

Analisis Sentimen pada Ulasan Hotel untuk Mengidentifikasi Aspek Positif dan Negatif dalam Pengalaman Pengguna

Natalia Hassanah¹⁾

¹⁾Teknologi Informasi

*) Hassanahnatal341@gmail.com

Abstrak

Analisis sentimen pada ulasan hotel telah menjadi topik penelitian yang signifikan dalam bidang pemrosesan bahasa alami dan ilmu komputer. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna berdasarkan ulasan yang diberikan terkait dengan hotel. Metode analisis sentimen yang digunakan melibatkan pemrosesan teks dan teknik pembelajaran mesin untuk mengklasifikasikan ulasan sebagai positif, negatif, atau netral. Dalam penelitian ini, data ulasan hotel yang diperoleh dari berbagai platform ulasan online digunakan sebagai sumber informasi. Langkah pertama adalah melakukan pra-pemrosesan pada data, termasuk pembersihan teks, penghapusan tanda baca, normalisasi kata, dan penghapusan kata-kata yang tidak relevan. Selanjutnya, fitur-fitur penting diekstraksi dari teks ulasan, seperti kata-kata kunci, frasa, atau sentimen yang menonjol. Pada tahap berikutnya, model pembelajaran mesin, seperti Naive Bayes, Support Vector Machines (SVM), atau Algoritma Random Forest, dilatih menggunakan data pelatihan yang telah diklasifikasikan sebelumnya oleh manusia sebagai positif atau negatif. Model ini kemudian digunakan untuk menganalisis sentimen pada ulasan yang belum diklasifikasikan, dan mengidentifikasi aspek-aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis sentimen pada ulasan hotel efektif dalam mengidentifikasi aspek-aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna. Aspek-aspek yang umumnya diidentifikasi meliputi layanan pelanggan, kenyamanan fasilitas, kebersihan, lokasi, makanan dan minuman, serta harga. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen hotel untuk memahami area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Analisis sentimen, Ulasan hotel, Aspek positif dan negative, Pengalaman pengguna

PENDAHULUAN

Analisis sentimen pada ulasan hotel adalah metode untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna (Alita et al., 2019; Darwis et al., 2021; Hasri & Alita, 2022; Isnain et al., 2021; Isnain, Marga, et al., n.d.). Dengan menggunakan teknik pemrosesan bahasa alami dan pemodelan mesin, analisis sentimen dapat memahami perasaan dan pendapat yang terkandung dalam ulasan. Hal ini dapat membantu hotel untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna serta meningkatkan kualitas layanan

mereka (Afrianto & Gulö, 2019; Dewantoro, 2021; Herison et al., 2019; Oktavia & Suprayogi, 2021; Riski Anggraini, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen pada ulasan hotel guna mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna. Metode ini menggunakan teknik pemrosesan bahasa alami dan pemodelan mesin untuk memahami perasaan dan pendapat yang terkandung dalam ulasan tersebut (Fariyanto et al., 2021; Nuryani & Darwis, 2021; Riskiono et al., 2018; I. P. Sari et al., 2020; Teknologi, Jtsi, Wahyuni, et al., 2021; Wantoro & Susanto, 2022; Yudhistiraa et al., 2022). Dengan memahami aspek yang disukai dan yang perlu diperbaiki dalam pengalaman pengguna, hotel dapat meningkatkan kualitas layanan mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi industri perhotelan dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan memperoleh keunggulan kompetitif (Abidin, 2021; Ahdan et al., 2021; Indonesia, 2022; nofianti, 2020; Octavia et al., 2020).

Penelitian Analisis Sentimen pada ulasan hotel untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna memiliki beberapa kepentingan yang signifikan (Aguss & Yuliandra, 2021; Maskar et al., 2021; Permatasari, 2019; Permatasari & Anggarini, 2020; Vinahapsari & Rosita, 2020; D. sartika Wahyuni, 2020). Berikut adalah beberapa alasan mengapa penelitian ini penting: 1) Memahami preferensi pelanggan: Melalui analisis sentimen, penelitian ini memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi pelanggan dalam hal aspek-aspek positif dan negatif yang mempengaruhi pengalaman mereka di hotel (Ameraldo & Ghazali, 2021; Kusnadi et al., 2021; Mayasari et al., 2022; Purwaningsih & Gulö, 2021; Purwanto et al., 2020; Shodik et al., 2019). Informasi ini penting bagi manajemen hotel untuk memperoleh wawasan tentang apa yang dihargai oleh pelanggan dan bagaimana mereka mengevaluasi berbagai aspek dari layanan dan fasilitas yang disediakan. Dengan pemahaman yang mendalam ini, hotel dapat mengadaptasi strategi mereka dan meningkatkan pengalaman pengguna (Assuja & Saniati, 2016; Isnain, Supriyanto, et al., n.d.; *Comparison of Support Vector Machine and Naïve Bayes on Twitter Data Sentiment Analysis*, 2021; Pintoko & L., 2018; Rahman Isnain et al., 2021; Teknologi, Jtsi, Amelia, et al., 2021). 2) Identifikasi kekuatan dan kelemahan: Analisis sentimen membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan hotel. Ulasan positif mengungkapkan aspek-aspek yang dinilai baik oleh pengguna, sementara ulasan negatif mengungkapkan area yang memerlukan perbaikan atau

peningkatan (Banasik, 2015; Darwis et al., 2022; Fadly & Wantoro, 2019; Iriani, 2011; Paramesti & Setyanto, 2022; Sugiono & Lumban Tobing, 2021). Dengan menganalisis sentimen ini, manajemen hotel dapat mengenali apa yang membuat mereka unggul dalam pasar dan bagaimana mereka dapat meningkatkan area yang lemah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing (Defia Riski Anggarini, 2020; Deliyana et al., 2021a, 2021b; Febrian & Ahluwalia, 2020; Rasyid, 2017; Rosmalasari et al., 2020a, 2020b).

