

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	15
1.4    Tujuan Penelitian.....	16
1.5    Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1    Manfaat Secara Akademis .....	16
1.5.2    Manfaat Secara Praktis .....	16
1.6    Batasan Masalah.....	17
1.7    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
2.1    Teori dan Penelitian Terdahulu .....	19
2.1.1    Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.2 <i>Marketing Mix 7P</i> .....	20
2.1.3    Strategi Pemasaran.....	21
2.1.4    Analisis Kompetitor.....	22
2.1.5 <i>Data Mining</i> .....	23
2.1.6 <i>Clustering</i> .....	24
2.1.7 <i>Business Intelligence (BI)</i> .....	27
2.1.8    Penelitian Terdahulu.....	29

2.1.9	Posisi Penelitian .....	34
2.2	Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>37</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	37
3.2	Operasionalisasi Variabel .....	39
3.3	Tahapan Penelitian .....	41
3.3.1	Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian.....	41
3.3.2	Studi Literatur .....	42
3.3.3	Pengumpulan Data .....	42
3.3.4	<i>Data Preprocessing</i> .....	42
3.3.5	Penerapan <i>K-Means</i> .....	43
3.3.6	<i>Data Interpretation/Evaluation</i> .....	43
3.3.7	Pembuatan Dashboard .....	43
3.3.8	Analisis Pemasaran .....	44
3.3.9	Penarikan Kesimpulan .....	44
3.4	Populasi .....	44
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	44
3.6	Uji Validitas <i>Clustering</i> .....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	45
3.7.1	<i>Data Preprocessing</i> .....	46
3.7.2	Analisis <i>Clustering K-Means</i> .....	47
3.7.3	Dashboard Dengan Google Looker untuk <i>Business Intelligence</i> ....	49
3.7.4	Analisis Strategi Pemasaran.....	49
3.8	Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>51</b>
4.1	Karakteristik Data.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Hasil <i>Data Preprocessing</i> .....	57
4.2.2	Hasil <i>Clustering K-Means</i> .....	67
4.2.3	Hasil <i>Business Intelligence</i> Menggunakan Dashboard untuk Visualisasi Data .....	89
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	91

4.3.1	Analisis Hasil <i>Cluster</i> Dari Para Kompetitor Telkom University Surabaya Berdasarkan <i>7P Marketing Mix</i> .....	91
4.3.2	Identifikasi Kompetitor Utama Dari Telkom University Surabaya Berdasarkan <i>7P</i> Pada <i>Marketing Mix</i> .....	120
4.3.3	Penerapan Analisis <i>Clustering</i> Menggunakan <i>Business Intelligence</i> Melalui Dashboard Pada Kompetitor Telkom University Surabaya .....	124
4.3.4	Strategi Pemasaran Berdasarkan Hasil Analisa <i>Clustering</i> dan <i>Business Intelligence</i> .....	130
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>141</b>
5.1	Kesimpulan.....	141
5.2	Saran .....	142
5.2.1	Aspek Teoritis .....	142
5.2.1	Aspek Praktis .....	142
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>143</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>151</b>