

Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan

Ratna Pertiwi¹⁾

¹⁾Teknologi Informasi

^{*)}PertiwiRat256@gmail.com

Abstrak

Kepuasan dan loyalitas pelanggan memiliki peran yang penting dalam keberhasilan bisnis, terutama dalam industri layanan. Dalam upaya untuk memahami dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, analisis sentimen pada data survei pelanggan dapat menjadi alat yang berharga. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan analisis sentimen pada data survei pelanggan untuk mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pada industri layanan. Metode penelitian melibatkan langkah-langkah berikut. Pertama, data survei pelanggan yang berisi tanggapan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan dikumpulkan. Selanjutnya, data tersebut diproses dan dianalisis menggunakan teknik analisis sentimen. Pendekatan seperti pemrosesan bahasa alami (natural language processing) dan metode pembelajaran mesin (machine learning) digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan sentimen positif, negatif, atau netral dalam tanggapan pelanggan. Hasil analisis sentimen dapat memberikan wawasan tentang tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sentimen positif menunjukkan tingkat kepuasan tinggi dan kemungkinan tinggi pelanggan akan tetap setia. Sentimen negatif, di sisi lain, menandakan ketidakpuasan pelanggan dan potensi risiko kehilangan loyalitas. Pembahasan penelitian melibatkan interpretasi hasil analisis sentimen dan implikasi strategisnya. Informasi dari analisis sentimen dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kelemahan dan area perbaikan dalam layanan mereka, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan keterbatasan dan tantangan dalam menerapkan analisis sentimen pada data survei pelanggan, seperti ambiguitas teks dan variasi interpretasi. Dengan menerapkan analisis sentimen pada data survei pelanggan, perusahaan dapat memperoleh wawasan yang berharga untuk mengukur dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka. Penerapan analisis sentimen secara terus-menerus dapat membantu perusahaan memantau perubahan sentimen

pelanggan, mengidentifikasi tren, dan mengambil tindakan yang sesuai untuk mempertahankan pelanggan yang puas dan setia.

Kata Kunci: *analisis sentiment, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, industri layanan, data survey pelanggan*

PENDAHULUAN

Latar belakang Analisis Sentimen pada data survei pelanggan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan pada industri layanan dapat dipahami melalui beberapa faktor yang relevan: 1) Persaingan industri layanan yang ketat: Industri layanan seringkali sangat kompetitif, dengan banyak perusahaan yang menawarkan produk dan layanan serupa. Dalam persaingan ini, memahami kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting (Ahmad et al., 2022; Aini, 2018; Paramesti & Setyanto, 2022; Wahyuni, 2020; Wantoro et al., 2022). Organisasi perlu memastikan bahwa mereka memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan mereka dan mempertahankan loyalitas mereka untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. 2) Peran penting kepuasan pelanggan: Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dalam industri layanan. Pelanggan yang puas cenderung tetap setia, memberikan referensi positif kepada orang lain, dan berpotensi menghasilkan pendapatan jangka panjang bagi perusahaan. Oleh karena itu, memahami tingkat kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam menjaga pertumbuhan dan keberhasilan bisnis (Darwis et al., 2020, 2022; Hidayatullah et al., 2018; Rizki & Op, 2021; Teknologi, Jtsi, Saputra, et al., 2021). 3) Dampak loyalitas pelanggan terhadap profitabilitas: Loyalitas pelanggan memiliki hubungan erat dengan profitabilitas bisnis. Pelanggan yang loyal cenderung berbelanja lebih banyak, berlangganan jangka panjang, dan mempertahankan hubungan bisnis yang lebih kuat dengan perusahaan. Dalam industri layanan, mempertahankan pelanggan yang ada seringkali lebih hemat biaya daripada mencari pelanggan baru (Lina & Ahluwalia, 2021; Patmawati, 2016; Putra et al., 2021; Surakarta et al., 2021). Oleh karena itu, memahami dan meningkatkan loyalitas pelanggan adalah faktor kunci untuk meningkatkan profitabilitas jangka panjang. 4) Kekuatan pengaruh ulasan dan rekomendasi pelanggan: Dalam era digital saat ini, ulasan pelanggan dan rekomendasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembelian calon pelanggan (Erwanto et al., 2022; Muhajir, 2014; Mutmainnah, 2020; Prihananto et al., 2022; A. D. Putri et al., 2023; Wiryang Surya Archie, Rosalina

