

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, M., & Rahayu, L. (2019). Representasi Gaya Hidup dan Tradisi Minum Kopi dalam Karya Sastra. *Journal of Historical and Culture Research*, 11(3), 381-398.
- Alam, S., & Yao, N. (2019). The impact of preprocessing steps on the accuracy of machine learning algorithms in sentiment analysis. *Computational and Mathematical Organization*, 25(3), 319-335.
- Alfajri, M. F., & Adhiazani, V. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics pada Instagram dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1-11.
- Aliandu, P. (2015). Sentiment Analysis to Determine Accommodation, Shopping and Culinary Location on Foursquare in Kupang City. *The Third Information Systems Internation Conference*, 300-305.
- Amna, Wahyuddin, Sudipa, I. G., Putra, T. A., Wahidin, A. J., Syukrilla, W. A., . . . Santoso, L. W. (2023). *Data Mining*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Andika, L. A., Azizah, P. A., & Respatiwan. (2019). Analisis Sentimen Masyarakat terhadap Hasil Quick Count Pemilihan Presiden Indonesia 2019 pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *Indonesian Journal of Allpied Statistics*, 2(1), 34-41.
- Annur, C. (2022, Juli 19). *Ini Aplikasi Medsos yang Paling Sering Digunakan Sehari-hari*. Diambil kembali dari databoks: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/ini-aplikasi-medsos-yang-paling-sering-digunakan-sehari-hari#:~:text=WhatsApp%20tampaknya%20menjadi%20aplikasi%20media,Katadata%20Insight%20Center%20\(KIC\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/ini-aplikasi-medsos-yang-paling-sering-digunakan-sehari-hari#:~:text=WhatsApp%20tampaknya%20menjadi%20aplikasi%20media,Katadata%20Insight%20Center%20(KIC)).
- Anugrah, D. P., & Suparwito, H. (2022). Analisis Sentimen Bantuan Langsung Tunai COVID-19 Menggunakan Algoritma Support Vector Machine. *Prosiding Seminar Nasional Sanata Dharma Berbagi*, 72-84.
- Ashari, R., & Sitorus, O. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(1), 38-46.
- Ayani, D. D., Pratiwi, H. S., & Muhandi, H. (2019). Implementasi Web Scraping untuk . *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 7(4), 257-262.
- Birjali, M., Kasri, M., & Beni-Hssane, A. (2021). A comprehensive survey on sentiment analysis: Approaches, challenges and trends. *Knowledge-Based Systems*, 226, 1-26.
- Cahyani, L. (2022). *Aplikasi Text Mining di Bidang Pendidikan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Cahyaningtyas, C. (2021). Analisis sentimen pada rating aplikasi Shopee menggunakan. *Jurnal Teknologi Informasi*, 18(2), 173-184.
- Chandra, A. Y., Kurniawan, D., & Musa, R. (2020). Perancangan Chatbot Menggunakan Dialogflow Natural Language Processing (Studi Kasus: Sistem Pemesanan pada Coffee Shop). *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(1), 208-215.
- Chayadi, S. A., Loisa, R., & Sudarto. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Prologia*, 5(1), 175-183.
- Daqiqil, I. (2021). *MACHINE LEARNING Teori, Studi Kasus, dan Implementasi Menggunakan Python*. Pekanbaru: UR Press.
- Dey, S., Wasif, S., Tonmoy, D. S., & Sultana, S. (2020). A Comparative Study of Support Vector Machine. *International Conference on Contemporary Computing and Applications (IC3A)*, 217-220.

- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwijayanti. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 868-874.
- Elcom. (2010). *Twitter Best Social Networking*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Faisal, M. R., Kartini, D., & Arrahimi, A. R. (2022). *Belajar Data Science, Text Mining Untuk Pemula I*. Banjarbaru: Scripta Cendekia.
- Fatihin, M. K., Siswahto, E., Rusgianto, S., & Hadi, N. H. (2020). Dampak Makro Ekonomi dan Financial Performance Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 25(1), 51-65.
- Feldman, R., & Sanger, J. (2007). *The Text Mining Handbook, Advanced Approaches in Analyzing Unstructured Data*. New York: Cambridge University Press.
