DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah , A., Rizkika, W., Nugroho, D. D., Renaldi, F., & Saadah, S. (2018). Dynamic Large Scale Data on Twitter using Sentiment Analysis and Topic Modeling. *International Conference on Information and Communication Technology* (pp. 254-258). IEEE.

Alfi, A. N. (2019, Maret 20). Retrieved from https://market.bisnis.com/read/20190320/192/902278/kinerja-2018-penjualan-mandom-indonesia-tcid-turun-tipis

Alghamdi, R., & Alfalqi, K. (2015). A Survey of Topic Modeling in Text Mining. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 6*(1), 147-153.

Amalia, L. (2017, Agustus). *News*. Retrieved from Sigmaresearch: http://sigmaresearch.co.id/tag/data-penjualan-kosmetik-di-indonesia/

(2018). *Annual Report* . Jakarta : PT Mandom Indonesia Tbk.

Auliya, Z. F., Umam, M. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *EBBANK, 8*(1), 89-98.

Calheiros, A. C., Moro, S., & Rita, P. (2017). Sentiment Classification of Consumer-Generated. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 26*(7), 675-693.

Den, J. (2014). Big data, data mining, and machine learning : value creation. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Djaman, L. S. (2015). *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 - 2035.* Jakarta: PUSAT KOMUNIKASI PUBLIK.

Djaman, L. S. (2015, Juni). Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035. p. 25.

Fajria, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmu Manajemen, 6*(1), 1-8.

Fitriasih, M., & Kusumaningrum, R. (2019). Analisis Klasifikasi Opini Tweet pada Media Sosial Twitter menggunakan Latent Dirichlet Allocation (LDA). *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi* (pp. 177-186). Yogyakarta: SENTIKA.

Grunet. (2011). Use of consumer insight in the new product development process in the meat sector. *Meat Science, 89*(3), 251-258.

Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara, 3*(1), 81-86.

Hudaya, C. S., Hanif, F., & Alamsyah, A. (2019). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Brand Gojek pada Media Sosial Twitter menggunakan metode Sentiment Analysis dan Topic Modelling. *Jurnal Mitra Manajemen, 3*(6), 664-673.

Indah, & Puspita. (2018, Juli). Retrieved from Duniaindustri: http://duniaindustri.com/jumlah-pemain-bertambah-industri-kosmetik-tumbuh-736/

Indika, D., & Dewi, W. U. (2018). ANALISIS REBRANDING UNTUK MEMBENTUK FAVORABLE BRAND IMAGE PADA RADIO PLAY 99ers. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika, 15*(2), 121-135.

Indraloka, D. S., & Santosa, B. (2017). Penerapan Text Mining untuk Melakukan. *Jurnal Sains dan Seni, 6*(2), A51-A56.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Jacobi, C., Atteveldt, W. V., & Welbers, K. (2015). Quantitative Analysis of Large Amounts of Journalistic Texts using Topic Modelling. *Digital Journalism*, 1-20.

Jipa, G. (2018). Mobile Applications Buying Opinions Exploration using Topic Modeling. *Expert Journal of Economics, 6*(2), 44-45.

Junaidi. (2015). Memahami Skala-Skala Pengukuran . *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi*, 1-5.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management: Global edition.* Harlow: Pearson.

Kursrupiah. (2018, Mei 10). Retrieved from https://www.ucnews.id/news/Belum-Miliki-Concealer-Cair-Pixy-Lakukan-Rebranding-Demi-Tingkatkan-Image/46790808226059.html

Kusumasari, D., & Rafizan, O. (2017). Studi Implementasi Sistem Big Data untuk Mendukung Kebijakan Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi, 8*(2), 81-96.

Mauko, I. C., Setiohardjo, N. M., & Noach, F. P. (2017). Pengembangan Website Unit Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan Penerapan Jurnal Elektronik berbasis Open Source di Politeknik Negeri Kupang. *Jurnal Ilmiah FLASH, 3*(2), 100-108.

O'Callaghan, D., Greene, D., Carthy, J., & Cunningham, P. (2015). An analysis of the Coherence of Descriptors in Topic Modeling. *Expert Systems with Applications, 42,* 5645–5657.

