1.	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel dan Teknik Sampling	29
3.4.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	31
3.5.	Teknik Analisis.....	31
3.5.1.	Data Collecting.....	31
3.5.2.	Preprocessing Data	32
3.5.3.	Sentiment Analysis.....	34
3.5.4.	Word Cloud	35
3.5.5	<i>Klasifikasi</i>	36
3.5.6	Validasi.....	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1	Karakteristik Data	37
4.2	Sentimen Positif dan Negatif Produk <i>Scarlett Acne serum</i>	38
4.3	Analisis Peringkat Kata Kunci Sentimen Positif dan Negatif Produk <i>Scarlett Acne serum</i>	41
4.4	Asosiasi Kata Positif dan Negatif.....	42
4.4.1.	Asosiasi Kata Kunci Sentimen Positif.....	42
4.4.1.	Asosiasi Kata Kunci Sentimen Negatif.....	44
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1	Kesimpulan.....	43
5.2	Saran	43
5.2.1	Aspek Teoritis.....	43
5.2.2	Aspek Praktis	44
DAFTAR PUSTAKA.....		45
4.2.3	Analisis Peringkat Kata Kunci Sentimen Positif dan Negatif Produk <i>Scarlett Acne serum</i>	53
4.4	Asosiasi Kata Positif dan Negatif.....	54
4.4.1.	Asosiasi Kata Kunci Sentimen Positif	54
4.4.2.	Asosiasi Kata Kunci Sentimen Negatif.....	55
5.2	Saran	56
5.2.1	Aspek Teoritis.....	56
5.2.2	Aspek Praktis	57