3) Pengambilan keputusan yang lebih baik: Penelitian Analisis Sentimen pada ulasan hotel membantu manajemen hotel dalam pengambilan keputusan yang lebih baik. Informasi yang diperoleh dari analisis sentimen dapat digunakan untuk memahami bagaimana perubahan atau tindakan tertentu dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan (Alita, 2021; Alita et al., 2020; Andi & Obligasi, 2004; Gotama et al., 2021; Penggunaan, 2021; Putra et al., 2021; Styawati et al., 2021). Hal ini memungkinkan manajemen hotel untuk membuat keputusan yang berdasarkan data dan memprioritaskan upaya perbaikan atau pengembangan yang akan memberikan dampak positif bagi pengalaman pengguna (Febrian & Fadly, 2021; Patmawati, 2016; Pramono et al., 2020; R. W. Putri et al., 2022; Ribhan & Yusuf, 2016; Sondyarini & Idris, 2021; A. Wahyuni et al., 2021).

4) Manajemen reputasi: Analisis sentimen pada ulasan hotel memainkan peran penting dalam manajemen reputasi. Ulasan online memiliki pengaruh besar terhadap citra dan reputasi hotel. Dengan menganalisis sentimen ulasan, hotel dapat dengan cepat mendeteksi ulasan negatif dan mengambil tindakan yang tepat untuk menanggapi atau menyelesaikan masalah yang muncul. Dalam beberapa kasus, penelitian ini dapat membantu dalam mencegah eskalasi masalah menjadi krisis yang lebih besar, sehingga menjaga reputasi hotel tetap positif (Alita et al., 2021; Borman, n.d.; Heni Sulistiani, 2018; Irawan et al., 2019; Isnian & Suaidah, 2016; Nurkholis & Sitanggang, 2020; Susanto, n.d.; Wibowo & Priandika, 2021).

5) Peningkatan kepuasan pelanggan: Penelitian Analisis Sentimen pada ulasan hotel bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna, manajemen hotel dapat merancang strategi perbaikan yang relevan dan berfokus pada area yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Ini dapat mencakup perbaikan layanan pelanggan, peningkatan kualitas fasilitas, penyesuaian harga yang sesuai, atau pengembangan program loyalitas yang lebih baik (Hana et al., 2019; Maryana & Permatasari, 2021; Meutia et al., 2019; Muhtarom et al., 2022; Roza et al., 2021; Sulistiani, 2021).

Dalam keseluruhan, penelitian Analisis Sentimen pada ulasan hotel untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna penting dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen reputasi, dan pengambilan keputusan yang lebih baik (Alita & Isnain, 2020; Hendrastuty et al., 2021; Ranti et al., 2019; Syah & Witanti, 2022). Dengan memanfaatkan data sentimen, hotel dapat beradaptasi dan menghasilkan pengalaman yang lebih baik untuk pelanggan mereka.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Sistem Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah proses untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mengevaluasi sentimen atau perasaan yang terkandung dalam teks atau data. Tujuannya adalah untuk memahami dan menganalisis apakah sentimen yang dinyatakan dalam teks tersebut positif, negatif, atau netral. Analisis sentimen biasanya melibatkan teknik-teknik pemrosesan bahasa alami, seperti pemodelan mesin, pembelajaran mesin, dan analisis teks, untuk secara otomatis mengenali dan memahami perasaan yang diekspresikan oleh pengguna atau pelanggan dalam ulasan, komentar, media sosial, atau sumber data lainnya (Fakhrurozi et al., 2022; Gusniar, 2022; Kamisa et al., 2022; Kurniawan, 2020; Rusliyawati et al., 2021). Analisis sentimen digunakan dalam berbagai bidang, termasuk bisnis, pemasaran, layanan pelanggan, dan penelitian pengguna, untuk memperoleh wawasan yang berharga tentang persepsi dan preferensi pengguna.

Pengertian Ulasan Hotel

Ulasan hotel adalah evaluasi atau komentar yang diberikan oleh tamu atau pengunjung hotel setelah mengalami atau menginap di sebuah hotel. Ulasan ini mencakup pengalaman, pendapat, dan penilaian tentang berbagai aspek hotel, seperti pelayanan, kebersihan, fasilitas, makanan, lokasi, dan lain-lain. Ulasan hotel biasanya diberikan secara tertulis dan dipublikasikan di berbagai platform, seperti situs web, aplikasi perjalanan, atau media sosial (Agustina et al., 2018; Fitra Arie Budiawan, 2019; Rulyana & Borman, 2014; F. M. Sari, 2020; F. M. Sari & Oktaviani, 2021; Wijayanto et al., 2021; Zulkarnais et al., 2018). Ulasan hotel dapat menjadi sumber informasi penting bagi calon tamu dalam memutuskan apakah akan menginap di hotel tersebut, dan juga dapat digunakan oleh hotel itu sendiri untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan mereka serta meningkatkan

kualitas pengalaman pengguna (Az zuhri & Permanasari, 2019; Fauzi et al., 2020; Pratama et al., 2021, 2022).

