

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
HALAMAN PERNYATAAN.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Aspek Praktis.....	10
1.5.2 Aspek Manajemen Pemasaran.....	10
1.5.3 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 Pemasaran Traditional	13
2.1.4 Pemasaran Digital.....	14

2.1.5 <i>E-Commerce</i>	14
2.1.6 Big Data.....	15
2.1.7 Analisis Sentiment	16
2.1.8 <i>Metode Support Vector Mechine (SVM)</i>	16
2.1.9 Penelitian terdahulu.....	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Operational Variabel.....	33
3.3 Tahapan Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan sampel.....	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Tehnik dan Besar Sampel	36
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Pengumpulan Data.....	38
3.6.2 <i>Pre-Processing Data</i>	38
3.7 Sentiment analysis.....	41
3.8 Evaluasi dan Analysis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Karakteristik data.....	44
4.2 Sentiment Analysis	44
4.2.1 Preprocessing Data.....	44
4.2.2 Klasifikasi Data	50
4.2.3 Analisis Data	52

4.2.4 Evaluasi Performansi.....	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V Kesimpulan dan Saran	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
5.2.1 Aspek Teoritis	72
5.2.2 Aspek Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74