

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Analisis sentimen adalah metode untuk mengekstraksi dan menganalisis pendapat, opini, atau perasaan yang terkandung dalam teks atau konten yang diposting oleh pengguna media sosial. Pada penulisan ini, analisis sentimen akan digunakan untuk memahami bagaimana pengguna *Tik Tok* merespons dan mengekspresikan perasaan mereka terhadap produk *ScentPlus* dan *Moris*.

Platform media sosial seperti *Tik Tok* telah menjadi salah satu media utama bagi masyarakat untuk berbagi pendapat, pengalaman, dan ulasan tentang berbagai produk. Salah satu produk yang sering dibahas dan direview oleh pengguna *Tik Tok* adalah parfum. Karena menjadi bagian penting dalam gaya hidup dan penampilan personal bagi banyak individu, dan popularitasnya semakin meningkat di platform *Tik Tok*.

*ScentPlus* dan *Moris* merupakan dua merek parfum yang cukup dikenal di kalangan pengguna *Tik Tok*. *ScentPlus* dikenal dengan berbagai varian wangi yang unik, mewah dan daya tahan aroma yang tahan lama, sementara *Moris* menawarkan berbagai pilihan aroma yang elegan dan segar. Kedua produk ini mendominasi peringkat 1 dan 2 penjual parfum terlaris di *Tik Tok* dan telah berhasil mencapai penjualan lebih dari 100 ribu unit, menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi di kalangan pengguna *Tik Tok*, Meskipun keduanya memiliki basis penggemar yang kuat, namun seperti halnya produk lainnya,

*ScentPlus* dan *Moris* juga tidak luput dari masalah dan tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pihak *ScentPlus* dan *Moris* di platform *Tik Tok* adalah variabilitas kualitas produk antar varian, kecocokan aroma dengan preferensi pengguna, masalah kemasan atau pengiriman, dan respon terhadap ulasan atau keluhan pelanggan. Semua permasalahan ini menjadi penting untuk diatasi agar mereka dapat mempertahankan reputasi mereka di pasar yang kompetitif ini.

Algoritma regresi logistik adalah metode statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen biner. Dalam analisis sentimen, regresi logistik sering digunakan untuk mengklasifikasi apakah suatu teks memiliki sentimen negatif, netral, atau positif berdasarkan fitur-fitur yang diekstraksi dari teks tersebut.

Dalam Penulisan ini metode regresi logistik akan diterapkan untuk mengklasifikasikan sentimen dari ulasan pelanggan menjadi positif, negatif, atau netral, dan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pemilihan metode regresi logistik ini mengacu kepada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa akurasi metode regresi logistik lebih tinggi jika dibandingkan dengan metode Naïve bayes, Support Vector Machine, Random Forest dan KNN, Pernyataan tersebut dapat dilihat pada hasil penelitian yang berjudul, "*Literatur Review: Metode Klasifikasi Pada Sentimen Analisis*"(Cindo & Rini, 2019), dan penelitian yang berjudul, "*Comparison Of Logistic Regression, Multinomialnb, Svm, And K-Nn Methods On Sentiment Analysis Of Gojek App Reviews On The Google Play Store*"

(Maulana et al., 2023), serta, Yang di lakukan oleh (Rahmawati and Fitriani) yang berjudul, “*Analisis Sentimen Menggunakan Algoritma Logistic Regression Pada Penerbangan Lion Air berdasarkan Ulasan Pengguna Platform Online*”(Rahmawati & Fitriani, 2023).

Dengan memanfaatkan data ulasan dan interaksi pengguna di *Tik Tok*, Analisis sentimen ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam kepada *ScntPlus* dan *Moris* tentang kekuatan, kelemahan, dan peluang untuk meningkatkan pelayanan mereka. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu kedua merek ini dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan, sehingga dapat menciptakan kepuasan yang lebih baik dan memperkuat posisi mereka di pasar parfum yang kompetitif.

Dari penjelasan dan dengan berbagai macam pertimbangan yang di lakukan, peneliti memberikan judul skripsi ini yaitu :

**“ANALISIS SENTIMEN KEPUASAN PELANGGAN PARFUM SCENTPLUS DAN MORIS DI PLATFORM TIK TOK MENGGUNAKAN METODE REGRESI LOGISTIK”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari uraian di atas, berikut adalah rumusan masalah yang terdapat dalam skripsi ini :

1. Bagaimana menerapkan metode Regresi Logistik dalam melakukan klasifikasi tingkat kepuasan pelanggan parfum *ScntPlus* dan *Moris*?

2. Bagaimana tingkat akurasi yang dihasilkan oleh metode Regresi Logistik dalam melakukan klasifikasi tingkat kepuasan pelanggan parfum *ScentsPlus* dan *Moris*?
3. Bagaimana performa metode Regresi Logistik dalam klasifikasi tingkat kepuasan pelanggan parfum *ScentsPlus* dan *Moris*?
4. Bagaimana menerapkan analisis sentimen parfum *ScentsPlus* dan *Moris* pada sebuah web dengan model yang sudah dilatih?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melakukan analisis sentimen terhadap opini masyarakat *Indonesia* terhadap komentar pelanggan parfum *ScentsPlus* dan *Moris* di platform *Tik Tok* dengan menggunakan metode Regresi Logistik, Studi Kasus : (Chanel *Tik Tok ScentsPlus* dan *Moris Indonesia*)
2. Mengetahui akurasi yang didapatkan algoritma Regresi Logistik pada komentar pelanggan parfum *ScentsPlus* dan *Moris* di platform *Tik Tok*, Studi Kasus : (Chanel *Tik Tok ScentsPlus* dan *Moris*)
3. Membuat analisis sentimen yang dapat berjalan dengan baik dan dapat membantu pihak *ScentsPlus* Dan *Moris* dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman tentang cara analisis sentimen dilakukan dengan menggunakan metode Regresi Logistik untuk menganalisis komentar pelanggan parfum *ScentsPlus* dan *Moris* di platform *Tik Tok* dengan menggunakan metode Regresi Logistik, Studi Kasus : (*Chanel Tik Tok ScentsPlus* dan *Moris Indonesia*)
2. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang berguna bagi parfum *ScentsPlus* dan *Moris* dalam meningkatkan strategi pelayanan mereka melalui akun *Tik Tok*. Dengan mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat berdasarkan sentimen yang diungkapkan, parfum *ScentsPlus* dan *Moris* dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk mereka serta membuat perbaikan yang relevan
3. Memberikan pandangan tentang cara-cara yang dapat digunakan dalam melakukan analisis sentimen pada data teks dengan menggunakan algoritma yang efektif dan akurat.

#### 1.5. Batasan Masalah

Klasifikasi ini memiliki cakupan yang luas, sehingga peneliti membuat batasan masalah yaitu :

1. Menggunakan algoritma Regresi Logistik untuk klasifikasi.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari dataset public (*Komentar di chanel Tik Tok Scentsplus Official* dan *Moris Indonesia*)
3. Data yang digunakan berjumlah 1000 data.
4. Tools yang digunakan yaitu *Jupyter Notebook*, Bahasa pemrograman yang digunakan *Python* dan *Streamlit* sebagai *framework website*.
5. Tidak bisa mendeteksi kalimat sarkasme.