

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
INTISARI	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Asumsi dan Batasan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
BAB III LANDASAN TEORI	12
3.1 <i>Customer Behavior in Electronic Commerce</i>	12
3.2 <i>Machine Learning</i>	12
3.3 Korelasi Kendall	18
3.4 Analisis Regresi	18
3.5 <i>Cross-Validation</i>	19

3.6	Hyperparameter Tuning	20
3.7	Performance Metrics	20
3.6.1	<i>Mean Squared Error</i>	21
3.6.2	<i>Root Mean Squared Error</i>	21
3.6.3	<i>Mean Absolute Error</i>	21
3.6.4	<i>Mean Absolute Percentage Error</i>	21
3.6.5	<i>Koefisiensi Determinasi (R²)</i>	22
BAB IV	METODE PENELITIAN	23
4.1	Obyek Penelitian	23
4.2	Alat dan Bahan Penelitian	23
4.3	Tahapan Penelitian	24
4.4	<i>Flowchart</i> Penelitian	26
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	27
5.1	Variabel dan Data	27
5.2	Model Prediksi Produk <i>Daily Need (Facewash)</i>	30
5.2.1.	Deskripsi Data Mentah	30
5.2.2.	Uji Korelasi	32
5.2.3.	Eliminasi Variabel	34
5.2.4.	Uji Asumsi	35
5.2.5.	<i>Pre-Processing Data</i>	36
5.2.6.	<i>Hyperparameter Tuning</i>	36
5.2.7.	<i>Model Cross-Validation</i>	38
5.2.8.	Model Terpilih	39
5.3	Model Prediksi Produk Elektronik (<i>Handphone</i>)	40
5.3.1.	Deskripsi Data Mentah	40
5.3.2.	Uji Korelasi	42
5.3.3.	Eliminasi Variabel	44
5.3.4.	Uji Asumsi	44
5.3.5.	<i>Pre-Processing Data</i>	45
5.3.6.	<i>Hyperparameter Tuning</i>	45
5.3.7.	<i>Model Cross-Validation</i>	46

5.3.8. Model Terpilih	47
5.4 Analisis Faktor Penentu	47
5.5 Analisis Faktor Individual	49
5.6 Analisis Hasil	52
BAB VI PENUTUP	56
6.1 Kesimpulan	56
6.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62