

## ABSTRAK

Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dimanfaatkan oleh banyak perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* untuk mengembangkan dan meningkatkan layanannya. Banyak *e-commerce* yang telah dapat diakses melalui *mobile apps*. Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* terkemuka yang ada di Indonesia dan menempati posisi kedua dalam *top 10 e-commerce* di Indonesia tahun 2018 berdasarkan data Statista. Sangat penting bagi perusahaan besar seperti Tokopedia untuk mengetahui pendapat pengguna terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Opini pengguna terhadap aplikasi Tokopedia tersebut dapat dilihat dalam kolom *review* pada Google Play Store, namun untuk mengolah *review* atau ulasan bukanlah hal yang mudah. Banyaknya ulasan akan menyulitkan pengambilan informasi bila dibaca dan diproses secara manual. Untuk mengatasi hal tersebut dibutuhkan metode atau teknik *sentiment analysis* untuk dapat mengategorikan *review* atau ulasan yang ada secara otomatis, apakah komentar atau *review* tersebut tergolong positif, negatif atau netral. Analisis sentimen dilakukan dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes*. Penelitian ini dimulai dengan melakukan identifikasi masalah dan mencari solusi, pengambilan data menggunakan teknik *scraping*, melakukan *preprocessing*, *processing* dengan algoritma *Naive Bayes* dan *TF-IDF*, dan pengukuran performa, dilanjutkan dengan membuat visual serta kesimpulan dan saran. Hasil sentimen positif yang didapat dijadikan sebagai acuan untuk mempertahankan kualitas layanan dan hasil sentimen netral serta negatif dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan layanan dan aplikasi Tokopedia.

**Kata Kunci** : *E-commerce*, Google Play Store, Tokopedia, Analisis Sentimen, *Naive Bayes*