

INTISARI

Penelitian ini bertujuan mengklasifikasikan sentimen ulasan pelanggan Kedai Kopi Bathok Purbalingga berdasarkan data Google Maps ke dalam kategori positif dan negatif serta membandingkan kinerja algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine (SVM)*. Data ulasan diolah melalui tahapan preprocessing, pembobotan fitur menggunakan TF-IDF, balancing dataset, dan pengujian model untuk memperoleh klasifikasi yang akurat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar ulasan mencerminkan kepuasan pelanggan dengan dominasi kata seperti “enak”, “ramah”, dan “nyaman”. Model *Naïve Bayes* menghasilkan akurasi tinggi dan stabil, sementara SVM memperoleh nilai precision dan recall sempurna meskipun menunjukkan indikasi overfitting pada dataset berukuran kecil. Sentimen negatif pada ulasan memberikan masukan penting terutama terkait waktu tunggu pelayanan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kedua algoritma mampu melakukan klasifikasi dengan baik, dengan SVM sebagai model paling akurat dan hasil analisis dapat digunakan sebagai dasar peningkatan kualitas layanan kedai.

Kata kunci: analisis sentimen, Google Maps, *Naïve Bayes*, SVM, TF-IDF

ABSTRACT

This research aims to classify customer sentiment from Google Maps reviews of Kedai Kopi Bathok Purbalingga into positive and negative categories and to compare the performance of the Naïve Bayes and Support Vector Machine (SVM) algorithms. The review data were processed through text preprocessing, TF-IDF feature extraction, dataset balancing, and model evaluation to obtain accurate sentiment classification. The results show that most reviews express customer satisfaction, dominated by words such as “enak”, “ramah”, and “nyaman”. The Naïve Bayes model achieved high and stable accuracy, while SVM produced perfect precision and recall values, although with potential overfitting due to the limited dataset size. Negative sentiments mainly highlighted service delays, providing valuable insights for improvement. Overall, both algorithms performed well, with SVM achieving the highest accuracy, and the findings offer objective information to support service enhancement at the coffee shop.

Keyword: sentiment analysis, Google Maps, Naïve Bayes, SVM, TF-IDF