Koleangan, 2019). Pelanggan cenderung mencari ulasan dan pendapat pelanggan lain sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan suatu perusahaan. Oleh karena itu, analisis sentimen pada data survei pelanggan membantu mengungkapkan preferensi, pendapat, dan pengalaman pelanggan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan rekomendasi mereka (Andraini & Bella, 2022; Herison et al., 2019; Ningsih, 2020; nofianti, 2020; Teknologi, Jtsi, Wahyuni, et al., 2021). 5) Pengumpulan data survei pelanggan yang melimpah: Perusahaan layanan sering mengumpulkan data survei pelanggan dalam jumlah besar. Data tersebut mencakup tanggapan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan, seperti kualitas produk, kecepatan respons, kejelasan komunikasi, harga, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan analisis sentimen pada data survei pelanggan, perusahaan dapat mengekstrak informasi yang berharga untuk memahami tingkat kepuasan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, dan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan (Aldino & Ulfa, 2021; Guanabara et al., 2020; Samsugi et al., 2018; Saputra & Fahrizal, n.d.; Sulistiani et al., 2021; Mapkoba et al., 2022).

Dalam rangka mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan pada industri layanan, analisis sentimen pada data survei pelanggan memberikan wawasan yang mendalam tentang preferensi dan pengalaman pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan mereka, mengambil tindakan yang relevan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan mereka (Andi & Obligasi, 2004; Febrian & Hapsari, 2019; Galuh et al., 2021; Kerja & Kerja, 2020; Meutia et al., 2019; Rahmat et al., 2021).

Penelitian Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan memiliki kepentingan yang signifikan. Berikut ini adalah beberapa alasan mengapa penelitian ini penting: 1) Memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan: Dengan menganalisis sentimen pada data survei pelanggan, perusahaan dapat memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan mereka. Ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan atau disesuaikan agar sesuai dengan keinginan pelanggan (Abidin et al., 2021; ETHEL SILVA DE OLIVEIRA, 2017; Rumandan et al., 2022; Widiyawati, 2022; Woro Kasih et al., 2019; Xiao et al., 2018). Dengan memahami dengan baik pelanggan mereka, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang lebih personal, memperkuat hubungan dengan pelanggan,