- Fitri, V. A., Andreswari, R., & Hasibuan, M. A. (2019). Sentiment Analysis of Social Media Twitter with Case of Anti-LGBT Campaign in Indonesia Using Naive Bayes, Decision Tree, and Random Forest Algorithm. *The Fifth Information Systems International Conference*, 765-772.
- Fitriana, F., & Utami, U. (2021). Analisis Sentimen Opini Terhadap Vaksin Covid-19 pada Media Sosial. *Jurnal Komtika*, 5 (1), 19-25.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginatra, N. L., & dkk. (2023). *Machine Learning: Teori dan Metode*. Bali: Yayasan Kita Menulis.
- Guterres, A., Gunawan, & Santoso, J. (2019). Stemming Bahasa Tetun Menggunakan . *TEKNIKA*, 8(2), 142-147.
- Hafni, R. D., Azzahra, A. A., & Rosdiani, K. (2020). Pandangan Citra Brand Kopi Janji Jiwa di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 12-21.
- Han, J., & M., K. (2001). *Data Mining: Concepts and Techniques*. San Francisco: Morgan Kaufman Publisher.
- Hananto, A. L., Priyatna, B., Hananto, A., & Putri, N. A. (2023). *Data Mining, Penerapan Algoritma (SVM, Naive Bayes, K-NN) dan Implementasi Menggunakan Rapid Miner*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Handoko, M. R., & Neneng. (2021). Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Selama Kehamilan Menggunakan Metode Naive Bayes Berbasis Web. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(1), 50-58.
- Hasri, C., & Alita, D. (2022). Penerapan Metode Naive Bayes Classifier dan Support Vector Machine pada Analisis Sentimen Terhadap Dampak Virus Corona di Twitter. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 3 (2), 145-160.
- Herlinawati, N., Yuliani, Y., Faizah, S., Gata, W., & Samudi. (2020). Analisis Sentimen Zoom Cloud Meetings di Play Store Menggunakan Naive Bayes dan Support Vector Machine. *Journal of Computer Engineering System and Science (CESS)*, 5(2), 293-298.
- Hidayat, T. H., Ruldeviyani, Y., Aditama, A. R., Madya, G. R., Nugraha, A. W., & Adisaputra, M. W. (2021). Sentiment Analysis of Twitter Data Related to Rinca Island Development Using Doc2Vec and SVM and Logistic Regression as Classifier. *Sixth Information Systems International Conference (ISICO)*, 660-667.
- Hormansyah, D. S., & Utama, Y. P. (2018). Aplikasi Chatbot Berbasis Web Pada Sistem Informasi Layanan Publik Kesehatan di Malang dengan Menggunakan Metode TF-IDF. *Jurnal Informatika Polinema*, 4(3), 224-228.

- Ibnu, M., & Rosanti, N. (2022). Tren Produksi dan Perdagangan Negara-Negara Produsen Kopi. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(2), 145-166.
- Ilmawan, L. B., & Mude, M. A. (2020). Perbandingan Metode Klasifikasi Support Vector Machine dan Naïve Bayes untuk Analisis Sentimen pada Ulasan Tekstual di Google Play Store. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 12(2), 154-161.
- International Coffee Organization. (2021). *Historical Data on the Global Coffee Trade*. Diambil kembali dari International Coffee Organization Web site: https://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics
- Irawan, H. (2003). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Isna, D. T. (2020, January 3). *Warta Ekonomi.co.id*. Retrieved from Dapat Suntikan Dana Baru dari Investor Gojek dan Petinggi Facebook, Begini Rencana Kopi Kenangan: [https://wartaekonomi.co.id/read264701/dapat-](https://wartaekonomi.co.id/read264701/dapat-jiwa-group)
- Jiwa Group. (2021). *About Us: Jiwa Group*. Retrieved from Jiwa Group Web Site: <https://jiwagroup.com/id/corporate/aboutus>
- Kevin, M. (2009). *Twitter API Up and Running*. USA: O'Reilly Media, Inc.
- Lawson, R., & Jarmul, K. (2017). *Python Web Scraping (Second Edition)*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
- Leelawat, N. (2022). Twitter data sentiment analysis of tourism in Thailand during the COVID-19. *Heliyon*, 8, 1-11.
