DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**

HALAMAN PERNYATAAN ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

ABSTRAK ..... **vi**

ABSTRACT ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1

1.1.1 Perilaku Keluhan Pelanggan Pada Media Sosial 1

1.2 Latar Belakang Penelitian 4

1.3 Perumusan Masalah 8

1.4 Tujuan Penelitian 10

1.5 Manfaat Penelitian 11

1.5.1 Aspek Teoritis 11

1.5.2 Aspek Praktisi 11

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **13**

2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu 13

2.1.1 Pemasaran 13

2.1.2 Perilaku Pelanggan 13

2.1.3 Perilaku Keluhan Pelanggan 14

2.1.4 *Social Customer Relationship Management* (SCRM)..... 14
2.1.5 *User Generated Content* (UGC)..... 15
2.1.6 *Data Mining*..... 15
2.1.7 *Text Mining*..... 16
2.1.8 *Classification*..... 17
2.1.9 Model Berbasis *Ontology*..... 18
2.1.10 Kepribadian..... 25
2.1.11 *Big Five Personality* 25
2.2 Penelitian Terdahulu 28
2.3 Kerangka Pemikiran 32
BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Jenis Penelitian 34
3.2 Karakteristik Data dan Sumber Data 35
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian..... 35
3.4 Situasi Sosial..... 37
3.5 Teknik Analisis Data 39
3.5.1 *Preprocessing*..... 39
3.5.2 *Personality Recognition*..... 40
3.5.3 *Complaint Recognition*..... 44
3.5.4 *Complaint* dan *Personality Mapping* 45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 46
4.1 Karakteristik Data Deskriptif..... 46
4.2 Hasil Penelitian..... 52
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... 59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 64

5.1 Kesimpulan 64
5.2 Saran 64
5.2.1 Aspek Teoritis Penelitian Selanjutnya 64
5.2.2 Aspek Praktis 65
DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN 72