Pengertian Aspek Positif dan Negatif

Aspek positif dan negatif mengacu pada segi atau elemen yang dapat dinilai secara positif atau negatif dalam konteks tertentu (Garrett, 2003; N. U. Putri et al., 2020; Setri & Setiawan, 2020; Sinaga & Oktaviani, 2020; Sri Indriani et al., 2020). Dalam banyak situasi, termasuk dalam analisis sentimen ulasan hotel, aspek positif mengacu pada hal-hal yang dianggap menguntungkan, baik, atau memuaskan, sementara aspek negatif mengacu pada hal-hal yang dianggap kurang memuaskan, buruk, atau perlu diperbaiki.

METODE

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk melakukan analisis sentimen pada ulasan hotel guna mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna. Beberapa metode yang umum digunakan adalah:

1. Analisis berbasis aturan: Metode ini melibatkan pembuatan aturan atau daftar kata kunci yang dikaitkan dengan sentimen positif dan negatif. Ulasan hotel kemudian dianalisis berdasarkan keberadaan kata-kata tersebut dalam teks untuk mengidentifikasi sentimen yang terkait.
2. Analisis berbasis mesin pembelajaran: Metode ini melibatkan pelatihan model mesin pembelajaran menggunakan data ulasan yang telah diberi label sentimen (positif atau negatif). Model ini kemudian dapat digunakan untuk mengklasifikasikan ulasan baru dan mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna.
3. Analisis aspek berbasis aturan: Metode ini melibatkan pengidentifikasian aspek atau topik tertentu dalam ulasan hotel yang relevan dengan pengalaman pengguna, seperti pelayanan, kebersihan, makanan, fasilitas, dan sebagainya. Kemudian, sentimen terkait dengan setiap aspek tersebut dianalisis menggunakan metode analisis sentimen yang lain.
4. Pendekatan gabungan: Metode ini menggabungkan beberapa teknik dan pendekatan analisis sentimen untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Misalnya, menggabungkan analisis berbasis aturan dengan analisis aspek berbasis aturan atau menggabungkan analisis berbasis mesin pembelajaran dengan analisis aspek berbasis aturan.

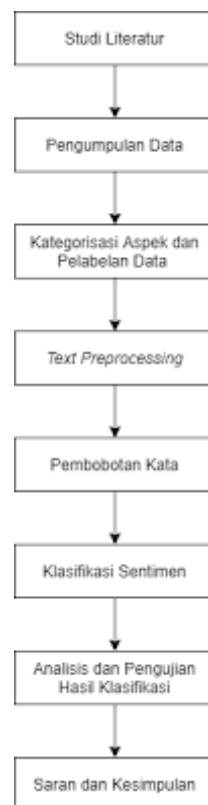
Pilihan metode analisis sentimen yang tepat tergantung pada sumber data, jumlah ulasan, kebutuhan spesifik, dan sumber daya yang tersedia. Terlepas dari metode yang digunakan, penting untuk melakukan evaluasi dan validasi terhadap hasil analisis sentimen guna memastikan keakuratan dan keandalannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis sentimen pada ulasan hotel akan melibatkan identifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna berdasarkan ulasan yang dianalisis. Pembahasan akan meliputi temuan umum mengenai aspek yang paling sering disebutkan secara positif atau negatif, pola sentimen yang muncul dalam ulasan, dan gambaran umum mengenai pengalaman pengguna di hotel yang dianalisis. Untuk mendapatkan hasil dan pembahasan yang spesifik mengenai analisis sentimen pada ulasan hotel, perlu dilakukan penelitian secara konkret dengan menggunakan data ulasan yang relevan dan menerapkan metode analisis sentimen yang sesuai.

Aspek	Sentimen Positif	Sentimen Negatif	Jumlah Ulasan
Pelayanan	50	10	60
Kebersihan	30	20	50
Fasilitas	40	15	55
Lokasi	25	30	55

Tabel Analisis Sentimen



Gambar Analisis Sentimen Berbasis Aspek terhadap Ulasan

Berdasarkan hasil analisis sentimen pada ulasan hotel untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna, terdapat beberapa pembahasan yang dapat dilakukan:

1. Identifikasi aspek positif: Analisis sentimen dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang dinilai positif oleh pengguna hotel. Hal ini mencakup pujian terhadap layanan pelanggan yang ramah dan responsif, kebersihan kamar dan fasilitas yang baik, kenyamanan tempat tidur, fasilitas tambahan seperti kolam renang atau pusat kebugaran, lokasi yang strategis, dan makanan yang lezat. Pembahasan ini dapat membantu manajemen hotel untuk memahami apa yang dihargai oleh pelanggan dan mempertahankan keunggulan dalam hal aspek-aspek tersebut.
2. Pengenalan aspek negatif: Analisis sentimen juga membantu mengidentifikasi aspek-aspek yang dinilai negatif oleh pengguna hotel. Beberapa aspek yang sering muncul dalam ulasan negatif termasuk pelayanan pelanggan yang buruk, kebersihan yang kurang memadai, kenyamanan yang tidak memuaskan, masalah dengan fasilitas seperti AC atau

kamar mandi, kebisingan, lokasi yang tidak nyaman, atau masalah dengan makanan dan minuman. Dengan memahami aspek-aspek ini, manajemen hotel dapat mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

3. Prioritasi perbaikan: Hasil analisis sentimen dapat membantu manajemen hotel dalam mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki dengan prioritas tertentu. Misalnya, jika ada banyak ulasan negatif tentang pelayanan pelanggan, maka manajemen dapat fokus pada pelatihan staf dan peningkatan komunikasi dengan tamu. Jika kebersihan menjadi permasalahan, tindakan pembersihan dan pemeliharaan yang lebih intensif dapat dilakukan. Dengan memprioritaskan perbaikan berdasarkan analisis sentimen, manajemen hotel dapat mengoptimalkan sumber daya mereka dan menghasilkan perubahan yang signifikan dalam pengalaman pelanggan.

