

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kesimpulan yang di dapat dari pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memberikan ulasan positif terhadap kedua platform, namun Shopee memiliki tingkat sentimen positif yang lebih tinggi dibandingkan dengan Tiktok Shop. Shopee memperoleh 85,33% ulasan positif dan 14,67% ulasan negatif, sedangkan Tiktok Shop mendapatkan 76,40% ulasan positif dan 23,60% ulasan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna Shopee lebih puas dengan layanan yang diberikan dibandingkan pengguna Tiktok Shop. Faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan ini dapat berasal dari kualitas layanan, kemudahan transaksi, serta fitur yang ditawarkan oleh masing-masing platform.
2. Metode Naïve Bayes berhasil diterapkan dalam analisis sentimen pengguna Shopee dan Tiktok Shop dengan tingkat akurasi yang cukup baik. Model ini menggunakan Tf-IDF untuk mengubah teks ulasan menjadi data numerik agar dapat diproses lebih akurat. Evaluasi model dilakukan dengan confusion matrix dan metrik evaluasi seperti akurasi, precision, recall, dan F1-score. Hasil pengujian menunjukkan bahwa akurasi model dalam mengklasifikasikan sentimen pengguna Shopee mencapai 85,49%, sementara untuk Tiktok Shop sebesar 84,02%. Meskipun model dapat mengklasifikasikan sentimen dengan cukup baik, terdapat kecenderungan bias terhadap sentimen positif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan pengguna algoritma lain seperti SVM atau Deep Learning untuk meningkatkan akurasi dan mengurangi bias dalam klasifikasi sentimen.

5.2. Saran

Sebagai saran penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan dataset yang lebih besar atau mencakup ulasan dari platform e-commerce lainnya untuk memperluas cakupan analisis. Selain itu penggunaan algoritma lain seperti Support Vector Machine (SVM), Random Forest, atau pendekatan berbasis deep learning dapat dipertimbangkan untuk membandingkan kinerja model dalam analisis sentimen. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mempertimbangkan analisis sentimen multibahasa atau yang fokus pada konteks geografis tertentu agar dapat menangkap perspektif pengguna yang lebih beragam. Di sisi lain, integrasi analisis sentimen dengan aspek lain, seperti analisis perilaku konsumen atau analisis rekomendasi produk, dapat memberikan nilai tambah bagi platform Shopee dan Tiktok Shop dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Terakhir memperbaiki kualitas data, misalnya dengan membersihkan data dari noise dan memperbaiki label sentimen, juga dapat meningkatkan akurasi model pada penelitian mendatang.