

## ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* sangatlah pesat di Indonesia. Ditambah lagi adanya virus covid-19 yang sedang melanda di dunia ini, *e-commerce* merupakan faktor utama dalam menjaga perekonomian Indonesia. Masyarakat yang disarankan untuk berada di rumah saja merasa kesulitan untuk melakukan transaksi jual beli. Hal ini sangat memicu masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Banyak perusahaan yang menyediakan layanan *e-commerce* ini. Salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas layanan *e-commerce* adalah aplikasi *e-commerce* itu sendiri. Masyarakat yang menggunakan aplikasi tersebut mempunyai pandangannya masing-masing yang dapat berbentuk sebuah opini. Dari sinilah perusahaan dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari aplikasi yang telah dibuat. Opini yang diberikan oleh masyarakat sangatlah baik dalam menentukan kebijakan yang diambil untuk memperbaiki layanan tersebut. Hanya saja dengan banyaknya opini yang diberikan sangat sulit untuk menganalisa sentimen tersebut secara keseluruhan.

Penelitian ini membuat suatu sistem untuk menganalisa sentimen pada *review* aplikasi *e-commerce* menggunakan metode *convolutional neural network* (CNN). Sistem ini dapat menganalisa sentimen kedalam tiga kategori yaitu positif, negatif, dan netral dengan akurasi yang dicapai paling tinggi sebesar 86,6%. Akurasi tersebut didapatkan dengan cara mengubah beberapa konfigurasi sistem seperti mengubah persentase partisi data, mengubah nilai *learning rate*, *batch size*, dan *epoch*.

**Kata kunci:** sentimen analisis, *convolutional neural network*, *e-commerce*.