

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
DAFTAR ISTILAH	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Secara Akademis	16
1.5.2 Manfaat Secara Praktis	16
1.6 Batasan Masalah.....	17
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 <i>Marketing Mix 7P</i>	20
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	21
2.1.4 Analisis Kompetitor.....	22
2.1.5 <i>Data Mining</i>	23
2.1.6 <i>Clustering</i>	24
2.1.7 <i>Business Intelligence (BI)</i>	27
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	29

2.1.9	Posisi Penelitian	34
2.2	Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Operasionalisasi Variabel	39
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.3.1	Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian.....	41
3.3.2	Studi Literatur	42
3.3.3	Pengumpulan Data	42
3.3.4	<i>Data Preprocessing</i>	42
3.3.5	Penerapan <i>K-Means</i>	43
3.3.6	<i>Data Interpretation/Evaluation</i>	43
3.3.7	Pembuatan Dashboard	43
3.3.8	Analisis Pemasaran	44
3.3.9	Penarikan Kesimpulan	44
3.4	Populasi	44
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	44
3.6	Uji Validitas <i>Clustering</i>	45
3.7	Teknik Analisis Data	45
3.7.1	<i>Data Preprocessing</i>	46
3.7.2	Analisis <i>Clustering K-Means</i>	47
3.7.3	Dashboard Dengan Google Looker untuk <i>Business Intelligence</i>	49
3.7.4	Analisis Strategi Pemasaran.....	49
3.8	Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Karakteristik Data.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Hasil <i>Data Preprocessing</i>	57
4.2.2	Hasil <i>Clustering K-Means</i>	67
4.2.3	Hasil <i>Business Intelligence</i> Menggunakan Dashboard untuk Visualisasi Data	89
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	91

4.3.1	Analisis Hasil <i>Cluster</i> Dari Para Kompetitor Telkom University Surabaya Berdasarkan <i>7P Marketing Mix</i>	91
4.3.2	Identifikasi Kompetitor Utama Dari Telkom University Surabaya Berdasarkan <i>7P</i> Pada <i>Marketing Mix</i>	120
4.3.3	Penerapan Analisis <i>Clustering</i> Menggunakan <i>Business Intelligence</i> Melalui Dashboard Pada Kompetitor Telkom University Surabaya	124
4.3.4	Strategi Pemasaran Berdasarkan Hasil Analisa <i>Clustering</i> dan <i>Business Intelligence</i>	130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141
5.1	Kesimpulan.....	141
5.2	Saran.....	142
5.2.1	Aspek Teoritis.....	142
5.2.1	Aspek Praktis	142
DAFTAR PUSTAKA		143
LAMPIRAN.....		151