

Daftar Pustaka

- Albarran, A. B. (Ed.). (2013). *The social media industries*. Routledge.
- Alimuddin, Budi. (2015). "Berebut Rezeki dari Ransel". Detiknews.com. Pada laman <http://news.detik.com/lapsus/3014890/berebut-rezeki-dari-ransel> diakses pada tanggal 10 Februari 2021.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution : 20 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Dragut, E., Fang, F., Sistla, P., Yu, C., & Meng, W. (2009). Stop word and related problems in web interface integration. *Proceedings of the VLDB Endowment*, 2(1), 349-360.
- Eko Prasetyo. (2012). *Data Mining konsep dan Aplikasi menggunakan Matlab*. Yogyakarta, Andi.
- Ellya. (2015). Promosi Wisata Lebih Cepat Lewat Sosmed dan Media Sosial. Pada laman <http://beritajateng.net/promosi-wisata-lebih-cepat-lewat-sosmed-dan-media-sosial/> diakses tanggal 24 Februari 2021.
- Feldman, R., & Sanger, J. (2007). *The text mining handbook: advanced approaches in analyzing unstructured data*. Cambridge university press.
- Flores, V. A., Jasa, L., & Linawati, L. (2020). Analisis Sentimen untuk Mengetahui Kelemahan dan Kelebihan Pesaing Bisnis Rumah Makan Berdasarkan Komentar Positif dan Negatif di Instagram. *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro*, 19(1), 49-54.
- Haltuf M. (2014). *Support Vector Machine for Credit Scoring*. University of Economics in Prague.
- Han, J., Kamber, M., & Pei, J. (2011). *Data mining concepts and techniques third edition*. The Morgan Kaufmann Series in Data Management Systems, 5(4), 83-124.

- Hertzmann, A., & Fleet, D. (2010). Machine learning and data mining lecture notes. Computer Science Department, University of Toronto.
- Instagram. (2021). Akun Eiger @ eigerindostore. Pada laman <https://www.instagram.com/eigerindostore/> diakses pada tanggal 24 Februari 2021.
- Kabiru, I. N., & Sari, P. K. (2019). Analisa Konten Media Sosial E-commerce Pada Instagram Menggunakan Metode Sentiment Analysis Dan Lda-based Topic Modeling (studi Kasus: Shopee Indonesia). eProceedings of Management, 6(1).
- Langgeni, D. P., Baizal, Z. A., & AW, Y. F. (2010). Clustering Artikel Berita Berbahasa Indonesia Menggunakan Unsupervised Feature Selection. In Seminar Nasional Informatika 2010. " Veteran" University of National Development Yogyakarta.
- Mandala R. (2004). Bahan Kuliah Sistem Temu Kembali Informasi. Institut Teknologi Bandung. Departemen Teknik Informatika.
- Mentari, N. D., Fauzi, M. A., & Muflikhah, L. (2018). Analisis Sentimen Kurikulum 2013 Pada Sosial Media Twitter Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor dan Feature Selection Query Expansion Ranking. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN, 2548, 964X.
- Nur, M. Y., & Santika, D. D. (2011). Analisis Sentimen Pada Dokumen Berbahasa Indonesia dengan Pendekatan Support Vector Machine. Konferensi Nasional Sistem dan Informatika, 9.
- Özen, A., Gönen, M., Alpaydın, E., & Haliloğlu, T. (2009). Machine learning integration for predicting the effect of single amino acid substitutions on protein stability. BMC Structural Biology, 9(1), 1-17.
- Prahadi, Yeffrie Yundiarto. (2016). SWA “Dari Bandung, Eiger Menembus Pasar Dunia”. Pada laman <https://swa.co.id/swa/profile/profile->

entrepreneur/dari-bandung-eiger-menembus-pasar-dunia . Diakses pada tanggal 25 Februari 2021.

Puspitarani, Y. (2015). Sentimen Analysis Terhadap Nilai Kepercayaan Sebuah Online Shop Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 2(1).

Routray, P., Swain, C. K., & Mishra, S. P. (2013). A survey on sentiment analysis. *International Journal of Computer Applications*, 76(10).

Scott, D. M. (2010). *The new rules of marketing and PR: how to use social media, blogs, news releases, online video, and viral marketing to reach buyers directly*. John Wiley & Sons.

Tala, F. (2003). *A study of stemming effects on information retrieval in Bahasa Indonesia*.

Turner, J., & Shah, R. (2014). *How to make money with social media: an insider's guide to using new and emerging media to grow your business*. Pearson Education.

Van Heeswijk, M. (2015). *Advances in extreme learning machines*.

Zuhri, F., & Alamsyah, A. (2017). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Brand Smartfren Menggunakan Naive Bayes Classifier di Forum Kaskus. *eProceedings of Management*, 4(1).