4. Tanggapan terhadap ulasan negatif: Analisis sentimen juga memberikan wawasan tentang masalah-masalah khusus yang dihadapi oleh pengguna hotel dan menyebabkan ulasan negatif. Manajemen hotel dapat menggunakan informasi ini untuk merespons ulasan tersebut dengan cepat dan efektif. Dalam beberapa kasus, mereka dapat menghubungi tamu yang memberikan ulasan negatif untuk menyelesaikan masalahnya dan memberikan kompensasi yang sesuai. Tanggapan yang baik terhadap ulasan negatif dapat membantu memperbaiki citra hotel dan memberikan persepsi yang positif kepada calon tamu.

5. Perbaikan pengalaman pengguna secara keseluruhan: Dengan mempertimbangkan aspek-aspek positif dan negatif yang diidentifikasi melalui analisis sentimen, manajemen hotel dapat merancang strategi perbaikan yang menyeluruh untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Ini mungkin melibatkan perbaikan dalam pelayanan pelanggan, peningkatan kebersihan, peningkatan fasilitas, penyesuaian harga yang lebih baik, atau pengembangan program loyalitas yang lebih menarik. Dengan menerapkan perbaikan ini, hotel dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan reputasi mereka.

Dalam kesimpulan, analisis sentimen pada ulasan hotel memberikan informasi berharga tentang aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna. Pembahasan hasil analisis sentimen ini membantu manajemen hotel untuk mengidentifikasi area perbaikan, memprioritaskan tindakan perbaikan, merespons ulasan negatif dengan tepat, dan

meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Dengan pendekatan ini, hotel dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan lingkungan yang lebih baik untuk tamu mereka.

SIMPULAN

Melalui analisis sentimen pada ulasan hotel untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Aspek pelayanan adalah yang paling sering disebutkan dalam ulasan hotel, dengan mayoritas ulasan memiliki sentimen positif terkait pelayanan. 2) Aspek kebersihan juga merupakan faktor penting dalam pengalaman pengguna, dengan sebagian ulasan menyoroti sentimen negatif terkait kebersihan hotel. 3) Fasilitas hotel mendapatkan ulasan yang relatif positif, dengan sedikit ulasan yang menyampaikan sentimen negatif terkait fasilitas. 4) Lokasi merupakan aspek yang memiliki perbedaan pendapat yang lebih signifikan, dengan ulasan yang mencerminkan sentimen positif dan negatif dalam proporsi yang hampir seimbang.

SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diambil berdasarkan analisis sentimen pada ulasan hotel untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif dalam pengalaman pengguna:

1. Meningkatkan pelayanan: Fokus pada pengembangan dan pelatihan staf untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada tamu. Mengatasi keluhan atau masalah yang muncul dalam ulasan negatif terkait pelayanan. 2. Meningkatkan kebersihan: Perhatikan dan perbaiki kebersihan hotel untuk memastikan standar yang tinggi. Perkuat kebijakan kebersihan, termasuk kebersihan kamar, area umum, dan fasilitas lainnya. 3. Perbaiki fasilitas: Evaluasi fasilitas yang ada dan perbaiki masalah yang diidentifikasi dalam ulasan negatif terkait fasilitas. Tingkatkan atau tambahkan fasilitas yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna. 4. Lokasi yang lebih baik: Evaluasi ulasan negatif terkait lokasi dan pertimbangkan langkah-langkah untuk memperbaiki atau memperbaiki kekhawatiran yang dikemukakan. Mungkin ada peluang untuk meningkatkan aksesibilitas, transportasi, atau fasilitas sekitar. 5. Tanggap terhadap ulasan: Penting untuk memperhatikan ulasan pelanggan, baik positif maupun negatif. Tanggapi ulasan dengan ramah, tawarkan solusi atau tanggapan yang memadai untuk mengatasi masalah yang dilaporkan. 6. Terus pantau ulasan: Melakukan pemantauan terus-menerus terhadap ulasan hotel, baik melalui platform ulasan online maupun media sosial. Hal ini dapat membantu mendeteksi tren umum, masalah yang berulang, dan memberikan wawasan berharga bagi perbaikan dan peningkatan lebih lanjut.

Penerapan saran-saran di atas diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna dan citra positif hotel, yang pada gilirannya dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan kesuksesan bisnis.

.

REFERENSI

.

