

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Negara dengan Populasi Digital di Dunia Pada Januari 2022.....	3
Gambar 1.2. Gambaran Umum Pengguna Media Sosial di Indonesia	4
Gambar 1.3. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia	5
Gambar 1.4. Komentar Negatif Tiktok Shop pada Twitter	8
Gambar 2.1. Model perilaku konsumen menurut (Mothersbaugh et al., 2019).....	15
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian	38
Gambar 3.2. Teknik Analisis Data	40
Gambar 3.3. Hasil Crawling Data Kata Kunci “Tiktok Shop”	41
Gambar 4.1 Tahapan Preprocessing	47
Gambar 4.2 Perbandingan Data Sebelum dan Sesudah Preprocessing.....	48
Gambar 4.3 Classification Report.....	49
Gambar 4.4 Confussion Matrix.....	50
Gambar 4.5 Proposi Analisis Sentimen	51
Gambar 4.6 Klaster Pada Topik Sentimen Negatif	52
Gambar 4.7 Klaster Pada Topik Sentimen Negatif	54
Gambar 4.8 Klaster Pada Topik Sentimen Netral	56