

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
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	4
1.3. Asumsi dan Batasan	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengumpulan <i>Voice of Customer</i>	7
2.2 Pemahaman Ulasan <i>Online</i> Produk	7
2.3 Analisis Sentimen Ulasan <i>Online</i> Produk	8
2.3.1 Metode penentuan arah orientasi sentimen	8
2.3.1.1 Metode <i>supervised classification</i> dalam penentuan arah orientasi sentimen	9
2.3.1.2 Metode <i>unsupervised classification</i> dalam penentuan arah orientasi sentimen	10

2.3.2 Tingkat analisis sentimen yang dilakukan	11
2.3.3 Metode penentuan kelompok kata terkait detail fitur	12
2.4 Kerangka Kerja Analisis Sentimen Berbasis Aspek dengan Menggunakan <i>Unsupervised Classification</i>	14
2.5 <i>Research Map</i>	15
BAB III LANDASAN TEORI	19
3.1 <i>Voice of Customer</i>	19
3.2 Ulasan <i>Online</i> Produk	19
3.3 Analisis Sentimen	20
3.3.1 Tingkat analisis sentimen yang dilakukan	20
3.3.2 Metode penentuan arah orientasi sentimen pada analisis tingkat aspek	21
3.3.3 Metode penentuan kelompok kata terkait detail fitur	23
3.3.3.1 <i>Word2vec</i>	23
3.4 Python	25
3.4.1. NLTK	25
3.4.2. <i>Str</i>	26
3.4.3. <i>RegEx</i>	27
3.4.4. <i>TextBlob</i>	28
3.4.5 Gensim	28
3.4.6 Matplotlib	29
3.5 <i>WordNet</i>	30
3.6 Parsehub	30
3.7 Populasi dan Sampel	31
3.8 <i>Stratified Random Sampling</i>	31
3.9 Slovin	32
3.10 <i>Confussion Matrix</i>	32
3.11 <i>Inter-Rater Reliability</i>	34
BAB IV METODE PENELITIAN	35
4.1 Objek Penelitian	35
4.2 Data yang Dibutuhkan	35
4.3 Alat yang Dibutuhkan	36

4.4 Tahapan Penelitian	36
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	43
5.1 Perancangan Kerangka Kerja Analisis Sentimen <i>Customer</i> Berbasis Fitur Produk	43
5.1.1 Tahap Pengambilan Data	43
5.1.2 Tahap Pemrosesan Data Awal	44
5.1.3 Tahap Analisis Data	47
5.1.4 Tahap Visualisasi Data	56
5.2 <i>Testing</i> Kerangka Kerja dengan Set Data	57
5.3 Perancangan Kerangka Kerja Akhir Analisis Sentimen <i>Customer</i> Berbasis Fitur Produk	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77