

DAFTAR ISI

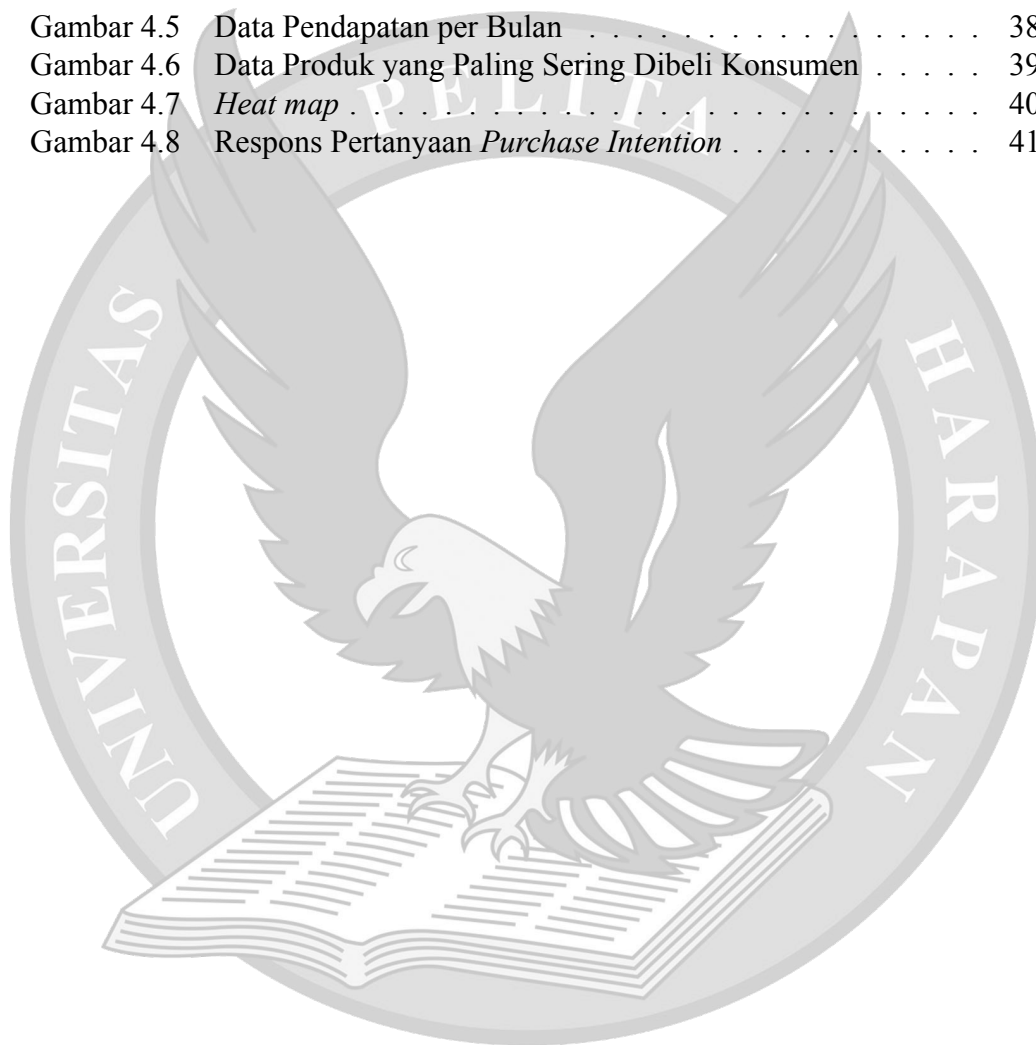
halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BABI PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoretis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Machine Learning</i>	7
2.1.1 <i>Supervised Learning</i>	7
2.1.2 <i>Unsupervised Learning</i>	7
2.1.3 <i>Semi-supervised Learning</i>	8
2.2 <i>Decision Tree</i>	8
2.2.1 <i>Random Forest</i>	10
2.3 <i>Boosting</i>	11
2.3.1 <i>Gradient Boosting</i>	12
2.3.1.1 <i>Gradient-Boosted Tree</i>	12
2.3.2 <i>Extreme Gradient Boosting (XGBoost)</i>	12
2.4 <i>Ensemble Learning</i>	13
2.5 Metrik Evaluasi	13
2.5.1 <i>Accuracy</i>	13
2.5.2 <i>Precision</i>	14
2.5.3 <i>Recall</i>	14
2.5.4 <i>F1-Score</i>	15
2.6 Pemasaran	15
2.7 Perilaku Konsumen	16

2.7.1	<i>Purchase Intention</i>	16
2.7.2	Keputusan Pembelian	16
2.8	Tinjauan Pustaka	17
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Melakukan Penelitian Pendahuluan	20
3.2	Menentukan Pokok Masalah	20
3.3	Melakukan Studi Literatur dan Menentukan Tujuan Penelitian	20
3.4	Melakukan Pengumpulan Data	21
3.5	Melakukan <i>Data Cleaning & Validation</i>	23
3.6	Melakukan Visualisasi Data dan Analisis Responden	24
3.7	Membangun Model Prediksi	24
3.7.1	Model Prediksi <i>Random Forest</i>	26
3.7.2	Model Prediksi XGBoost	27
3.7.3	Model Prediksi <i>Ensemble Random Forest-XGBoost</i>	28
3.8	Melakukan Evaluasi Kinerja Model	28
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1	Pengumpulan Data	29
4.2	Pembersihan Data	30
4.3	Data Demografis	36
4.4	Profil Ekonomi dan Preferensi Produk Konsumen	38
4.5	Perilaku Konsumen	39
4.6	Model Prediksi	41
4.7	Analisis dan Pembahasan Model Prediksi	43
4.8	Penelitian Terdahulu	46
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	50
5.2.1	Saran Teoretis	50
5.2.2	Saran Praktis	51
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

