

ABSTRAK

Layanan GoFood, sebagai salah satu fitur pengiriman makanan dalam aplikasi Gojek, kerap memperoleh beragam ulasan dari para pengguna di platform *Google Play Store*. Ulasan-ulasan tersebut berfungsi sebagai parameter utama untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan sekaligus mengidentifikasi berbagai keluhan terkait kualitas layanan. Mengingat jumlah ulasan yang begitu melimpah, pendekatan analisis manual jelas tidak lagi praktis dan memakan waktu, sehingga muncul kebutuhan mendesak akan penerapan teknik analisis sentimen berbasis otomatisasi. Penelitian ini secara khusus dirancang untuk mengeksplorasi pandangan serta opini pengguna terhadap GoFood melalui penerapan algoritma Naive Bayes.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *web scraping* langsung dari *Google Play Store*, yang berhasil mengumpulkan sebanyak 1.649 ulasan berbahasa Indonesia. Selanjutnya, seluruh kumpulan data tersebut diproses melalui tahap *preprocessing*, pelabelan sentimen (positif maupun negatif), serta transformasi ke dalam bentuk numerik dengan memanfaatkan metode TF-IDF. Pembagian data pun dilakukan secara proporsional, yakni 80% untuk pelatihan model dan 20% untuk pengujian. Dari hasil pengujian yang dilakukan, model Naive Bayes berhasil mencapai tingkat akurasi sebesar 78,14%. Tak hanya itu, representasi visual dari data juga menggambarkan dominasi sentimen negatif yang jauh lebih menonjol ketimbang sentimen positif. Penelitian ini diharapkan mampu menyediakan rekomendasi berharga bagi pihak GoFood guna melakukan perbaikan berkelanjutan pada kualitas layanannya.

Kata kunci: Analisis Sentimen, GoFood, Naive Bayes, Google Play Store.

ABSTRACT

GoFood, a prominent food delivery feature embedded in the Gojek mobile application, consistently attracts a wide array of user reviews on the Google Play Store. These reviews serve as critical benchmarks for assessing customer satisfaction levels while highlighting persistent service-related complaints. With the sheer volume of feedback overwhelming traditional manual review processes—rendering them time-intensive and impractical—there arises a compelling case for automated sentiment analysis techniques. This study delves into users' perceptions and attitudes toward GoFood services by leveraging the Naive Bayes algorithm. Data collection involved direct web scraping from the Google Play Store, yielding 1,649 Indonesian-language reviews. The dataset underwent comprehensive preprocessing, sentiment labeling (categorized as positive or negative), and conversion to numerical vectors via the TF-IDF methodology. It was then split into training (80%) and testing (20%) subsets. Evaluation results demonstrate that the Naive Bayes model achieved an accuracy of 78.14%. Visual analytics further reveal a marked prevalence of negative sentiments over positive ones. Ultimately, the findings aim to offer actionable insights for GoFood stakeholders, supporting ongoing enhancements to service quality.

Keywords: Sentiment Analysis, GoFood, Naive Bayes, Google Play Store.