

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
BAB III. LANDASAN TEORI	8
3.1 Teori Difusi	8
3.2 Siklus Hidup Produk	8
3.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	9
3.4 Analisis Sentimen.....	10
3.5 Twitter	10
3.6 VADER	10
3.7 <i>Independent T-Test</i>	11
3.8 <i>Pearson Correlation</i>	12
3.9 Regresi Linear	12
3.10 <i>Cross Validation</i>	14
3.11 <i>Mean Absolute Percentage Error (MAPE)</i>	14
BAB IV. METODE PENELITIAN.....	16
4.1. Objek Penelitian	16
4.2. Alat untuk Penelitian	16
4.3. Tahapan Penelitian	17
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
5.1. Penentuan Tiga Fase Hidup Produk	26
5.2. Pengambilan Data Twit	30
5.3. Pemrosesan Data Twit.....	31



5.4.	Uji Validitas Analisis Sentimen	32
5.5.	Pemilihan Pasangan Variabel Independen	36
5.6.	Pemilihan Model Regresi Linear	38
5.7.	<i>Cross Validation</i>	42
5.8.	Pemilihan Model Terbaik	43
5.9.	Pembuatan Model Regresi untuk Kedua Jenis Mobil Lain	49
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN		59
6.1.	Kesimpulan	59
6.2.	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		64