

# ANALISIS SENTIMEN TERHADAP ULASAN KEPUASAN PELANGGAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI JEJARING SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN ALGORITMA NAÏVE BAYES

**Muhammad Abi Nurhakim**

## **Abstrak**

Ulasan konsumen tentang kepuasan berbelanja di marketplace merupakan informasi yang bernilai dan dapat diolah dengan baik. Informasi ini dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan evaluasi produk dan layanan baik oleh konsumen maupun pihak penjual atau marketplace dengan melakukan analisis ulasan pengalaman berbelanja tersebut melalui jejaring sosial *twitter* guna mendapatkan informasi yang diperlukan. Kegiatan analisis ulasan tidak dapat cukup dengan melihat jumlah *rating* saja, namun diperlukan melihat seluruh isi ulasan untuk dapat mengetahui arti yang lebih luas dan umum dari ulasan tersebut. Apabila dalam jumlah sedikit dapat dilakukan secara manual, namun untuk melihat ulasan dalam jumlah banyak, diperlukan sistem agar dapat menganalisis secara lebih efektif dan memudahkan dalam memahami maksud ulasan. Pada penelitian ini yang menggunakan metode klasifikasi Naïve Bayes yang dibagi ke dalam 2 kelas yaitu positif dan negatif. Hasil klasifikasi menggunakan metode algoritma *Naïve Bayes* didapatkan hasil akurasi sebesar 79,02%, *precision* sebesar 80,30%, *recall* sebesar 77,94% dan *specificity* sebesar 80,15%.

**Kata Kunci:** *Twitter*, Ulasan, Klasifikasi, *Naïve Bayes*

# **SENTIMENT ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION REVIEWS ON THE TOKOPEDIA MARKETPLACE ON TWITTER SOCIAL NETWORK USING NAVE BAYES ALGORITHM**

**Muhammad Abi Nurhakim**

## **Abstract**

Consumer reviews about shopping satisfaction in the marketplace are valuable information and can be processed properly. This information can be used to obtain product and service evaluations by both consumers and sellers or marketplaces by analyzing the shopping experience reviews through the Twitter social network in order to obtain the necessary information. Review analysis activities cannot be enough just to look at the number of ratings, but it is necessary to look at the entire content of the review to be able to find out the broader and general meaning of the review. If a small amount can be done manually, but to see a large number of reviews, a system is needed to be able to analyze more effectively and make it easier to understand the purpose of the review. In this study using the Naïve Bayes classification method which is divided into 2 classes, namely positive and negative. The results of the classification using the Naïve Bayes algorithm obtained an accuracy of 79.02%, precision of 80.30%, recall of 77.94% and specificity of 80.15%.

**Keywords:** *Twitter, Reviews, Classification, Nave Bayes*