

INTISARI

Agoda merupakan platform e-commerce berbentuk web dan aplikasi yang menyediakan layanan reservasi akomodasi online. Dengan lebih dari 50 juta unduhan, Agoda memiliki reputasi baik di industri perhotelan dan pariwisata sehingga ulasan pengguna dapat menjadi sumber data untuk mengevaluasi layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen ulasan pengguna Agoda di Google Play Store menggunakan Algoritma Naïve Bayes guna menghasilkan klasifikasi teks yang akurat sebagai dasar rekomendasi untuk meningkatkan layanan. Data penelitian ini berjumlah 7885 ulasan dengan tahapan preprocessing data meliputi, cleaning data, case folding, tokenizing, normalization, stopwords removal, dan stemming. Data kemudian dikategorikan menjadi sentimen positif dan negatif serta diberikan bobot menggunakan metode TF-IDF. Dari hasil klasifikasi, diperoleh 2962 ulasan sentimen positif dan 4733 ulasan sentimen negatif. Selanjutnya, dilakukan pembagian data dengan skenario 90:10, 80:20, 70:30, 60:40, dan 50:50 di mana hasil akurasi tertinggi sebesar 91,9% diperoleh pada skenario 60:40 dan 50:50. Hasil dari analisis sentimen tersebut menunjukkan bahwa pengguna sering mengeluhkan pembatalan, pengembalian dana, proses pemesanan, harga dan layanan yang tidak sesuai ekspektasi. Berdasarkan temuan ini, direkomendasikan perbaikan pada sistem pembayaran dan pengembalian dana agar lebih transparan, penyesuaian harga dengan kualitas layanan, serta peningkatan antarmuka aplikasi guna meningkatkan pengalaman pengguna dan daya saing aplikasi di pasar.

Kata kunci: Agoda, analisis sentimen, Naïve Bayes, ulasan pengguna, akurasi model

ABSTRACT

Agoda is a web and app-based e-commerce platform that provides online accommodation reservation services. With more than 50 million downloads, Agoda has a good reputation in the hospitality and tourism industry so user reviews can be a source of data to evaluate services. This research aims to analyze the sentiment of Agoda user reviews on Google Play Store using Naïve Bayes Algorithm to produce accurate text classification as a basis for recommendations to improve services. This research data amounts to 7885 reviews with data preprocessing stages including, data cleaning, case folding, tokenizing, normalization, stopwords removal, and stemming. The data is then categorized into positive and negative sentiments and given weight using the TF-IDF method. From the classification results, 2962 positive sentiment reviews and 4733 negative sentiment reviews were obtained. Furthermore, data sharing was carried out with scenarios 90:10, 80:20, 70:30, 60:40, and 50:50 where the highest accuracy of 91.9% was obtained in the 60:40 and 50:50 scenarios. The results of the sentiment analysis show that users often complain about cancellations, refunds, the booking process, prices and services that do not meet expectations. Based on these findings, it is recommended to improve the payment and refund system to be more transparent, adjust the price to the quality of service, and improve the application interface to improve the experience.

Keywords: Agoda, sentiment analysis, Naïve Bayes, user reviews, model accuracy