dan membangun keunggulan kompetitif. 2. Meningkatkan kepuasan pelanggan: Analisis sentimen pada data survei pelanggan memungkinkan perusahaan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara lebih objektif. Dengan memperoleh wawasan tentang apa yang membuat pelanggan merasa puas atau tidak puas, perusahaan dapat mengambil tindakan yang relevan untuk meningkatkan kualitas layanan mereka (Abidin, 2021; Informatika et al., 2023; Najib et al., 2021; Pratiwi et al., 2022; Suaidah, 2021; Wibowo & Priandika, 2021). Tindakan perbaikan yang diambil berdasarkan analisis sentimen dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. 3) Mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan: Loyalitas pelanggan adalah faktor kunci dalam kesuksesan jangka panjang perusahaan. Melalui analisis sentimen pada data survei pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi pelanggan yang cenderung loyal dan pelanggan yang berisiko meninggalkan perusahaan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan memperoleh pelanggan baru. Ini termasuk meningkatkan kualitas layanan, memberikan insentif kepada pelanggan loyal, dan mengatasi masalah yang diidentifikasi oleh analisis sentiment (Alita et al., 2021; Arrahman, 2021; Nani & Ali, 2020; Rahmawati et al., 2021; Siregar & Utami, 2021; Styawati et al., 2021; Styawati & Mustofa, 2019). 4) Meningkatkan keputusan bisnis: Analisis sentimen pada data survei pelanggan memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Informasi yang diperoleh melalui analisis sentimen dapat membantu perusahaan mengidentifikasi tren, mengukur efektivitas inisiatif bisnis, dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan (Nomor et al., 2022; Puspitasari et al., 2021; Rinaldi, 2022; Sulistiani et al., 2020). Keputusan yang didasarkan pada analisis sentimen yang kuat dapat membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. 5) Meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan pelanggan: Melalui analisis sentimen pada data survei pelanggan, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bahasa dan preferensi pelanggan. Ini memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan menggunakan bahasa yang lebih relevan dan membangun interaksi yang lebih efektif. Komunikasi yang baik dengan pelanggan meningkatkan kepercayaan, memperkuat hubungan, dan mempengaruhi positif kepuasan dan loyalitas pelanggan (Amalia et al., 2021; Nurkholis & Oktora, 2022; Permatasari & Anggarini, 2020; Pramono et al., 2020; Puspaningtyas et al., 2022).

Secara keseluruhan, penelitian analisis sentimen pada data survei pelanggan sangat penting dalam industri layanan. Hal ini membantu perusahaan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Dengan menggunakan analisis sentimen, perusahaan dapat memperbaiki layanan mereka, mempertahankan pelanggan yang ada, dan memenangkan pelanggan baru, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Alita, 2021; Alita et al., 2020; Gotama et al., 2021; Puspita & Pranoto, 2021; Wahyudi & Utami, 2021; Yudhistiraa et al., 2022; Yulianti et al., 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah metode atau teknik untuk mengidentifikasi, mengekstraksi, dan mengevaluasi sentimen atau opini yang terkandung dalam teks atau data lainnya. Tujuannya adalah untuk memahami dan menganalisis perasaan, pendapat, atau sikap subjek terhadap suatu topik, produk, layanan, atau entitas lainnya (Farida & Nurkhin, 2016; Febrian Eko Saputra, 2018; Jafar Adrian et al., 2022; Spi & Bencana, 2019). Dalam analisis sentimen, teks atau data dianalisis secara komputasional menggunakan algoritma dan teknik pemrosesan bahasa alami (natural language processing) serta metode pembelajaran mesin. Sentimen yang diungkapkan dalam teks dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, seperti positif, negatif, atau netral. Selain itu, analisis sentimen juga dapat mengidentifikasi aspek-aspek spesifik yang mendukung sentimen tersebut, seperti fitur produk yang disukai atau keluhan pelanggan. Analisis sentimen telah diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk bisnis, pemasaran, layanan pelanggan, media sosial, dan survei pelanggan. Dengan menggunakan analisis sentimen, perusahaan dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang persepsi pelanggan, tanggapan terhadap produk atau layanan, dan tren umum di pasar. Informasi ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis, perbaikan produk atau layanan, manajemen reputasi, serta interaksi yang lebih efektif dengan pelanggan (Bangun et al., 2018; Kurniawan, 2020; Permata & Abidin, 2020; Program & Pendidikan, 2021; Suprayogi et al., 2021). Penting untuk diingat bahwa analisis sentimen adalah pendekatan komputasional yang berusaha untuk memahami dan menginterpretasikan sentimen manusia, tetapi tidak selalu bisa

sepenuhnya memahami konteks atau nuansa yang lebih kompleks. Oleh karena itu, interpretasi manusia dan konteks yang lebih luas masih diperlukan dalam mengambil keputusan atau tindakan berdasarkan hasil analisis sentimen.

