

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ISTILAH	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Batasan dan Asumsi Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
II.1 Twitter	9
II.2 Starbucks Corporation	10
II.3 Yahoo Finance.....	11
II.4 <i>Machine Learning</i>	12
II.5 <i>Natural Language Processing</i>	13
II.6 <i>Web Crawling</i>	14
II.7 Analisis Sentimen.....	14
II.8 <i>Text Preprocessing</i>	15

II.9	<i>Term Frequency-Inverse Document Frequency</i>	18
II.10	SMOTE-TOMEK	19
II.11	Naïve Bayes	20
II.12	<i>Knowledge Discovery in Databases</i>	21
II.13	Metode Evaluasi	23
II.14	Agregasi Data Sentimen	27
II.15	Analisis Hubungan Variabel Kategorik.....	28
II.16	Perbandingan Metode	31
II.17	Perbandingan Algoritma	32
II.18	Penelitian Terdahulu	33
BAB III	METODE PENYELESAIAN MASALAH.....	37
III.1	Metode Penelitian	37
III.2	Sistematika Penyelesaian Masalah	38
III.3	Analisis Lanjutan	43
III.4	<i>Discovery Knowledge</i>	44
BAB IV	Penyelesaian Masalah	45
IV.1	<i>Selection & Addition Data</i>	45
IV.2	<i>Preprocessing</i>	47
IV.3	<i>Transformation</i>	56
IV.4	<i>Data Mining</i>	59
BAB V	VALIDASI, ANALISIS HASIL DAN DAMPAK TUGAS AKHIR	
	62	
V.1	<i>Evaluation</i>	62
V.2	Analisis Lanjutan	64
V.3	Analisis Hasil	78
V.4	Dampak/Implikasi Tugas Akhir	80

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	82
VI.1	Kesimpulan	82
VI.2	Saran	82
Daftar Pustaka		84