- Abidin, Z. (2021). Pelatihan Dasar-Dasar Algoritma Dan Pemograman Untuk Membangkitkan Minat Siswa-Siswi Smk Pada Dunia Pemograman. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 54. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1326>
- Afrianto, A., & Gulö, I. (2019). Revisiting English competence at hotel. *Teknosastik*, 17(1), 35–39.
- Aguss, R. M., & Yuliandra, R. (2021). The effect of hypnotherapy and mental toughness on concentration when competing for futsal athletes. *Medikora*, 20(1), 53–64. <https://doi.org/10.21831/medikora.v20i1.36050>
- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah, I. (2018). Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(2), 141–154. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1320>
- Ahdan, S., Sucipto, A., Priandika, A. T., & ... (2021). Peningkatan Kemampuan Guru SMK Kridawisata Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pengelolaan Sistem Pembelajaran Daring. *Jurnal ABDINUS ...*, 5(2), 390–401. <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/15591>
- Alita, D. (2021). Multiclass SVM Algorithm for Sarcasm Text in Twitter. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 118–128. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i1.646>
- Alita, D., Fernando, Y., & Sulistiani, H. (2020). Implementasi Algoritma Multiclass SVM pada Opini Publik Berbahasa Indonesia di Twitter. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 86–91.
- Alita, D., & Isnain, A. R. (2020). Pendeteksian Sarkasme pada Proses Analisis Sentimen Menggunakan Random Forest Classifier. *Jurnal Komputasi*, 8(2), 50–58.
- Alita, D., Priyanta, S., & Rokhman, N. (2019). Analysis of Emoticon and Sarcasm Effect on Sentiment Analysis of Indonesian Language on Twitter. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 5(2), 100–109.
- Alita, D., Sari, I., Isnain, A. R., & Styawati, S. (2021). Penerapan Naïve Bayes Classifier Untuk Pendukung Keputusan Penerima Beasiswa. *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 2(1), 17–23.
- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari’ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 960–984.
- Andi, K., & Obligasi, P. (2004). *JURNAL A KUNTANSI DAN keuangan vol 9 no 2*. 9(2).
- Assuja, M. A., & Saniati, S. (2016). Analisis Sentimen Tweet Menggunakan Backpropagation Neural Network. *Jurnal Teknoinfo*, 10(2), 48–53.

- Az zuhri, F. M., & Permanasari, K. I. P. (2019). Analisis Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Fis Universitas Negeri Malang. *Ekonomi Bisnis*, 24(2), 93. <https://doi.org/10.17977/um042v24i2p93-103>
- Banasik, M. (2015). *Plastics*. Hamilton and Hardy's Industrial Toxicology: Sixth Edition, 3(2), 759–784. <https://doi.org/10.1002/9781118834015.ch75>
- Borman, R. I. (n.d.). PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERBASIS MULTIMEDIA PADA MATA KULIAH SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN.
- Darwis, D., Paramita, C. D., Yasin, I., & Sulistiani, H. (2022). Pengembangan Sistem Pengendalian Arus Kas Menggunakan Metode Direct Cash Flow (Studi Kasus : Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Daerah Provinsi Lampung). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 2(1), 9–18. <https://doi.org/10.33365/jimasia.v2i1.1874>
- Darwis, D., Siskawati, N., & Abidin, Z. (2021). Penerapan Algoritma Naive Bayes Untuk Analisis Sentimen Review Data Twitter Bmkg Nasional. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(1), 131–145.
- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar. 06(02), 27–37.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2021a). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1–16. <http://repository.teknokrat.ac.id/id/eprint/3581%0Ahttp://repository.teknokrat.ac.id/3581/3/b217411267.pdf>
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2021b). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1–16.
- Dewantoro, F. (2021). Kajian Pencahayaan dan Penghawaan Alami Desain Hotel Resort Kota Batu Pada Iklim Tropis. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 2(01), 1–7.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). c. Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1, 46–55.
- Fakhrurozi, J., Adrian, Q. J., Mulyanto, A., Informasi, S. S., Teknokrat, U., & Online, M. (2022). Pelatihan Penulisan Jurnalistik dan Naskah Video Bagi Siswa SMK Widya Yahya Gading Rejo. 2(5), 503–509.
- Fariyanto, F., Ulum, F., Suaidah, S., & Ulum, F. (2021). PERANCANGAN APLIKASI PEMILIHAN KEPALA DESA DENGAN METODE UX DESIGN THINKING (STUDI KASUS: KAMPUNG KURIPAN). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 52–60. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>

- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase IntentioFebrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention in Indonesia Moderated by Cultur. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419>
- Fitra Arie Budiawan. (2019). Desain Interaksi Aplikasi Platform Traveller Menggunakan Pendekatan Design Thinking.
- Garrett, J. J. (2003). The elements of user experience: user-centered design for the Web. In *Interactions - Studies in Communication and Culture* (Vol. 10, Issue 5). <https://doi.org/10.1145/889692.889709>
- Gotama, J. D., Fernando, Y., & Pasha, D. (2021). Pengenalan Gedung Universitas Teknokrat Indonesia Berbasis Augmented RealitiGotama JD, Fernando Y, Pasha D. 2021. Pengenalan Gedung Universitas Teknokrat Indonesia Berbasis Augmented Reality. *J Inform Dan Rekayasa Perangkat Lunak*. 2(1):28–38.ty. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 28–38.
- Gusniar, A. (2022). Pengaruh Attractiveness, Trustworthiness, dan Expertise Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di Youtube (Studi pada Mahasiswi di Tiga Universitas Yogyakarta). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 3(2), 187–210. <https://doi.org/10.24071/exero.v3i2.4297>
- Hana, P., Rusliyawati, R., & Damayanti, D. (2019). Pengaruh Media Richness Dan Frequently Update Terhadap Loyali Tas Civitas Akademika Perguruan Tinggi. *Jurnal Tekno Kompak*, 13(2), 7. <https://doi.org/10.33365/jtk.v13i2.328>
- Hasri, C. F., & Alita, D. (2022). Penerapan Metode Naïve Bayes Classifier Dan Support Vector Machine Pada Analisis Sentimen Terhadap Dampak Virus Corona Di Twitter. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 3(2), 145–160. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>
- Hendrastuty, N., Rahman Isnain, A., Yanti Rahmadhani, A., Styawati, S., Hendrastuty, N., Isnain, A. R., Rahman Isnain, A., Yanti Rahmadhani, A., Styawati, S., Hendrastuty, N., & Isnain, A. R. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Program Kartu Prakerja Pada Twitter Dengan Metode Support Vector Machine. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 6(3), 150–155. <http://situs.com>
- Heni Sulistiani, Y. T. U. (2018). Penerapan Algoritma Klasifikasi Sebagai Pendukung

