

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
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 Praktis	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Teori Terkait Penelitian	13
2.1.1. Marketing Segmentation, Targeting and Positioning (STP).....	13
2.1.3. Marketing Mix	19

2.1.3. Personalized Marketing	23
2.1.4. <i>Big Data for Understanding Consumer Behaviour</i>	25
2.2. Penelitian sebelumnya	28
2.3. Kerangka Pemikiran	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Operasionalisasi Variabel	36
3.3 Tahapan Penelitian	37
3.3.1 <i>Business Understanding</i>	38
3.3.2. <i>Data Understanding</i>	38
3.3.3 <i>Data Preparation</i>	39
3.3.4 <i>Modelling</i>	39
3.3.5 <i>Evaluation & Deployment</i>	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.5 Pengumpulan dan Sumber Data	41
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Model Predictive Analysis	42
3.7 Pemilihan Model	42
3.6.1 Logistic Regression	43
3.6.2 Naive Bayes	43
3.6.3 Decision Tree	43
3.6.4 Random Forest	43
3.6.5 XGBoost	44
3.6.5 LGBM.....	44
3.6.5 Catboost	44

BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Karakteristik Responden.....	45
4.1.1 Deskripsi Data Set.....	45
4.1.2 Data <i>Preparation</i>	46
4.1.3 Sampling Dataset	47
4.1.4 Clustering.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.3.1 Pembahasan Variabel Terpenting pada Pelanggan Netflix	60
4.3.2 Pembahasan Jumlah Pelanggan Potensial Netflix	62
4.3.3 Pembahasan Variabel Terpenting pada Pelanggan Potensial Netflix ..	62
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.1.1 Kesimpulan Variabel Terpenting pada Pelanggan Netflix	67
5.1.2 Kesimpulan Jumlah Pelanggan Potensial Neflix	67
5.1.3 Kesimpulan Variabel Terpenting pada Pelanggan Potensial Neflix ...	68
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran bagi Organisasi	68
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71