

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Prakiraan penjualan produk atau jasa berdasarkan data <i>review online</i>	8
2.2 Peramalan penjualan produk atau jasa	9
2.3 Pengklasifikasian menggunakan Analisis Sentimen	10
2.4 Penggabungan metode Peramalan dan Analisis Sentimen	11
2.5 Analisis Regresi Linear	19
BAB III LANDASAN TEORI	14
3.1 Peramalan (<i>Forecasting</i>)	14
3.1.1 Jenis dan Metode Peramalan (<i>Forecasting</i>)	15
3.2 Media Sosial	16

3.3	Analisis Sentimen	17
3.4	Textblob	19
3.5	Regresi Linear	19
3.6	<i>Cross Validation</i>	23
3.7	<i>Mean Absolute Percentage Error (MAPE)</i>	23
BAB IV METODE PENELITIAN		24
4.1	Objek Penelitian	24
4.2	Alat yang digunakan	24
4.3	Tahapan Penelitian	25
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		31
5.1	Pengambilan Data	31
5.2	<i>Data Preprocessing</i>	32
5.3	Analisis Sentimen	37
5.4	Evaluasi Hasil Sentimen	45
5.5	Regresi Linear Uji Klasik	47
5.6.	Regresi Linear Tanpa Lag	49
5.7.	Regresi Linear <i>Lag</i> 1	52
5.8.	Cross Validation Model	55
5.9.	Pemilihan Model Terbaik	57
5.10.	Evaluasi Model	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		64
6.1	Kesimpulan	64
6.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		72