



140810220068 - NAUFAL FAKHRI I
140810230058 - DANISH RAHADIAN M E
140810230081 - MUHAMMAD LUTHFI A S
140810230083 - ATHALLAH AZHAR A H

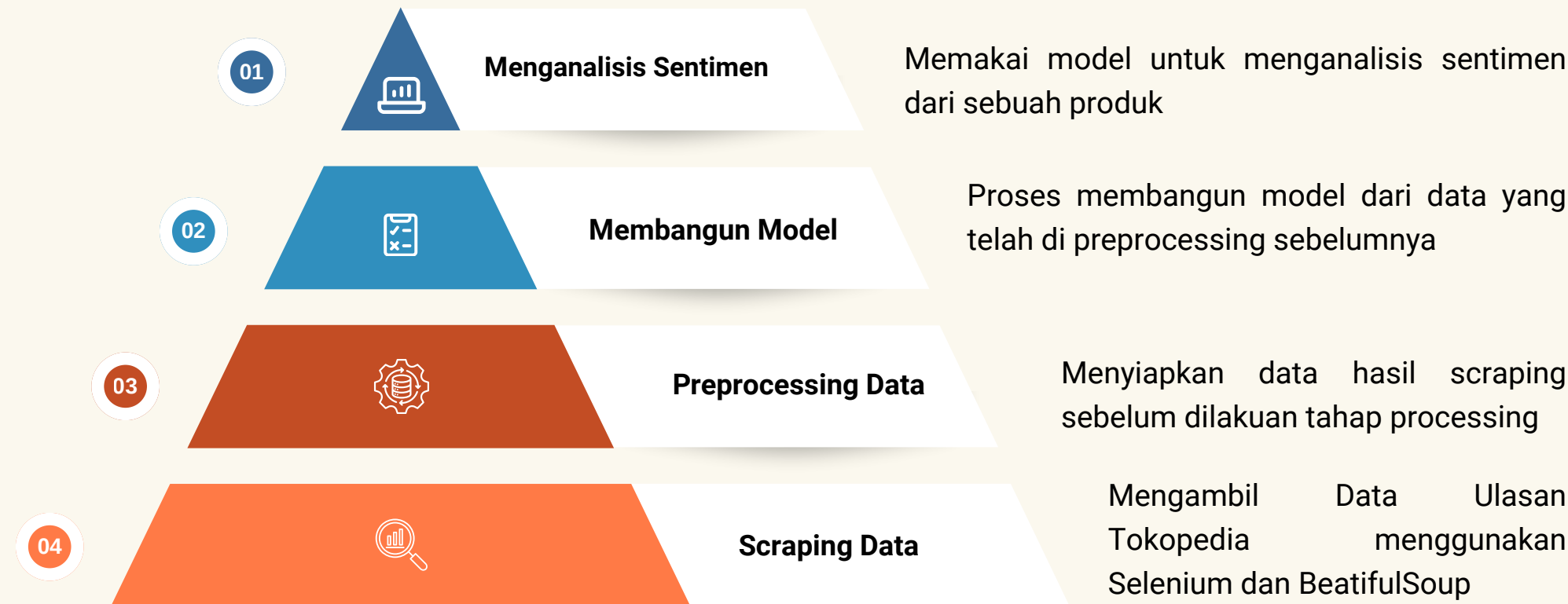
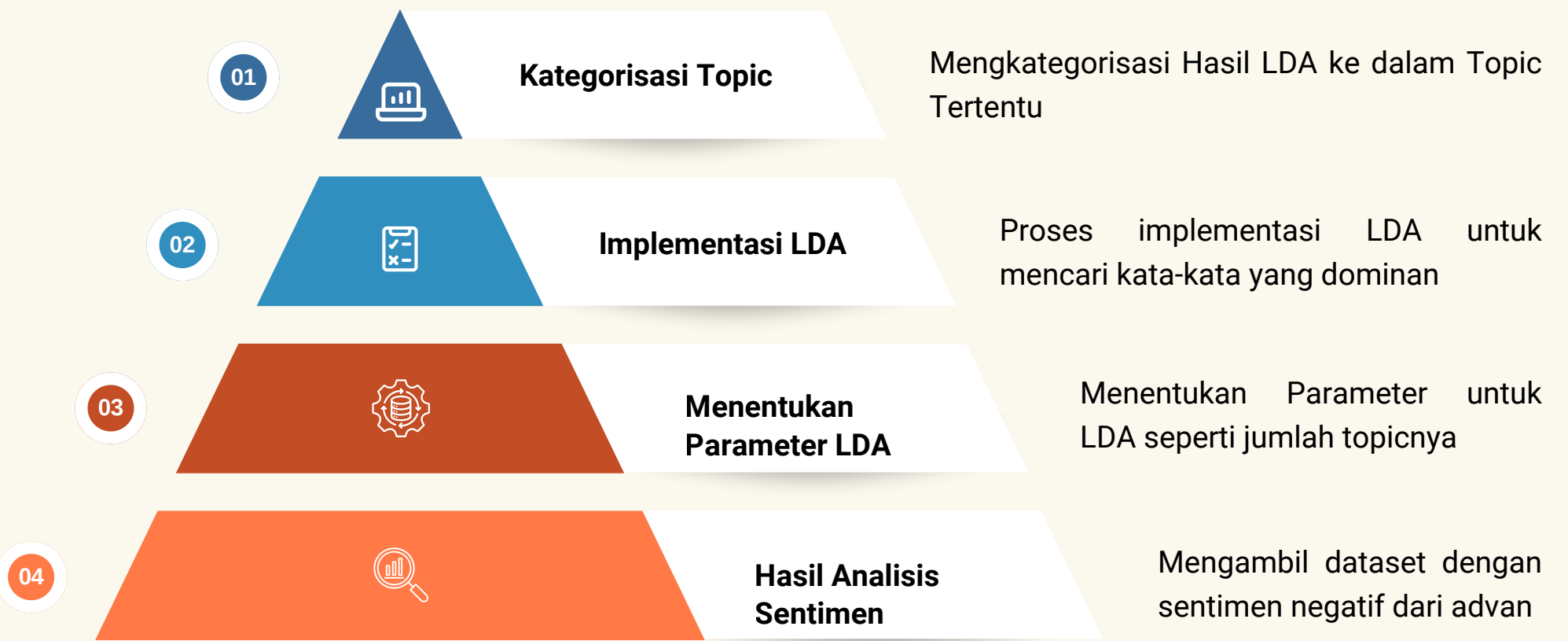
DOSEN PEMBIMBING:
DR. AFRIDA HELEN, S.T., M.T.