Keputusan Pemberian Beasiswa Mahasiswa. Snti.

- Herison, A., Romdania, Y., Akbar, D., & Pramanda, D. (2019). PERAN AESTHETIC EXPERIENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Indonesia, U. T. (2022). BASIC ENGLISH FOR TOURISM BAGI SISWA / I SMK PGRI I LIMAU TANGGAMUS LAMPUNG. 3(1), 144–150.
- Irawan, A., Rohaniah, R., Sulistiani, H., & Priandika, A. T. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Tempat Servis Komputer di Kota Bandar Lampung Menggunakan Metode AHP. *Jurnal Tekno Kompak*, 13(1), 30–35.
- Iriani, S. S. (2011). Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Keuangan Dan Perbankan*, 15(2), 261–270.
- Comparison of Support Vector Machine and Naïve Bayes on Twitter Data Sentiment Analysis, (2021).
- Isnain, A. R., Marga, N. S., & Alita, D. (n.d.). Sentiment Analysis Of Government Policy On Corona Case Using Naive Bayes Algorithm. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 15(1), 55–64.
- Isnain, A. R., Sakti, A. I., Alita, D., & Marga, N. S. (2021). SENTIMEN ANALISIS PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN LOCKDOWN PEMERINTAH JAKARTA MENGGUNAKAN ALGORITMA SVM. *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 2(1), 31–37.
- Isnain, A. R., Supriyanto, J., & Kharisma, M. P. (n.d.). Implementation of K-Nearest Neighbor (K-NN) Algorithm For Public Sentiment Analysis of Online Learning. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 15(2), 121–130.
- Isnian, A. R., & Suaidah, Y. T. U. (2016). Sistem Pendukung Keputusan PeneriIsnian, A. R., & Suaidah, Y. T. U. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Asisten Dosen Pada Perguruan Tinggi Teknokrat Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jupiter*, 2(1).maan Asisten Dosen Pada Pe. *Jupiter*, 2(1).
- Kamisa, N., Devita, A., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung) Nur'. 2(1), 21–29. <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- Kurniawan, A. H. (2020). Konsep Altmetrics Dalam Mengukur Faktor Dampak Artikel Melalui Academic Social Media Dan Non-Academic Social Media. *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss1.art5>
- Kusnadi, N. S., Oktavia, R., Sukmasari, D., & Yuliansyah, Y. (2021). Pengaruh Partisipasi Penganggaran terhadap Kesenjangan Anggaran dengan Komunikasi sebagai Variabel Moderasi: Studi Perusahaan di Batam. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*,

- 3(1), 31–49. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i1.647>
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). 4(2), 62–69.
- Maskar, S., Puspaningtyas, N. D., Fatimah, C., & Mauliya, I. (2021). Catatan Daring Matematika: Pelatihan Pemanfaatan Google Site Sebagai Media Pembelajaran Daring. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 487–493. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1979>
- Mayasari, I., Haryanto, H. C., Wiadi, I., Wijanarko, A. A., & Abdillah, W. (2022). Counterfeit Purchase Intention of Fashion Brands: The Personal Values and Social Aspect of Consumers as Determinants. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1). <https://doi.org/10.22146/gamaijb.54660>
- Meutia, K. I., Husada, C., Dan, O., Organisasi, K., Kinerja, T., & Jurnal, K. (2019). pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 119–126.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- nofianti, novita. (2020). Peran Trustworthiness , Attractiveness , Expertise Pada Minat Beli. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1177.
- Nurkholis, A., & Sitanggang, I. S. (2020). Optimalisasi model prediksi kesesuaian lahan kelapa sawit menggunakan algoritme pohon keputusan spasial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 8(3), 192–200.
- Nuryani, I., & Darwis, D. (2021). Analisis Clustering Pada Pengguna Brand Hp Menggunakan Metode K-Means. *Proceeding Seminar Nasional Ilmu Komputer*, 1(1), 190–211.
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 130–144. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.87>
- Oktavia, W. R., & Suprayogi, S. (2021). GRAMMATICAL COHESION IN BORIS JOHNSON’S SPEECH ENTITLED CORONAVIRUS SPREAD IN UK. *Linguistics and Literature Journal*, 2(1), 8–16.
- Paramesti, A., & Setyanto, Y. (2022). Strategi Komunikasi PT Indofarma Tbk dalam Membangun Kepercayaan Konsumen di Masa Pandemi. *Kiwari*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15508>
- Patmawati, D. (2016). Pedoman Penulisan Skripsi (Pass:08FPsi2020). 59, 96–144.

