

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Keaslian Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Telaah Pustaka	8
1. <i>Data Mining</i>	8
2. Media Sosial Twitter	13
3. Makanan Kariogenik	25
4. Perilaku yang Berkaitan dengan Makanan	30
B. Kerangka Teori	39
C. Kerangka Konsep.....	41
D. Pertanyaan Penelitian.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Jenis dan Desain Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
C. Subyek Penelitian	42
D. Identifikasi Variabel Penelitian	43
E. Definisi Operasional Variabel	43

F. Instrumen Penelitian dan Cara Pengumpulan Data	45
G. Cara Analisis Data	45
H. Subjektivitas Peneliti	45
I. Etika Penelitian	46
J. Keterbatasan Penelitian	46
K. Jalannya Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Gambaran Data Twitter	54
2. Hasil Analisis Isi.....	57
3. Hasil Analisis Sentimen	63
B. Pembahasan	68
1. Karakteristik Produk dan Perilaku Pemilihan Minuman Berkarbonasi	69
2. <i>Information sharing</i> di Media Sosial Terkait Minuman Berkarbonasi	71
3. Iklan di Media Sosial dan Perilaku Pemilihan Minuman Berkarbonasi	72
4. Konteks dan Perilaku Pemilihan Minuman Berkarbonasi.....	76
5. Sentimen Terkait Produk Minuman Berkarbonasi dan Perilaku Pemilihan Minuman Berkarbonasi	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82