

Analisis perbandingan topik ulasan konsumen pada beberapa situs E-commerce Indonesia dengan pendekatan Big Data analytics = Comparative analysis of customer review topics on Indonesian E-commerce websites with big data analytics approach

Cindy Hosea, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505792&lokasi=lokal>

Abstrak

E-commerce merupakan online platform yang sedang mengalami pertumbuhan pesat dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian internet di Indonesia selama lima tahun terakhir. E-commerce menghasilkan ulasan konsumen yang merupakan sumber informasi bagi para pemangku kepentingan. Penelitian ini melakukan analisis big data terhadap 132.085 ulasan konsumen online mengenai ponsel Xiaomi yang ditulis pada tiga situs e-commerce terbesar di Indonesia: Shopee, Bukalapak, dan Blibli dengan text mining, untuk mengidentifikasi distribusi topik, menganalisis jaringan asosiasi semantik, menemukan perbedaan pada ketiga situs, dan menganalisis hubungan antara topik dan skor penilaian ulasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logistik merupakan topik yang paling banyak didiskusikan pada ketiga situs, sementara kualitas pelayanan lebih banyak didiskusikan pada Consumer-to-Consumer (C2C) daripada Business-to-Consumer (B2C) e-commerce. Atribut ponsel lebih banyak didiskusikan pada Bukalapak dan Blibli, dengan fokus topik sistem dan CPU & perangkat keras. Jaringan ulasan konsumen Bukalapak membentuk scale-free network, sementara jaringan kedua situs lainnya hanya menunjukkan karakteristik dari small-world network. Hasil regresi logistik ordinal menunjukkan bahwa 5 dari 8 topik yang dibahas dalam komentar ulasan memiliki hubungan negatif dengan skor penilaian, serta ulasan bernilai rendah cenderung memiliki komentar yang lebih panjang dan spesifik. Hasil penelitian dapat bermanfaat sebagai wawasan untuk pengembangan bagi para pemangku kepentingan di industri e-commerce.

.....E-commerce is a rapidly growing online platform that contributes to Indonesias internet economy during the past five years. E-commerce generates customer reviews as a source of information for stakeholders. This study applies big data analytics toward 132,085 online reviews about Xiaomi mobile phones posted on three major e-commerce websites in Indonesia: Shopee, Bukalapak, and Blibli by text mining, in identifying their distribution of topics, analyzing semantic association network, determining differences between the three websites, also analyzing the relationship between topics and rating score. The findings show that logistics is the most highly discussed topic, while service quality is discussed more in Consumer-to-Consumer (C2C) rather Business-to-Consumer (B2C) e-commerce. Phone attributes are discussed more in Bukalapak and Blibli, focusing on system and CPU & hardware topics. The network of Bukalapak's customer reviews form a scale-free network, and the other two only have the characteristics of a small-world network. The overall results from multilinear regression and ordinal logistic regression show that 5 out of 8 topics reviewed have negative relationships with rating scores, and low-rated reviews tend to have longer and more specific review comments. The findings provide insights for e-commerce stakeholders in supporting further development.