

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>)	11
2.1.2 Teori Stakeholder (<i>Stakeholder Theory</i>).....	13
2.1.3 Gerakan Boikot di Media Sosial	15
2.1.4 Volume Percakapan di Media Sosial	17
2.1.5 Analisis Sentimen di Media Sosial	18
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Berpikir	52
2.4 Hipotesis Penelitian.....	53

2.4.1 Pengaruh Volume Percakapan Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Perubahan Pendapatan (<i>Revenue Growth</i>).....	54
2.4.2 Pengaruh Volume Percakapan Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Margin Laba Bersih (<i>Net Profit Margin</i>).....	56
2.4.3 Pengaruh Sentimen Negatif Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Perubahan Pendapatan (<i>Revenue Growth</i>).....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Variabel Penelitian dan definisi Operasional Variabel	63
3.1.1 Variabel Independen	63
3.1.2 Variabel Dependen.....	68
3.2 Populasi dan Sampel	71
3.3 Jenis dan Sumber Data	74
3.4 Metode Pengumpulan Data	75
3.5.1 Analisis Sentimen.....	77
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif	80
3.5.3 Analisis Regresi Data Panel	81
3.5.4 Estimasi Model Regresi Data Panel	82
3.5.5 Pemilihan Model Regresi Data Panel	84
3.5.6 Uji Asumsi Klasik.....	86
3.5.7 Pengujian Hipotesis.....	88
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	90
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	90
4.2 Hasil Analisis Sentimen (<i>Support Vector Machine</i>)	92
4.2.1 Hasil <i>Scraping</i> Data	93
4.2.2 Analisis Sentimen dengan SVM	98
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	106
4.4 Pemilihan Model Estimasi Data Panel	109
4.4.1 Pemilihan Model 1 (Dependen : Perubahan Pendapatan).....	109
4.4.2 Pemilihan Model 2 (Dependen : Margin Laba Bersih).....	111
4.5 Uji Asumsi Klasik	114
4.5.1 Uji Multikolinearitas	115

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	116
4.6 Analisis Regresi Data Panel	118
4.6.1 Analisis Regresi Model 1	119
4.6.2 Analisis Regresi Model 2	121
4.7 Pengujian Hipotesis.....	124
4.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	124
4.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	125
4.7.3 Uji Parsial (Uji T).....	127
4.8 Interpretasi Hasil Penelitian	130
4.8.1 Pengaruh Volume Percakapan Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Perubahan Pendapatan (<i>Revenue Growth</i>).....	130
4.8.2 Pengaruh Volume Percakapan Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Margin Laba Bersih (<i>Net Profit Margin</i>).....	135
4.8.3 Pengaruh Sentimen Negatif Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Perubahan Pendapatan (<i>Revenue Growth</i>).....	141
4.8.4 Pengaruh Sentimen Negatif Gerakan Boikot di Media Sosial X Terhadap Margin Laba Bersih (<i>Net Profit Margin</i>).....	147
BAB V PENUTUP.....	154
5.1 Kesimpulan.....	154
5.2 Keterbatasan	156
5.3 Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	166