ANALISIS SENTIMEN KONSUMEN TERHADAP PRODUK LOKAL DAN GLOBAL DI TOKOPEDIA: STUDI KASUS ADVAN DAN XIAOMI

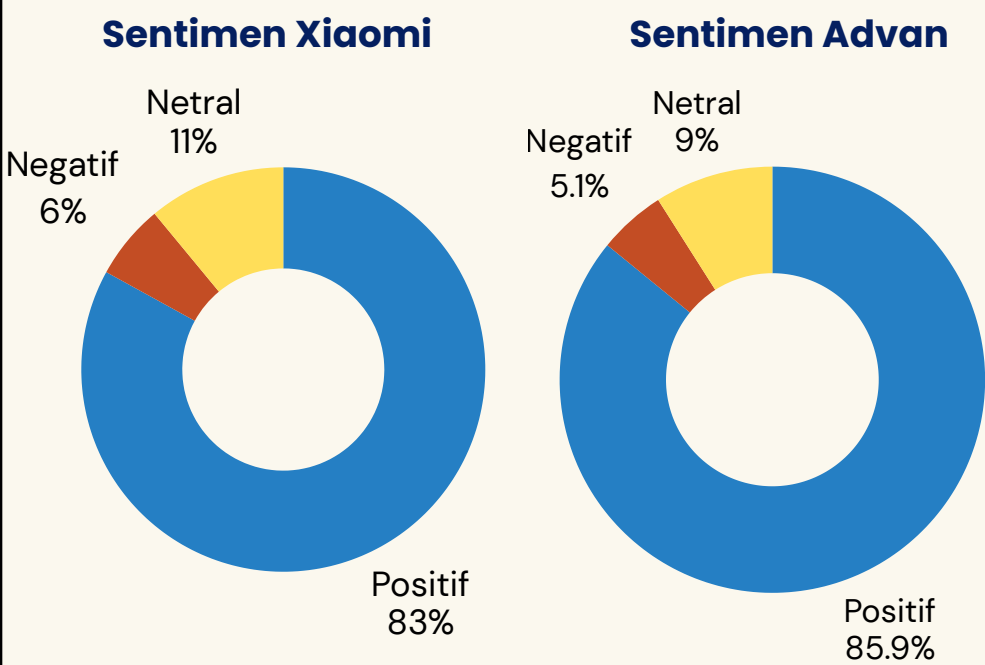
01 INTRODUCTION

Pasar teknologi Indonesia menunjukkan dominasi produk impor, khususnya merek Xiaomi, yang mengindikasikan tingginya preferensi konsumen terhadap produk asing dan berpotensi menekan daya saing industri nasional, sementara merek lokal seperti Advan masih menghadapi tantangan dalam persepsi kualitas dan loyalitas pengguna. Ulasan pengguna di platform digital menjadi sumber data penting untuk memahami persepsi publik secara objektif, sehingga penelitian ini memanfaatkan pendekatan text mining dan machine learning untuk menganalisis sentimen serta mengidentifikasi aspek krusial yang membedakan tingkat kepuasan pengguna antara merek asing dan lokal. Dengan menerapkan Semi-Supervised Annotation dan klasifikasi sentimen berbasis Supervised Learning, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai peta persaingan persepsi konsumen terhadap produk teknologi di Indonesia.

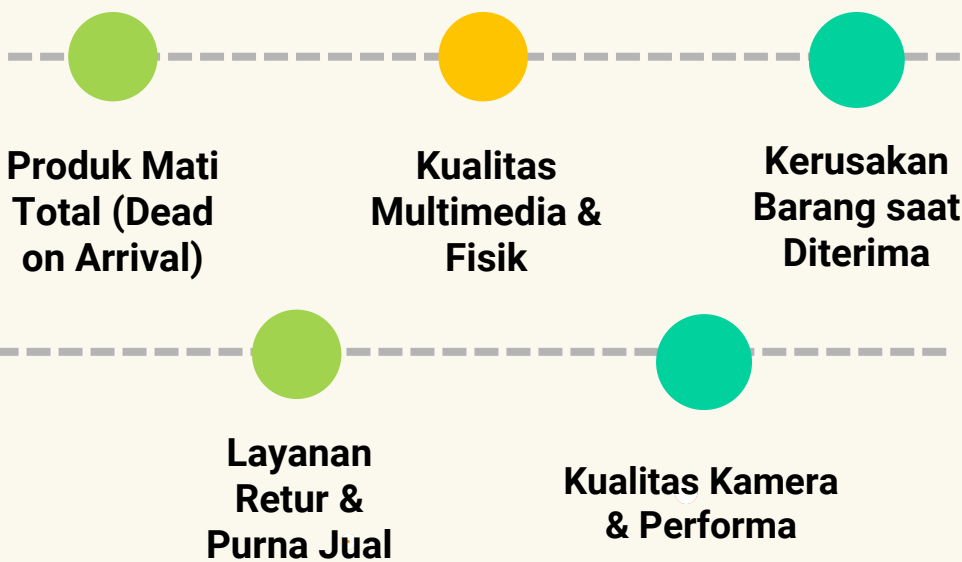
02 METHODOLOGY



04 RESULTS



FAKTOR SENTIMEN NEGATIF



03 PRE-PROCESSING