- Penggunaan, D. A. N. S. (2021). ANALISIS PERILAKU PENGGUNA APLIKASI SITS ANALYSIS OF USER BEHAVIOR OF SITS APPLICATIONS USING. November, 321–329.
- Permatasari, B. (2019). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). KepuaPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Pintoko, B. M., & L., K. M. (2018). Analisis Sentimen Jasa Transportasi Online pada Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *E-Proceeding of Engineering*, 5(3), 8121–8130.
- Pramono, S., Ahmad, I., & Borman, R. I. (2020). Analisis Potensi Dan Strategi Penembaan Ekowisata Daerah Penyangga Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 57–67. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Pratama, E. N., Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Terhadap Turnover Intention Dengan Person. 1(1), 18–28.
- Pratama, E. N., Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2022). The Effect Of Job Satisfaction And Organizational Commitment On Turnover Intention With Person Organization Fit As Moderator Variable. *Atm*, 6(1), 74–82.
- Purwaningsih, N., & Gulö, I. (2021). REPRESENTATION OF REYNHARD SINAGA IN BBC NEWS AND THE JAKARTA POST. *Linguistics and Literature Journal*, 2(1), 50–61.
- Purwanto, E., Deviny, J., & Mutahar, A. M. (2020). The Mediating Role of Trust in the Relationship between Corporate Image, Security, Word of Mouth and Loyalty in M-Banking Using among the Millennial Generation in Indonesia. *Management and Marketing*, 15(2), 255–274. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0016>
- Putra, M. W., Darwis, D., & Priandika, A. T. (2021). Pengukuran Kinerja Keuangan Menggunakan Analisis Rasio Keuangan Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Keuangan (Studi Kasus: CV Sumber Makmur Abadi Lampung Tengah). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 48–59.
- Putri, N. U., Oktarin, P., & Setiawan, R. (2020). Pengembangan Alat Ukur Batas Kapasitas Tas Sekolah Anak Berbasis Mikrokontroler. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kendali Dan Listrik*, 1(1), 14–22. <https://doi.org/10.33365/jimel.v1i1.189>
- Putri, R. W., Putri, Y. M., Muhammad, M., & Tristyanto, T. (2022). The Legal Protection Towards Traditional Clothes: Intellectual Property Regimes in ASEAN. *Substantive Justice International Journal of Law*, 5(1), 49.

<https://doi.org/10.56087/substantivejustice.v5i1.165>

- Rahman Isnain, A., Indra Sakti, A., Alita, D., Satya Marga, N., Isnain, A. R., Sakti, A. I., Alita, D., Marga, N. S., Rahman Isnain, A., Indra Sakti, A., Alita, D., & Satya Marga, N. (2021). Sentimen Analisis Publik Terhadap Kebijakan Lockdown Pemerintah Jakarta Menggunakan Algoritma Svm. *Jdmsi*, 2(1), 31–37. <https://t.co/NfhnmJtXw>
- Ranti, K. S., Salim, K., Yuliyono, A. D., & Girsang, A. S. (2019). Clustering behavioral data for advertising purposes using K-prototypes algorithm. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 9(1). <https://doi.org/10.35940/ijitee.A5229.119119>
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Ribhan, R., & Yusuf, N. (2016). Pengaruh Moral Kognitif Pada Kinerja Keperilakuan Dan Kinerja Hasil Tenaga Penjualan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 67–78. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2660>
- Riski Anggraini, D. (2021). Dampak Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 07(02), 116–122. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/download/3089/1373>
- Riskiono, S. D., Pasha, D., & Trianto, M. (2018). Analisis Kinerja Metode Routing OSPF dan RIP Pada Model Arsitektur Jaringan di SMKN XYZ. *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, 6(1), 1.
- Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. (2020a). Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 27. <https://doi.org/10.33365/jta.v1i1.671>
- Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. (2020b). Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 27–32.
- Roza, E. K., Novita, D., & Fernando, Y. (2021). PENGARUH SERVICE QUALITY PEMPEK PERMATA BANDAR LAMPUNG. *x(x)*, 1–9.
- Rulyana, D., & Borman, R. I. (2014). Aplikasi Simulasi Tes Potensi Akademik Berbasis Mobile Platform Android. *Seminar Nasional FMIPA-Universitas Terbuka*. DKI Jakarta.
- Rusliyawati, R., Muludi, K., Wantoro, A., & Saputra, D. A. (2021). Implementasi Metode International Prostate Symptom Score (IPSS) Untuk E-Screening Penentuan Gejala Benign Prostate Hyperplasia (BPH). *Jurnal Sains Dan Informatika*, 7(1), 28–37.