O'Hern, M. S., & Kahle, L. R. (2013). The Empowered Customer: User-Generated Content and the Future of. *Global Economics and Management Review, 18,* 21-29.

Onny, I. Y., & Kusumawati, A. (2019). Pengaruh User Generated Content (UGC) dan Brand Equity pada Green Purchase. *Jurnal Administrasi Bisnis, 73*(1), 187-195.

Priyanto, & Ma'arif. (2018). Implementasi Web Scraping dan Text Mining untuk Akuisisi dan Kategorisasi Informasi Laman Web Tentang Hidroponik. *Indonesian Journal of Information Systems, 1*(1), 25-33.

Pujianto, A., Mulyati, A., & Novaria, R. (2018). Pemanfaatan Big Data dan Perlindungan Privasi Konsumen di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah BIJAK, 15*(2), 127 - 137.

Putra, I. K., & Kusumawardani, R. P. (2017). Analisis Topik Informasi Publik Media Sosial di Surabaya Menggunakan Pemodelan Latent Dirichlet Allocation (LDA). *Jurnal Teknik, 6*(2), A311-A316.

Ratniasih, N. L., Sudarma, M., & Gunantara, N. (2017). Penerapan Text Mining dalam Spam Filtering untuk. *Teknologi Elektro, 16*(3), 13-18.

Reisenbichler, M., & Reutterer, R. (2018). Topic modeling in marketing: recent advances and research. *Journal of Business Economics*.

Rini, E. S. (2013). Peran Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ekonom, 16*(1), 30-38.

Riyadi, A. S., Retnandi, E., & Deddy, A. (2012). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Subsistem Guru di Sekolah Pesantren Persatuan Islam 99 Rancabango. *Jurnal Algoritma, 9*(40), 1-11.

Roesfitawati. (2017). *Export News Indonesia.* Jakarta: DIRECTORATE GENERAL OF NATIONAL EXPORT DEVELOPMENT MINISTRY OF TRADE OF THE REPUBLIC OF INDONESIA.

Rosi, F., Fauzi, M. A., & Perdana, R. S. (2018). Prediksi Rating Pada Review Produk Kecantikan Menggunakan Metode Naïve Bayes dan Categorical

Proportional Difference (CPD). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 2*(5), 1991-1997.

Rustiana , D., & Rahayu, N. (2017). Analisis Sentimen Pasar Otomotif Mobil: Tweet Twitter menggunakan Naive Bayes. *Jurnal SIMETRIS, 8*(1), 113-120.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Surya , A., & Setiyaningrum, A. (2009). Analisis Persepsi Konsumen pada Aplikasi Bauran Pemasaran serta Hubungannya terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Business Strategy and Execution*, 13-39.

Tong, Z., & Zhang , H. (2016). A Text Mining Research Based on LDA Topic Modelling. *Computer Science & Information Technology*, 201-210.

Urbina, S. (2004). *Essential of Psychological Testing.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Wahyudi, T., Indrajit, R. E., & Fauzi, M. (2017). Pemanfaatan Status Kredit Nasabah untuk Mengevaluasi Pembiayaan KPR pada Bank Muamalat Indonesia menggunakan Data Mining. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi* (pp. 1-6). Jakarta: Seminar Nasional Sains dan Teknologi.

Wijaya, W. S., & Mustamu, R. (2013). Analisis Pengembangan Produk pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya. *AGORA, 1*(1).

Yanto, R., & Kesuma, H. D. (2017). Pemanfaatan Data Mining Untuk Penempatan Buku di Perpustakaan Menggunakan Metode Association Rule. *Jatisi, 4*(1), 1-10.

Yulian, E. (2018). Text Mining dengan K-Means Clustering pada Tema LGBT dalam Arsip Tweet Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Matematika "MANTIK", 04*(1), 53-58.

Zubaedah, L. M. (2018). CORPORATE REBRANDING TOKOBAGUS.COM MENJADI OLX.CO.ID. *JITMI*, *1*(1), 97-107.