

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh komentar instagram terhadap minat beli pada produk Wardah menggunakan *Support Vector Machine*. Fitur komentar pada instagram sangatlah penting sebagai *feedback* yang berguna dalam mengetahui selera pasar atau minat beli. Namun tidak semua pengguna yang berkomentar pada unggahan produk Wardah memiliki minat beli dengan produk yang diunggah tersebut. Dikarenakan data komentar produk Wardah berjumlah besar maka perlu adanya penerapan *SVM*. *SVM* diperlukan, sebagai metode analisis sentimen untuk dapat mengklasifikasi komentar yang memiliki minat dan tidak minat terhadap produk Wardah.

Proses analisis data komentar Wardah diawali dengan mengumpulkan data komentar menggunakan "*instagram scraping*" yang tersedia pada *github*. Data komentar yang terkumpul berjumlah 7139 dimana data tersebut dipilah dari komentar *admin olshop* dan komentar balasan Wardah. Setelah dilakukan pemilahan data komentar, terdapat 2156 komentar yang siap digunakan dalam analisis sentimen. Data tersebut diambil dari unggahan produk Acnederm yang berjumlah 570, Hydra Rose 598 komentar, Lightning 459 komentar, dan Lip Cream 529 komentar. Pengambilan data dilakukan pada November 2020 sampai dengan Januari 2021. Data tersebut dilakukan pelabelan manual agar dapat digolongkan dalam kelas positif (minat) dan negatif (tidak minat). Tahap selanjutnya yaitu teknik *preprocessing*, pada proses ini data akan dibersihkan dalam beberapa tahap sehingga siap untuk digunakan dalam proses analisis

sentimen. Selanjutnya data tersebut dilakukan pembobotan dengan metode *tf-idf* untuk menghasilkan bobot setiap kata (*term*) yang akan digunakan dalam proses klasifikasi sentimen.

Setelah dilakukan pembobotan, data komentar akan melalui proses klasifikasi agar dapat diketahui besaran minat beli konsumen dan hasil analisis sentimen. Tahapan ini menggunakan metode *Support Vector Machine*, yang mengklasifikasikan data menjadi sentimen positif dan negatif. Dalam penelitian ini, sentimen positif menjelaskan kecenderungan komentar pengguna instagram yang memiliki minat beli. Sedangkan sentimen negatif menjelaskan kecenderungan pengguna tidak memiliki minat beli. Hasil analisis sentimen komentar produk Wardah didapatkan persentase sebesar 83,4% pada produk Acnederm, Hydra Rose 83,05%, Lightening 85,33%, dan Lip Cream 71,43%. Minat beli menampilkan pemeringkatan setiap produk Wardah dengan menggunakan sentimen positif. Hasil dari minat beli didapatkan sebesar 31% pengguna memiliki minat beli terhadap produk acnederm, hydra rose sebesar 32,67%, lightening sebesar 21,33%, dan lip cream sebesar 15%. Setelah dilakukan klasifikasi data, langkah selanjutnya adalah memvalidasi akurasi hasil SVM. Proses pengujian dilakukan menggunakan nilai *k-fold* = 1 sampai dengan nilai *k-fold* = 10. Hasil pengujian dengan *k-fold cross validation* didapatkan nilai rata rata untuk produk Hydra Rose menghasilkan nilai akurasi sebesar 79,3%, *recall* 94,6%, dan *precision* 81,3%. Lightening akurasi sebesar 78,3%, *recall* 95,7% dan *precision* 79,5%. Acnederm akurasi sebesar 78,4%, *recall* 96,1% dan *precision* 79,2%. Lip Cream akurasi sebesar 78,8%, *recall* 92,5% dan *precision* 77,6%.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari komentar pengguna instagram terhadap minat beli produk Wardah yang diunggah. Penerapan algoritma *Support Vector Machine* terbukti mampu untuk melakukan analisis komentar instagram akun Wardah terhadap minat beli konsumen dengan baik. Hasil validasi juga menunjukkan bahwa analisis menggunakan SVM cenderung akurat terlihat dari hasil akurasi, *recall* dan *precision* yang diatas 70%. Hal ini membuat SVM dapat dijadikan sebagai metode analisis yang memiliki hasil baik dan akurat serta dapat menggambarkan data sebenarnya.

5.2 Saran

1. Saran untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah data dan variasi produk agar mendapatkan akurasi yang lebih baik.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menerapkan metode yang sama untuk kasus lain maupun sebaliknya.
3. Dalam tahap normalisasi, perlu ditambahkan lagi kamus kata yang sesuai dengan komentar. Sehingga kata (*term*) dapat diproses lebih optimal dan lebih siap untuk dilakukan analisis sentimen.
4. Setelah didapatkan hasil analisis sentimen pada produk Wardah, dapat dijadikan acuan untuk pengembangan strategi dan promosi untuk produk yang kurang memiliki minat beli.