

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Algoritma *Multinomial Naive Bayes* berhasil diterapkan untuk melakukan klasifikasi sentimen ulasan pelanggan Super dazzle yang diperoleh dari *Google maps* ke dalam kategori sentimen positif, negatif, dan netral.
2. Berdasarkan hasil pengujian model, algoritma *Multinomial Naive Bayes* mampu memberikan performa klasifikasi yang cukup baik. Model terbaik diperoleh menggunakan metode *SMOTE* tanpa *hyperparameter tuning*, yang menghasilkan *accuracy* sebesar 81%, serta menunjukkan nilai *precision*, *recall*, dan *f1-score* yang cukup stabil pada proses klasifikasi sentimen.
3. Hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa ulasan pelanggan didominasi oleh sentimen positif. Namun, masih ditemukan beberapa ulasan negatif yang berkaitan dengan kualitas layanan, seperti pegawai yang kurang ramah, pelayanan yang lambat, antrian kasir, dan kurang responsifnya pelayanan terhadap pelanggan.
4. Hasil *WordCloud* dan review paling representatif menunjukkan bahwa aspek pelayanan menjadi topik paling sering muncul pada ulasan negatif pelanggan. Temuan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi bagi pihak Super dazzle untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan saat berbelanja.
5. Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis sentimen menggunakan algoritma *Multinomial Naive Bayes* dapat digunakan sebagai salah satu pendekatan untuk membantu perusahaan dalam memahami opini pelanggan secara otomatis dan mendukung proses evaluasi kualitas layanan berdasarkan data ulasan pelanggan pada *Google Maps*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan penelitian maupun peningkatan kualitas layanan perusahaan. Pihak super dazzle diharapkan dapat memanfaatkan hasil analisis sentimen ini sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan, terutama pada aspek keramahan pelanggan, kecepatan pelayanan, serta respons pegawai terhadap pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya, jumlah dataset yang digunakan dapat diperbanyak agar hasil klasifikasi sentimen menjadi lebih optimal dan mampu merepresentasikan opini pelanggan secara luas. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan algoritma lain seperti *Support Vector Machine (SVM)*, *random forest*, maupun metode *deep learning* untuk membandingkan performa klasifikasi sentimen dengan *naive bayes*. Selain itu, pengembangan sistem analisis sentimen berbasis website yang realtime juga dapat dilakukan agar proses analisis dan evaluasi kualitas layanan dapat berjalan secara otomatis serta lebih mudah digunakan oleh perusahaan dalam memantau opini pelanggan secara *real-time*.