

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Tokopedia.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Aspek Teoritis	9
1.6.2. Aspek Praktisi	10
1.7. Ruang Lingkup Penelitian	10
1.7.1. Lokasi dan Objek	10
1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.1.1. Pemasaran	13

2.1.2.	<i>Brand Ambassador</i>	13
2.1.3.	<i>Brand Personality</i>	15
2.1.4.	Kepribadian	16
2.1.5.	<i>Big Five Personality</i>	17
2.1.6.	<i>Dimensi Big Five Personality</i>	17
2.1.7.	Hubungan Kepribadian <i>Brand Ambassador</i> dengan Kepribadian Merek	20
2.1.8.	<i>User Generated Content</i>	20
2.1.9.	<i>Data Mining</i>	22
2.1.10.	<i>Text Mining</i>	22
2.1.11.	<i>Text Classification</i>	23
2.1.12.	<i>Ontology</i>	24
2.1.13.	Klasifikasi Teks Berbasis Ontologi.....	25
2.2.	Penelitian Terdahulu	26
2.3.	Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1.	Karakteristik Penelitian	33
3.1.1.	Berdasarkan Metode.....	33
3.1.2.	Berdasarkan Tujuan	33
3.1.3.	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti.....	34
3.1.4.	Berdasarkan Unit Analisis.....	34
3.1.5.	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	34
3.2.	Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	35
3.3.	Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1.	Populasi	36

3.3.2. Sampel.....	37
3.4. Pengumpulan Data dan Sumber Data	37
3.5. Pre-processing/ Data Filtering	39
3.6. Teknik Klasifikasi Teks berdasarkan Teori Big Five Personality Traits.....	40
3.7. Teknik Konstruksi Model Ontologi.....	42
3.7.1. Pengukuran Kepribadian Menggunakan Model Ontologi	44
3.7.2. Penerapan Model Ontologi Menggunakan Platform Pengukuran Kepribadian	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Hasil Klasifikasi Teks.....	49
4.2. Hasil Konstruksi Model Ontologi.....	51
4.3. Hasil Pengukuran Kepribadian	53
4.4. Analisis Hasil Pengukuran Kepribadian Brand Ambassador.	56
BAB V KESIMPULAN & SARAN	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran	59
5.2.1. Aspek Teoritis Untuk Penelitian Selanjutnya	59
5.2.2. Aspek Praktis Untuk Perusahaan	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	69
Lampiran 1. Surat Permohonan Professional Judgement	69
Lampiran 2. Lembar Professional Judgment	70