

Analisis Sentimen Berbasis Aspek Marketing Mix Terhadap Ulasan Aplikasi Dompot Digital: Studi Kasus Aplikasi LinkAja pada Twitter = Sentiment Analysis Based on Marketing Mix Aspect of Digital Wallet Application Reviews: Case Study LinkAja Application on Twitter

Rifqy Mikoriza Turjaman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20527207&lokasi=lokal>

Abstrak

Selama pandemi COVID-19 yang telah melanda dunia sejak akhir tahun 2019, transaksi dengan metode pembayaran cashless mengalami peningkatan signifikan. LinkAja sebagai salah satu perusahaan dompet digital di Indonesia yang melayani pembayaran cashless, perlu meningkatkan daya saing di tengah ketatnya persaingan bisnis dompet digital. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperhatikan berbagai aspek berdasarkan teori marketing mix 4P. Aspek yang digunakan berdasarkan teori marketing mix terdiri dari beberapa elemen yang umum yang disebut dengan 4P, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Penelitian ini berfokus untuk melakukan sentimen analisis berbasis aspek untuk mengetahui aspek mana yang mendapat penilaian positif, negatif, atau netral dari data ulasan yang diberikan konsumen. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi bagi LinkAja dalam menentukan aspek mana yang perlu diprioritaskan dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data Twitter yang berkaitan dengan mention akun @linkaja dengan periode 1 Januari 2022 hingga 17 Mei 2022. Penelitian ini melakukan klasifikasi aspek menggunakan string matching menggunakan library Thefuzz. Kemudian klasifikasi sentimen dilakukan menggunakan algoritma SVM. Pada kasus dataset imbalance, dilakukan proses undersampling untuk menyeimbangkan kelas dalam dataset. Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa aplikasi LinkAja mendapatkan sentimen negatif pada aspek produk dengan 98% dari total ulasan dan aspek tempat dengan 100% dari total ulasan, kemudian sentimen netral pada aspek harga sebesar 89% dari total ulasan, dan aspek promosi mendapatkan sentimen positif sebanyak 98% dari total ulasan.

.....During the COVID-19 pandemic that has hit the world since the end of 2019, transactions using the cashless payment method have experienced a significant increase. LinkAja, one of the digital wallet companies in Indonesia that serve cashless payments, needs to increase competitiveness amidst intense competition in the digital wallet business. One is to increase customer satisfaction by paying attention to various aspects based on the 4P marketing mix theory. The aspects used based on the marketing mix theory consist of several general elements called the 4Ps: product, price, place, and promotion. This study focuses on conducting aspect-based sentiment analysis to determine which aspects received positive, negative, or neutral ratings from the consumer review data. The research results can be used as a reference for LinkAja in determining which aspects need to be prioritized to improve the company's competitiveness. The data used in this study is Twitter data related to the @linkaja account mentioned for January 1, 2022, to May 17, 2022. This study performs aspect classification using string matching using the Thefuzz library. Then the sentiment classification is done using the SVM algorithm. In the case of dataset imbalance, an undersampling process is carried out to balance the classes in the dataset. The classification results show that the LinkAja application gets negative sentiment on the product aspect with 98% of the total reviews and the place aspect with 100% of the total reviews, then neutral sentiment on the price aspect with 89% of the total

reviews, and the promotion aspect gets 98% positive sentiment of the total reviews.