

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah <i>Return, Repair, dan Refund</i> Tahun 2014-2017	4
2.2 Penelitian Terdahulu	30
3.1 Karakteristik Penelitian	47
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	49
3.3 Contoh Tahap Analisis Teks.....	61
3.4 <i>Recency</i> Penelitian	62
3.5 <i>Frequency</i> Penelitian.....	63
3.6 <i>Monetary Value</i> Penelitian	64
3.7 Tahap <i>Tokenization</i>	65
3.8 Tahap <i>Stopword Removal</i>	66
3.9 Tahap <i>Stemming</i>	66
3.10 Kriteria Nilai Signifikansi Uji Serentak	69
4.1 Analisis Faktor Berdasarkan Penyebab Keluhan (<i>Causes</i>)	72
4.2 Analisis Faktor Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	73
4.3 Analisis Faktor Berdasarkan Cara Pembelian	74
4.4 Analisis Faktor Berdasarkan <i>Type of Action</i>	74
4.5 Analisis Faktor Berdasarkan <i>Recency</i>	75
4.6 Analisis Faktor Berdasarkan <i>Frequency</i>	76
4.7 Analisis Faktor Berdasarkan <i>Monetary Value</i>	76
4.8 Sentimen Netral dengan Basis Negatif pada Penyebab Keluhan (<i>Causes</i>) (Logit 1)	79
4.9 Sentimen Positif dengan Basis Negatif pada Penyebab Keluhan (<i>Causes</i>) (Logit 2)	82
4.10 Pengaruh Variabel Penyebab Keluhan (<i>Causes</i>) Secara Keseluruhan	86
4.11 Akurasi Prediksi pada Variabel <i>Causes</i>	87
4.12 Sentimen Netral dengan Basis Sentimen Negatif pada Produk yang Dibeli (Logit 1)	87
4.13 Sentimen Positif dengan Basis Sentimen Negatif pada Produk yang	

Dibeli (Logit 2).....	90
4.14 Pengaruh Variabel Produk yang Dibeli Secara Keseluruhan	93
4.15 Sentimen Netral dengan Basis Sentimen Negatif Cara Pembelian (Logit 1).....	94
4.16 Sentimen Positif dengan Basis Sentimen Negatif Cara Pembelian (Logit 2).....	95
4.17 Pengaruh Variabel Cara Pembelian secara Keseluruhan	95
4.18 Sentimen Netral dengan Basis Sentimen Negatif pada <i>Type of Acrion</i> (Logit 1).....	96
4.19 Sentimen Positif dengan Basis Sentimen Negatif pada <i>Type of Acrion</i> (Logit 2).....	98
4.20 Pengaruh Variabel <i>Type of Action</i> Secara Keseluruhan.....	99
4.21 Akurasi Prediksi pada Variabel <i>Type of Action</i>	100
4.22 Sentimen Netral dengan Basis Sentimen Negatif Pada <i>Recency</i> (Logit 1).....	101
4.23 Sentimen Positif dengan Basis Sentimen Negatif Pada <i>Recency</i> (Logit 2).....	102
4.24 Pengaruh Variabel <i>Recency</i> Secara Keseluruhan	103
4.25 Akurasi Prediksi Variabel <i>Recency</i>	104
4.26 Sentimen Netral dengan Basis Sentimen Negatif Pada <i>Frequency</i> (Logit 1)	105
4.27 Sentimen Positif dengan Basis Sentimen Negatif Pada <i>Frequency</i> (Logit 2)	106
4.28 Pengaruh Variabel <i>Frequency</i> Secara Keselurhan.....	108
4.29 Akurasi Prediksi pada Variabel <i>Frequency</i>	109
4.30 Sentimen Positif dengan Basis Sentimen Negatif Pada <i>Monetary</i> <i>Value</i> (Logit 1).....	109
4.31 Sentimen Netral dengan Basis Sentimen Negatif Pada <i>Monetary</i> <i>Value</i> (Logit 2).....	111
4.32 Pengaruh Variabel <i>Moentary Value</i> Secara Keseluruhan	112
4.33 Uji Simultan Seluruh Variabel Prediktor Secara Bersamaan	113

4.34 Uji Simultan Seluruh Variabel Prediktor	114
4.35 Akurasi Prediksi Seluruh pada Seluruh Variabel.....	114
4.36 Uji Kelayakan Model Seluruh Variabel	115