

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>3</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>5</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	2
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Aspek Teoritis .....	9
1.5.2. Aspek Praktis .....	9
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB 2</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	14
2.1.4 Text Mining.....	14
2.1.5 Pemodelan Topik pada Komentar Pengguna Online Untuk Kepuasan Pelanggan .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Karakteristik Penelitian.....	26
3.2 Tahapan Penelitian .....	27
3.3 Populasi dan Sampel .....	30
3.4 Sumber Data dan Pengumpulan Data .....	30
3.4.1 Data Preparation.....	32

3.4.2 Latent Dirichlet Allocation (LDA) .....	32
3.4.3 Latent Semantic Analysis (LSA) .....	33
<b>Bab IV .....</b>	<b>34</b>
4.1 Karakteristik Data .....	34
4.2 Data Preparation.....	35
4.3 Hasil Pemodelan Topik.....	36
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	40
<b>Bab V .....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan .....	40
5.2 Saran.....	41
5.2.1 Aspek Teoritis Untuk Penelitian Selanjutnya .....	41
5.2.2 Aspek Teoritis Untuk Perusahaan .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>