

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	1
<i>ABSTRACT</i>	2
BAB 1 PENDAHULUAN	3
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Manajemen.....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Perilaku Konsumen	17
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	18
2.1.5 Big Data	18
2.1.6 <i>Natural Language Processing (NLP)</i>	20
2.1.7 <i>Text Mining</i>	20
2.1.8 Analisis Sentimen	21
2.1.9 <i>Support Vector Machine (SVM)</i>	21

2.1.10	<i>Stochastic Gradient Descent (SGD)</i>	22
2.1.11	Penelitian Terdahulu.....	22
2.2	Kerangka Pemikiran.....	27
2.2.1	Pengambilan Data	27
2.2.2	<i>Preprocessing</i>	28
2.2.4	Klasifikasi Aspek	29
BAB 3 METODE PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Operasionalisasi Variabel	33
3.2.1	Skala Pengukuran.....	35
3.3	Tahapan Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel/Situasi Sosial	36
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	37
3.6	Teknik Analisis Data	37
3.6.1	Pengumpulan Data	37
3.6.2	<i>Preprocessing</i>	39
3.6.3	Analisis Sentimen	44
3.6.3.1	Klasifikasi Sentimen	45
3.6.3.2	Hasil Evaluasi.....	45
3.6.4	Klasifikasi Aspek	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN ANALISA HASIL PEMBAHASAN		48
4.1	Karakteristik Data	48
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Analisis Sentimen Secara Keseluruhan.....	48
4.2.1.1	<i>Preprocessing</i>	48
4.2.1.2	Analisis Sentimen	49
4.2.2	Analisis Sentimen Positif Per Aspek.....	50
4.2.3	Analisis Sentimen Negatif Per Aspek	53
4.2.4	Aspek yang Perlu Ditingkatkan untuk Kualitas Film	55
4.3	Analisa Hasil Pembahasan	56

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Praktis	63
5.2.2 Saran Teoritis.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	71