

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Gacoan, “No Title,” *miegacoan.com*. <https://www.miegacoan.com/>
- [2] M. Achyar, D. Tricahyono, P. Mbt, F. Ekonomi, and U. Telkom, “Sentiment Analysis Of Samsung Galaxy Note 8 Products In 2018,” vol. 5, no. 2, pp. 1722–1733, 2018.
- [3] A. P. Giovani, A. Ardiansyah, T. Haryanti, L. Kurniawati, and W. Gata, “Analisis Sentimen Aplikasi Ruang Guru Di Twitter Menggunakan Algoritma Klasifikasi,” *J. Teknoinfo*, vol. 14, no. 2, p. 115, 2020, doi: 10.33365/jti.v14i2.679.
- [4] J. Edukasi, B. Gunawan, H. S. Pratiwi, and E. E. Pratama, “Sistem Analisis Sentimen pada Ulasan Produk Menggunakan Metode Naive Bayes,” vol. 4, no. 2, pp. 113–118, 2018.
- [5] E. Indrayuni, “Klasifikasi Text Mining Review Produk Kosmetik Untuk Teks Bahasa Indonesia Menggunakan Algoritma Naive Bayes,” vol. VII, no. 1, pp. 29–36, 2019.
- [6] A. Rakhman and M. R. Tsani, “Analisis Sentimen Review Media Massa,” vol. 8, no. 2, pp. 78–82, 2019.
- [7] F. Albasithu and A. Wibowo, “Perbandingan Algoritma Naïve Bayes Dan C4 .

- 5 pada Analisis Sentimen Presiden 3 Periode di Twitter Comparison of Naive Bayes and C4 . 5 Algorithm on Presidential Sentiment Analysis 3 Period on Twitter,” no. September, pp. 510–516, 2022.
- [8] H. Herlawati, R. T. Handayanto, P. D. Atika, F. N. Khasanah, A. Y. P. Yusuf, and D. Y. Septia, “Analisis Sentimen Pada Situs Google Review dengan Naïve Bayes dan Support Vector Machine,” *J. Komtika (Komputasi dan Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 153–163, 2021, doi: 10.31603/komtika.v5i2.6280.
- [9] T. Com, “Analisis Sentimen Terhadap Kementerian Perdagangan Pada Sosial Media Twitter Menggunakan Metode Naïve Bayes,” vol. 21, no. 4, pp. 741–752, 2022.
- [10] R. Khalida and S. Setiawati, “Analisis Sentimen Sistem E-Tilang Menggunakan Algoritma Naive Bayes Dengan Optimalisasi Information Gain,” vol. 1, no. 1, pp. 19–26, 2020.
- [11] A. R. Satria and S. Adinugroho, “Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Mobile menggunakan Algoritma Gabungan Naïve Bayes dan C4 . 5 berbasis Normalisasi Kata Levenshtein,” vol. 4, no. 11, pp. 4154–4163, 2020.
- [12] Hartatik *et al.*, *Data Science For Business : Pengantar & Penerapan Berbagai Sektor*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [13] “Data Science Overview : Menenal Pengertian serta Tahapannya.”

<https://it.telkomuniversity.ac.id/data-science-overview-mengenal-pengertian-serta-tahapannya/>

- [14] D. N. Sari, D. N. Sari, F. Adelia, F. Rosdiana, B. B. Butar, and M. Hariyanto, “Analisa Sentimen Terhadap Review Produk Kecantikan Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier,” *JIKA (Jurnal Inform.*, vol. 4, no. 3, p. 109, 2020, doi: 10.31000/jika.v4i3.3086.
- [15] A. Tumanggor and P. S. Hasugian, “Penerapan Data Mining Untuk Memprediksi Tingkat Kemampuan Anak Dalam Mengikuti Mata Pelajaran Dengan Metode C4.5 Pada SDN 105351 Bakaran Batu,” *J. Nas. Komputasi dan Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 57–63, 2021, doi: 10.32672/jnkti.v4i1.2718.
- [16] M. R. Faisal, D. Kartini, A. R. Arrahimi, and T. H. Saragih, *Belajar Data Science: Text Mining Untuk Pemula*, vol. 1, no. March. 2021. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/359619425>
- [17] M. Hamka, N. Alfatari, and D. Ratna Sari, “Analisis Sentimen Produk Kecantikan Jenis Serum Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Classifier,” *J. Sist. Komput. dan Inform.*, vol. 4, no. 1, p. 64, 2022, doi: 10.30865/json.v4i1.4740.
- [18] S. Ramos *et al.*, “Data mining techniques for electricity customer characterization,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 186, pp. 475–488, 2021, doi:

10.1016/j.procs.2021.04.168.

- [19] A. Kulsumarwati, I. Purnamasari, and B. A. Darmawan, “Penerapan SVM dan Information Gain Pada Analisis Sentimen Pelaksanaan Pilkada Saat Pandemi,” *J. Teknol. Inform. dan Komput.*, vol. 7, no. 2, pp. 101–109, 2021, doi: 10.37012/jtik.v7i2.641.
- [20] O. I. Gifari, M. Adha, F. Freddy, and F. F. S. Durrand, “Analisis Sentimen Review Film Menggunakan TF-IDF dan Support Vector Machine,” *J. Inf. Technol.*, vol. 2, no. 1, pp. 36–40, 2022, doi: 10.46229/jifotech.v2i1.330.
- [21] D. Normawati and S. A. Prayogi, “Implementasi Naïve Bayes Classifier Dan Confusion Matrix Pada Analisis Sentimen Berbasis Teks Pada Twitter,” *J. Sains Komput. Inform. (J-SAKTI)*, vol. 5, no. 2, pp. 697–711, 2021, [Online]. Available: <http://ejurnal.tunasbangsa.ac.id/index.php/jsakti/article/view/369>
- [22] F. Ratnawati, “Implementasi Algoritma Naive Bayes Terhadap Analisis Sentimen Opini Film Pada Twitter,” 2018.
- [23] M. G. Pradana, A. C. Nurcahyo, P. H. Saputro, and K. Barat, “Pengaruh Sentimen Di Sosial Media Dengan Harga Saham,” *J. Ilm. Edutic*, vol. 6, no. 2, 2020.
- [24] E. M. Sipayung, H. Maharani, and I. Zefanya, “Perancangan Sistem Analisis Sentimen Komentar Pelanggan Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier,”

- J. Sist. Inf.*, vol. 8, no. 1, pp. 2355–4614, 2016, [Online]. Available: <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- [25] L. 6, “Review adalah Ringkasan Berdasarkan Analisis dan Fakta, Pahami Cara Memulainya,” *liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/hot/read/4471261/review-adalah-ringkasan-berdasarkan-analisis-dan-fakta-pahami-cara-memulainya>
- [26] D. Istiyari, D. W. Widarti, and S. Informasi, “Visualisasi skillset iklan lowongan kerja berbasis web,” no. September, pp. 598–606, 2017.

