

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 LinkedIn.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Aspek Teoritis	9
1.6.2 Aspek Praktis.....	9
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Kredit.....	11
2.1.2 <i>Credit Scoring</i> (Penilaian Kredit).....	11
2.1.3 Sosial Media	13
2.1.4 <i>Big Data</i>	14
2.1.5 <i>Data Mining</i>	15
2.1.6 <i>Prediction Analysis</i>	16
2.1.7 <i>Classification</i>	17
2.1.8 <i>Decision Tree</i>	18
2.1.9 <i>Random Forest</i>	19
2.1.10 <i>Text Mining</i>	19

2.1.11 <i>User Demographic Attributes</i>	20
2.1.12 <i>User Generated Content</i>	21
2.1.13 Penelitian terdahulu	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	28
3.3 Tahapan Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Pengambilan Data dan <i>Preprocessing</i>	41
4.2 Identifikasi Pembentukan Model Penilaian Kelayakan Kredit	42
4.3 Identifikasi Model Prediksi yang Sesuai Untuk Menentukan Penilaian Kelayakan Kredit.....	45
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Aspek Teoritis	52
5.2.2 Aspek Praktis.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54