

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
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 <i>Sunscreen</i> Emina	1
1.1.2 <i>Sunscreen</i> Wardah	2
1.1.3 <i>Sunscreen</i> Biore.....	4
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Konsep inti Pemasaran.....	13
2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.2.1 Definisi Perilaku Konsumen	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.2.3 Perilaku Konsumen Di era Internet	16
2.3 Kepuasan Konsumen	17
2.4 Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen	24

2.5	Indikator Kepuasan Konsumen	27
2.5.1	<i>Word of Mouth</i>	27
2.6	<i>Text Mining</i>	29
2.6.1	Analisis Sentimen	30
2.6.2	<i>Topic Modeling</i>	31
2.6.3	<i>Association Rule</i>	33
2.7	Penelitian Terdahulu	31
2.8	Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Variabel Operasional	42
3.3	Tahapan Penelitian.....	43
3.4	Populasi dan Sampel	44
3.4.1	Populasi.....	44
3.4.2	Sampel.....	44
3.4	Pengumpulan Data dan Sumber Data	45
3.5	Teknik Penelitian	45
3.5.1	Pengumpulan Data.....	46
3.5.2	<i>Preprocessing Text</i>	46
3.5.3	<i>Topic Modeling</i>	47
3.5.4	Analisis Sentimen	48
3.5.5	Analisis Prediksi.....	49
3.5.6	Validasi dan Evaluasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Karakteristik Data.....	50
4.2	Hasil dan Pembahasan	51
4.2.1	Pre-processing.....	51
4.2.2	Topic Modelling.....	53
4.2.3	Analisis Sentimen	99
4.2.4	Analisis prediksi	111
4.2.5	Validasi dan Evaluasi.....	112

4.2.5.3 Produk Biore	114
4.2.5.4 Hasil Prediksi <i>rating</i>	116
4.3 Pembahasan Penelitian	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	120
5.2.1 Aspek Teoritis.....	120
5.2.2 Aspek Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122