

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 LinkedIn	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Pertanyaan Penelitian	10
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Aspek Teoritis	10
1.6.2. Aspek Praktis	11
1.7. Ruang Lingkup Penelitian	11
1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II	13
2.1. Teori – Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1. Kredit.....	13
2.1.2. <i>Credit Scoring</i>	14
2.1.3. Media Sosial.....	18
2.1.4. <i>Big Data</i>	18
2.1.5. <i>Data Mining</i>	20
2.1.6. Demografi	21
2.1.7. Jejaring Sosial (<i>Social Network</i>)	22
2.1.8. <i>Prediction Analysis</i>	24

2.1.9. Klasifikasi.....	25
2.1.9.1. <i>Decision Tree</i>	26
2.1.9.2 <i>Random Forest</i>	26
2.1.10. Penelitian Terdahulu	27
2.2 Kerangka Pemikiran	32
BAB III	34
3.1. Jenis Penelitian	34
3.2. Operasionalisasi Variabel	35
3.3. Tahapan Penelitian.....	37
3.4. Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	39
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.6. Teknik Analisis Data	40
BAB IV	51
4.1. Pengambilan Data dan <i>Preprocessing</i>	51
4.2. Pembentukan Model Kelayakan Kredit.....	53
4.3. Identifikasi Hasil Model Prediksi	55
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	58
BAB V	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
5.2.1. Aspek Teoritis untuk Penelitian Selanjutnya	62
5.2.2. Aspek Praktis untuk Perusahaan	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	70