

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING (BAHASA INGGRIS)	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGATAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Asumsi.....	7
1.4. Batasan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1. Jenis Data.....	10
2.1.2. Sumber Data.....	10
2.1.3. <i>Topic Modeling</i>	11
2.1.4. Analisis Sentimen	12
2.1.5. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Kebutuhan Konsumen ...	13
2.1.6. Penelitian Sekarang	14
BAB III LANDASAN TEORI.....	20
3.1. Female Daily	20
3.2. Ulasan Produk	21
3.3. <i>Rating</i> Produk.....	22

3.4. Harga Produk	23
3.5. Hubungan <i>Rating</i> Produk dan Harga Produk.....	24
3.6. <i>Text Mining</i>	25
3.7. <i>Topic Modeling</i>	26
3.8. Analisis Sentimen.....	29
3.9. <i>Opportunity Algorithm</i>	31
BAB IV METODE PENELITIAN.....	34
4.1. Objek Penelitian	34
4.2. Data Penelitian	34
4.3. Alat yang Digunakan	35
4.4. Tahapan Penelitian.....	36
BAB V	46
5.1. Pengumpulan Data.....	46
5.2. Penentuan Rentang Harga Produk	49
5.3. Penentuan Rentang <i>Rating</i> Produk.....	50
5.4. Pembentukan Klaster (Segmentasi Konsumen).....	51
5.3. Penyiapan Data.....	54
5.4. <i>Topic Modeling</i>	63
5.4.1. Eksperimen Terhadap Parameter LDA.....	63
5.4.2. Evaluasi <i>Topic Modeling</i>	77
5.4.3. Pelabelan Topik.....	83
5.4.4. Persamaan dan Perbedaan Kebutuhan Konsumen.....	90
5.5. Analisis Sentimen.....	92
5.6. <i>Opportunity Algorithm</i>	98
5.6.1. Tingkat Kepentingan Setiap Klaster.....	98
5.6.2. Tingkat Kepuasan Setiap Klaster.....	103
5.6.3. Analisis <i>Opportunity</i> Setiap Klaster.....	107
5.7. Hasil dan Pengambilan Keputusan.....	113
5.7.1. Keputusan untuk Klaster I (<i>Brightening Serum</i> dan <i>Anti-acne Serum</i>).....	115
5.7.2. Keputusan untuk Klaster II.....	116
5.7.3. Keputusan untuk Klaster III dan <i>Anti-aging Serum</i>	117
5.7.4. Keputusan untuk Klaster IV (<i>Brightening Serum</i> dan <i>Anti-aging Serum</i>)	118
BAB VI.....	121

4.1. Kesimpulan.....	121
4.2. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	xix
LAMPIRAN	xxvii