

DAFTAR ISI

PROPOSAL TESIS / TESIS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3. Perumusan Masalah.....	3
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Aspek Teoritis.....	6
1.6.2 Aspek Praktis.....	7
1.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.8. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian.....	9
2.1.1 Market Segmentation dan Targeting.....	9
2.1.2 Digital Marketing.....	13
2.1.3 Micro Targeting.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20

BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Karakteristik Penelitian	23
3.2. Alat Pengumpulan Data	23
3.3. Tahapan Penelitian.....	26
3.3.1. Business Understanding.....	27
3.3.2. Data Understanding.....	28
3.3.3. Data Preparation.....	28
3.3.4. Modelling.....	28
3.3.5. Evaluation and Deployment.....	29
3.4. Populasi Data	30
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data	31
3.6. Validitas Predictive Analytics	31
3.7. Teknik Analisa Data	32
BAB IV.....	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Karakteristik Responden	36
4.2.1. Pengembangan Model	37
4.2.2. Evaluasi Prediction Model	62
4.2.3. Operationalisasi Prediction Model.....	66
4.2.4. Klusterisasi dan Operationalisasi Model (Skenario-1).....	67
4.2.5. Klusterisasi dan Operationalisasi Model (Skenario-2).....	73
4.2.6. Segmentasi Highly Prospect Pelanggan Top Up	78
4.2.7. Pemanfaatan Prediction Model <i>and</i> Segmentasi Pelanggan.....	82
BAB V.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran bagi Organisasi	87
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya	88