- Li, D., & Li, K. (2023). A multi-objective model for cold chain logistics. *Alexandria Engineering Journal*, 67, 513-523.
- Li, H., Lui, T., Ma, W.-Y., Sakai, T., Wong, K.-F., & Zhou, G. (2008). *Information Retrieval Technology*. Berlin: Springer.
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64-73.
- Maulana, A. N., Pamungkas, A. P., & Falah, M. A. (2021). *Sentimen Ulasan untuk Peningkatan Layanan dan Pengalaman Pelanggan Menggunakan Bahasa Pemrograman Python (Studi di Toko Online Produk Makanan Pendamping ASI)*. Yogyakarta: Skripsi, Fakultas Teknologi Pertanian UGM.
- Meiria, E., Ismawati, H., & Suherlan, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Persepsi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3236-3248.
- Mitchell, R. (2015). *Web Scarping with Python (Collecting Data From The Modern Web)*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Muhammad, A. C., Ariana, A. A., Intan, I., Sumanto, Simanjuntak, P., Satria, . . . Pradana, H. A. (2023). *Dasar-Dasar Pembelajaran Mesin (FOundations of Machine Learning)*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Mujib, K., Hidayanto, A., & Prakoso, T. (2018). Pengenalan Wajah Menggunakan Local Binary Pattern (LBP) dan Support Vector Machine (SVM). *TRANSIENT*, 7(1), 123-130.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- Pamungkas, F. S., & Kharisudin, I. (2021). Analisis Sentimen dengan SVM, NAIVE BAYES dan KNN untuk Studi Tanggapan Masyarakat Indonesia Terhadap Pandemi Covid-19 pada Media Sosial Twitter. *PRISMA*, 4, 628-634.
- Patel, A., & Oza, P. (2023). Sentiment Analysis of Customer Feedback and Reviews for Airline Services using Language Representation Model. *Procedia Computer Science*, 218, 2459-2467.

- Paulina, A. (2015). Sentiment Analysis to Determine Accommodation, Shopping and Culinary Location on Foursquare in Kupang City. *The Third Information Systems International Conference*, 300-305.
- Permana, A. A., Wahyuddin, Santoso, L. W., Wibowo, G. W., Wardhani, A. K., Rahmadden, . . . Abdurrasyid. (2023). *Machine Learning*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Pratiwi, B. P., Handayani, A. S., & Sarjana. (2020). Pengukuran Kinerja Sistem Kualitas Udara Dengan Teknologi WSN Menggunakan Confusion Matrix. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 6(2), 66-75.
- Pratiwi, D. A., Awangga, R. M., & Setyawan, M. Y. (2020). *Seleksi Calon Kelulusan Tepat Waktu Mahasiswa Teknik Informatika Menggunakan Metode Naive Bayes*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Priyanto, A., & Ma'arif, M. R. (2018). Implementasi Web Scraping dan Text Mining untuk Akuisisi . *Indonesian Journal of Information Systems (IJIS)*, 1(1), 25-33.
- Purwono, Wirasto, A., & Nisa, K. (2021). Komparasi Algoritma Machine Learning Untuk Klasifikasi Kelompok Obat. *Jurnal Sisfotenika*, Vol. 11 No. 2, 196-207.
- Rahat, A. M., Kahir, A., & Masum, A. K. (2019). Comparison of Naïve Bayes and SVM Algorithm based on Sentiment Analysis Using Review Dataset. *International Conference on System Modeling & Advancement in Research Trends*, 266-270.
- Ramadhan, M. A., & Andarsyah, R. (2022). *Klasifikasi Text Spam Menggunakan Metode Support Vector Machine dan Naive Bayes*. Bandung: Penerbit Buku Pedia.
- Ranjan, G. S., Verma, A. K., & Radhika. (2019). K-Nearest Neighbors and Grid Search CV Based Real Time. *9 IEEE 5th International Conference for Convergence in Technology*.
- Rohmah, A. N., & Slamet, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi di Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548-562.
- Rozi, I. F., Hamdana, E. N., & Alfahmi, M. B. (2018). Pengembangan Aplikasi Analisis Sentimen Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier (Studi Kasus SAMSAT Kota Malang. *Jurnal Informatika Polinema*, 4(2), 149-154.