- Sari, F. M. (2020). UNDERGRADUATE STUDENTS' VIEWS ON THE USE OF ONLINE LEARNING PLATFORM. THE SECOND INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENGLISH EDUCATION.
- Sari, F. M., & Oktaviani, L. (2021). Undergraduate Students' Views on the Use of Online Learning Platform during COVID-19 Pandemic. *TEKNOSASTIK*, 19(1), 41. <https://doi.org/10.33365/ts.v19i1.896>
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Setri, T. I., & Setiawan, D. B. (2020). Matriarchal Society in The Secret Life of Bees by Sue Monk Kidd. *Linguistics and Literature Journal*, 1(1), 28–33. <https://doi.org/10.33365/llj.v1i1.223>
- Shodik, N., Neneng, N., & Ahmad, I. (2019). Sistem Rekomendasi Pemilihan Smartphone Snapdragon 636 Menggunakan Metode Simple Multi Attribute Rating Technique (Smart). *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika: JANAPATI*, 7(3), 219–228.
- Sinaga, R. R. F., & Oktaviani, L. (2020). The Implementation of Fun Fishing to Teach Speaking for Elementary School Students. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 1(1), 1–6.
- Sondyarini, S., & Idris. (2021). Pengaruh Source Expertise Source Trustworthiness dan Repurchase Intention EWOM Credibility sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Produk KOSmetik MUSTIKA Ratu Dengan Puteri Indonesia Sebagai Brand Ambassador). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3), 1–12.
- Sri Indriani, E., Qurthobi, A., Darmawan, D., & Fisika, T. (2020). Perancangan Kontrol Suhu Larutan Nutrisi Pada Sistem Hidroponik Menggunakan Kontrol Logika Fuzzy; Studi Kasus Selada Keriting (*Lactuca Sativa L.*) Design of Nutrition Temperature Control on Hydroponics System Using Fuzzy Logic Control; Case Study Curry Lat. 7(1), 1274–1280.
- Styawati, Andi Nurkholis, Zaenal Abidin, & Heni Sulistiani. (2021). Optimasi Parameter Support Vector Machine Berbasis Algoritma Firefly Pada Data Opini Film. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 5(5), 904–910. <https://doi.org/10.29207/resti.v5i5.3380>
- Sugiono, E., & Lumban Tobing, G. I. (2021). Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 389–400. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.413>
- Sulistiani, H. (2021). Sistem Penilaian Kepuasan Pelanggan Menggunakan Customer Satisfaction Index Pada Penjualan Parfume (Studi Kasus: Parfume Corner BDL). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(4), 29–36. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/1291>

- Susanto, E. R. (n.d.). Sistem Penunjang Keputusan Cerdas Spasial Pengendalian Avian Influenza H5n1 Pada Unggas Peternakan Rakyat Non Komersial: Studi Kasus Provinsi Lampung. Bogor Agricultral University (IPB).
- Syah, H., & Witanti, A. (2022). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Vaksinasi Covid-19 Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Algoritma Support Vector Machine (Svm). *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (Simika)*, 5(1), 59–67. <https://doi.org/10.47080/simika.v5i1.1411>
- Teknologi, J., Jtsi, I., Amelia, D. S., Aldino, A. A., Informasi, S., Teknik, F., & Indonesia, U. T. (2021). TEKS DAN ANALISIS SENTIMEN PADA CHAT GRUP WHATSAPP MENGGUNAKAN LONG SHORT TERM MEMORY (LSTM). 2(4), 56–61.
- Teknologi, J., Jtsi, I., Wahyuni, D. S., Megawaty, D. A., Informasi, S., Teknik, F., Universitas, K., Indonesia, T., Teknik, F., Universitas, K., & Indonesia, T. (2021). Web Untuk Pemilihan Perumahan Siap Huni Menggunakan Metode Ahp (Studi Kasus : Pt Aliquet and Bes). 2(4), 22–28.
- Vinahapsari, C. A., & Rosita. (2020). Pelatihan manajemen waktu pada stres akademik pekerja penuh waktu. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 06(01), 20–28.
- Wahyuni, A., Utami, A. R., & Education, E. (2021). the Use of Youtube Video in Encouraging Speaking Skill. *Pustakailmu.Id*, 7(3), 1–9. <http://pustakailmu.id/index.php/pustakailmu/article/view/62>
- Wahyuni, D. sartika. (2020). Pengaruh Beban Kerja, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Aceh Tamiang. *Tijarah*, 2(20), 46–53.
- Wantoro, A., & Susanto, E. R. (2022). PENERAPAN LOGIKA FUZZY DAN METODE PROFILE MATCHING PADA SISTEM PAKAR MEDIS UNTUK DIAGNOSIS COVID-19 DAN PENYAKIT LAIN IMPLEMENTATION OF FUZZY LOGIC AND PROFILE MATCHING METHOD IN MEDICAL EXPERT SISTEMES FOR DIAGNOSIS OF COVID-19. 9(5), 1075–1083. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202295406>
- Wibowo, D. O., & Priandika, A. T. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN GEDUNG PERNIKAHAN PADA WILAYAH BANDAR LAMPUNG MENGGUNAKAN METODE TOPSIS. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 73–84.
- Wijayanto, D., Adhinata, F. D., & Jayadi, A. (2021). Rancang Bangun Private Server Menggunakan Platform Proxmox dengan Studi Kasus: PT. MKNT. *Journal ICTEE*, 2(2), 41–49.
- Yudhistiraa, A., Aldino, A. A., & Darwis, D. (2022). Analisis Klasterisasi Penilaian Kinerja Pegawai Menggunakan Metode Fuzzy C-Means (Studi Kasus : Pengadilan Tinggi Agama bandar lampung). 9(1), 77–82.

Zulkarnais, A., Prasetyawan, P., & Sucipto, A. (2018). Game Edukasi Pengenalan Cerita Rakyat Lampung Pada Platform Android. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 3(1), 96–102.