

ANALISIS SENTIMEN ULASAN UNTUK MENENTUKAN KUALITAS PRODUK TERBAIK E-COMMERCE (TOKOPEDIA) MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVE BAYES

Nama Mahasiswa : Syahlan Ardiawal
NIM : 6304211382
Dosen Pembimbing : Elvi Rahmi, S.T., M.Kom

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce di Indonesia, khususnya Tokopedia, menyebabkan meningkatnya jumlah ulasan yang diberikan konsumen setelah melakukan pembelian. Ulasan tersebut berupa opini positif maupun negatif yang dapat dimanfaatkan untuk menilai kualitas produk. Namun, tingginya volume ulasan membuat analisis manual menjadi tidak efektif. Penelitian ini bertujuan mengklasifikasikan sentimen ulasan produk di Tokopedia menggunakan algoritma Naïve Bayes untuk menentukan kualitas produk terbaik dari beberapa toko yang menjual barang sejenis. Algoritma Naïve Bayes dipilih karena memiliki kemampuan klasifikasi yang baik, serta efisiensi dalam pemrosesan data teks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Naïve Bayes mampu mengklasifikasikan ulasan menjadi positif dan negatif dengan akurasi rata-rata 95% pada data uji. Pengujian per toko juga memberikan hasil konsisten dengan akurasi sekitar 90%. Selanjutnya, hasil sentimen dikonversi ke dalam metrik kualitas dengan kategori Bagus, Cukup, dan Buruk. Produk pada Toko A memperoleh nilai 85% dan Toko B sebesar 80%, sehingga keduanya termasuk kategori Bagus, dengan Toko A lebih direkomendasikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis sentimen berbasis Naïve Bayes efektif untuk menilai kualitas produk dan memberikan wawasan bagi penjual dalam meningkatkan layanan.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Naïve Bayes, Tokopedia, Kualitas Produk, E-commerce.

**SENTIMENT ANALYSIS OF REVIEWS QUALITY TO
DETERMINE THE BEST PRODUCT QUALITY
E-COMMERCE (TOKOPEDIA) USING THE NAIVE BAYES
ALGORITHM**

Name : Syahlan Ardiawal
NIM : 6304211382
Supervisor : Elvi Rahmi, S.T., M.Kom

ABSTRACT

The development of e-commerce in Indonesia, particularly Tokopedia, has led to an increase in the number of reviews given by consumers after making a purchase. These reviews consist of positive and negative opinions that can be used to assess product quality. However, the high volume of reviews makes manual analysis ineffective. This study aims to classify product review sentiment on Tokopedia using the Naïve Bayes algorithm to determine the best product quality from several stores selling similar items. The Naïve Bayes algorithm was chosen because of its good classification capabilities and efficiency in text data processing. The results show that Naïve Bayes is capable of classifying reviews as positive or negative with an average accuracy of 95% on the test data. Testing per store also yielded consistent results with an accuracy of around 90%. Furthermore, the sentiment results were converted into quality metrics with the categories Good, Fair, and Poor. Products at Store A scored 85% and Store B scored 80%, so both were categorized as Good, with Store A being more recommended. This study shows that Naïve Bayes-based sentiment analysis is effective for assessing product quality and provides insights for sellers to improve their services.

Keywords: Sentiment Analysis, Naïve Bayes, Tokopedia, Product Quality, E-commerce.