- Rusydiana, A., & Marlina, L. (2020). Analisis Sentimen terkait Sertifikasi Halal. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 5(1), 69-85.
- Saeed, R. (2023). Twitter and Development of Social Capital: A Gender Perspective. *Telematics and Informatics Report*, 9, 1-11.
- Safitri, R. (2021). *Analisis Sentimen: Metode Alternatif Penelitian Big Data*. Malang: UB Press.
- Sanubari, T., Prianto, C., & Riza, N. (2020). *Odol (One Desa One Product Unggulan Online) Penerapan Metode Naive Bayes Pada Pengembangan Aplikasi E-Commerce Menggunakan Codeigniter*. Bandung: Kreatif.
- Sapitri, M., & Maulina, A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital OVO di Janji Jiwa Citywalk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(5), 345-357.
- Sarno, R., Sabila, S. I., Malikhah, Purbawa, D. P., & Ardani, M. (2022). *Machine Learning Deep Learning (Konsep dan Pemrograman Python)*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3 (1), 104-114.
- Septian, J. A., Fahrudin, T. M., & Aryo, N. (2019). Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap. *Journal of Intelligent Systems and Computation*, 1(1), 43-49.
- Setiawan, D. F., Tristiyanto, & Hijriani, A. (2020). Aplikasi Web Scraping Deskripsi Produk. *Jurnal TEKNOINFO*, 14(1), 41-47.

- Shadeni, E. A., & Erinos. (2022). Pengaruh Market Share dan Intellectual Capital terhadap Kinerja. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 4(2), 363-376.
- Shaik, T. (2023). Sentiment analysis and opinion mining on educational data: A survey. *Natural Language Processing Journal*, 2, 1-11.
- Siringoringo, R., & Jamaluddin. (2019). Text Mining dan Klasterisasi Sentimen Pada Ulasan Produk Toko Online. *Jurnal Penelitian Teknik Informatika UNPRI*, 2(2), 314-319.
- Solihin, F., & Awaliyah, S. (2021). emanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas . *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 1(13), 52-58.
- Subarkah, P., Astuti, T., Rakhmawati, D., Arsi, p., Anjani, R. M., & Fortuna, D. (2022). *Data Warehouse dan Business Intelligence*. Banyumas: Zahira Media Publisher.
- Sumartini, L., & Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-BIS*, 3(2), 111-118.
- Sumarwan, U., & dkk. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Susilawati, E., & Wiratno, O. (2020). *Statistik Lahan Pertanian Tahun 2015-2019*. DKI Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Swamy, V., & Lagesh, M. (2023). Does happy Twitter forecast gold price? *Resources Policy*, 81, 1-10.
- Swastika, R., Mukodimah, S., Susanto, F., Muslihudin, M., & Ipinuwati, S. (2023). *Implementasi Data Mining (Clustering, Association, Prediction, Estimation, Classification)*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Tandiono, C., & Sahetapy, W. (2020). Analisis Brand Personality dari Franchise Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *AGORA*, 8(1), 1-6.
- Thoriq, G. (2007). *Marketing Muhammad "Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw"*. Bandung: Masania Prima.
- Toffin Indonesia. (2020, November 12). *Toffin Indonesia Merilis Riset "2020 Brewing in Indonesia"*. Diambil kembali dari TOFFIN INSIGHT: <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>
- Top Brand Award. (2022). *Komparasi Brand Index*. Retrieved from TOP BRAND AWARD: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=730&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Janji%20Jiwa&brand2=Kenangan
- Werdiningsih, I., Nuqoba, B., & Muhammadun. (2020). *Data Mining Menggunakan Android, Weka, dan SPSS*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1058-1068.
- Yeri, R. (2022). Kopi Kenangan dan Experiential Marketing di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manjaemen*, 11(1), 26-31.
- Zhafira, D. F., Rahayudi, B., & Indriati. (2021). Analisis Sentimen Kebijakan kampus Merdeka Menggunakan Naive Bayes dan Pembobotan TF-IDF Berdasarkan Komentar Pada Youtube. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi (JUST-SI)*, 2(1), 55-63.