UNIVERSITAS GADJAH MADA
Penentuan Prioritas Pengembangan Berdasarkan Analisis Ulasan Konsumen Daring Menggunakan Topic Modelling, Opportunity Algorithm, dan IPA-Kano Model (Studi Kasus Produk Body Butter The Body Shop)
Imelda Wulandari, Prof. Ir. Subagyo, Ph.D., IPU., ASEAN Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL BAHASA INDONESIA i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI v
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR vi
KATA PENGANTAR vii
UCAPAN TERIMA KASIH viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
INTISARI xv
ABSTRACT xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah 7
1.3.1 Asumsi 7
1.3.2 Batasan 7
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
BAB III DASAR TEORI 13
3.1 Text Mining 13
3.2 Topic Modelling 13
3.3 Latent Dirichlet Allocation (LDA) 14
3.4 Pemilihan Metode Topic Modelling 14

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Penentuan Prioritas Pengembangan Berdasarkan Analisis Ulasan Konsumen Daring Menggunakan Topic Modelling, Opportunity Algorithm, dan IPA-Kano Model (Studi Kasus Produk Body Butter The Body Shop)
Imelda Wulandari, Prof. Ir. Subagyo, Ph.D., IPU., ASEAN Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.5 Large Language Model 16
3.6 Sentiment Analysis 16
3.7 VADER 17
3.8 Opportunity Algorithm 17
3.9 Model Kano 19
3.10 IPA-Kano Model 20
BAB IV METODE PENELITIAN 22
4.1 Objek Penelitian 22
4.2 Alat Penelitian 22
4.3 Tahapan Penelitian 23
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 30
5.1 Pengambilan dan Penerjemahan Data Ulasan 30
5.2 *Preprocessing* Data 30
5.3 Pemilihan Agregasi *Topic Modelling* 30
5.4 Topic Modelling 31
5.5 Evaluasi *Topic Modelling* 32
5.6 Pelabelan Topik 33
5.7 Analisis Tingkat Kepentingan 36
5.8 Analisis Tingkat Kepuasan 37
5.9 Identifikasi Peluang Pengembangan 38
5.10 Integrasi Algoritma Peluang-Kano 39
5.11 Perbandingan Kebutuhan Konsumen 41
5.12 Perbandingan Atribut Penelitian Terdahulu 42
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 44
6.1 Kesimpulan 44
6.2 Saran 45
DAFTAR PUSTAKA 47
LAMPIRAN 54