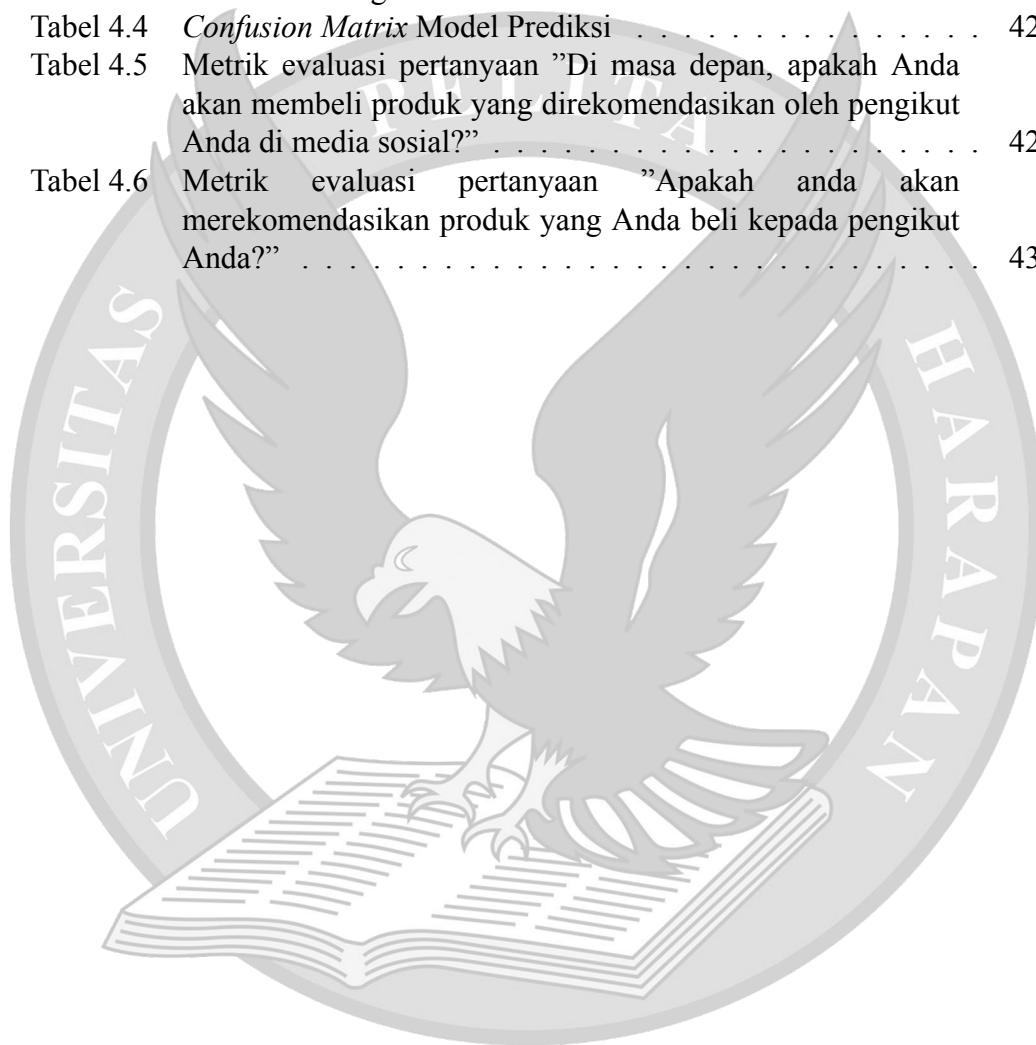
DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	19
Gambar 3.2 Diagram Alir Model Prediksi	25
Gambar 4.1 Respons Jenis Kelamin dan Pekerjaan	29
Gambar 4.2 Respons Domisili dan Pendidikan Terakhir	30
Gambar 4.3 Data Bersih Usia dan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.4 Data Bersih Domisili dan Pendidikan Terakhir	37
Gambar 4.5 Data Pendapatan per Bulan	38
Gambar 4.6 Data Produk yang Paling Sering Dibeli Konsumen	39
Gambar 4.7 <i>Heat map</i>	40
Gambar 4.8 Respons Pertanyaan <i>Purchase Intention</i>	41



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	22
Tabel 4.1 Jenis kelamin, domisili, dan usia responden yang dianggap tidak serius dalam mengisi kuesioner	31
Tabel 4.2 Jenis kelamin, domisili, dan usia responden yang menjawab pertanyaan mengenai jam per hari di atas ≥ 24 jam	34
Tabel 4.3 Sebaran Demografis	37
Tabel 4.4 <i>Confusion Matrix</i> Model Prediksi	42
Tabel 4.5 Metrik evaluasi pertanyaan "Di masa depan, apakah Anda akan membeli produk yang direkomendasikan oleh pengikut Anda di media sosial?"	42
Tabel 4.6 Metrik evaluasi pertanyaan "Apakah anda akan merekomendasikan produk yang Anda beli kepada pengikut Anda?"	43



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A Kuesioner dan Kesimpulan Jawaban Responden	
A.1 Hasil Kuesioner	A-1
A.2 Berdasarkan Segmentasi Jenis Kelamin	A-10
A.3 Berdasarkan Segmentasi Domisili	A-16
A.4 Berdasarkan Segmentasi Usia	A-23
A.5 Berdasarkan Segmentasi Pendapatan/Uang Saku per Bulan	A-32
Lampiran B <i>Coding R</i>	
B.1 <i>Libraries</i>	B-1
B.2 <i>Dataset 1</i>	B-1
B.3 <i>Dataset 2</i>	B-2