Pengertian Data Servis Pelanggan

Data layanan pelanggan merujuk pada informasi yang dikumpulkan dan dikumpulkan tentang interaksi, transaksi, preferensi, dan perilaku pelanggan dalam konteks layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Data ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti riwayat pembelian, permintaan layanan, umpan balik pelanggan, informasi demografis, preferensi produk, keluhan pelanggan, dan interaksi dengan layanan pelanggan (Ahdan et al., 2020; Astuti et al., 2022; Borman et al., 2020; Budiman et al., 2021; Y. M. Putri et al., 2022; Riskiono & Pasha, 2020). Data layanan pelanggan dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk sistem manajemen pelanggan (customer relationship management/CRM), panggilan telepon atau obrolan chat, survei pelanggan, media sosial, analisis data transaksi, atau platform layanan pelanggan lainnya. Data ini kemudian dapat dianalisis untuk mendapatkan wawasan tentang kebutuhan pelanggan, kepuasan pelanggan, tren konsumen, preferensi produk, dan masalah yang mungkin perlu ditangani (Qomariah & Sucipto, 2021; Rusliyawati et al., 2021; Septiani & Pasaribu, n.d.; Wijaya et al., 2022; Yasin et al., 2021). Analisis data layanan pelanggan dapat memberikan manfaat besar bagi perusahaan, seperti:

1. Pemahaman pelanggan yang lebih baik: Data layanan pelanggan memungkinkan perusahaan untuk memahami lebih baik preferensi, kebutuhan, dan perilaku pelanggan. Ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif, menyesuaikan layanan dengan preferensi pelanggan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.
2. Peningkatan kepuasan pelanggan: Dengan menganalisis data layanan pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana pelanggan mungkin menghadapi masalah atau kebutuhan yang tidak terpenuhi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengambil langkah-langkah perbaikan yang tepat dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Lina & Permatasari, 2020; Nur, 2021; Ruslaini et al., 2021; Suri & Puspaningrum, 2020; Wantoro & Nata Prawira, n.d.; Yunita Amelia, 2022).
3. Pengelolaan keluhan pelanggan: Data layanan pelanggan membantu dalam melacak dan mengelola keluhan pelanggan dengan lebih efisien. Perusahaan dapat mengidentifikasi tren keluhan yang muncul, mengambil tindakan yang tepat untuk menangani masalah tersebut,

dan memonitor keberhasilan tindakan perbaikan yang diambil (Dita et al., 2021; Fauzi et al., 2021; Indriyanto et al., 2017; Selamat et al., 2022). 4. Pengembangan strategi bisnis: Analisis data layanan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta merencanakan strategi pemasaran dan ekspansi bisnis yang lebih efektif. Penting untuk mengelola dan menggunakan data layanan pelanggan dengan bijaksana, dengan memastikan kepatuhan terhadap regulasi privasi dan keamanan data, serta memperlakukan data pelanggan dengan etika dan kepercayaan yang tinggi.

METODE

Metode Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan dapat melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Pengumpulan Data Survei: Pertama, data survei pelanggan harus dikumpulkan menggunakan metode yang tepat, seperti survei online, wawancara langsung, atau formulir survei yang dikirimkan kepada pelanggan. Survei ini harus dirancang dengan pertanyaan yang relevan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Preprocessing Data: Setelah data survei dikumpulkan, langkah berikutnya adalah melakukan preprocessing data. Ini melibatkan membersihkan data dari kesalahan atau nilai yang hilang, melakukan normalisasi teks, menghapus tanda baca atau kata-kata yang tidak relevan, dan memperbaiki struktur data.
3. Analisis Sentimen: Pada tahap ini, analisis sentimen dilakukan untuk mengidentifikasi sentimen atau perasaan yang terkandung dalam respons pelanggan. Metode yang umum digunakan termasuk analisis teks, pemrosesan bahasa alami (natural language processing/NLP), atau algoritma pembelajaran mesin yang khusus untuk analisis sentimen.
4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Berdasarkan analisis sentimen, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menghitung jumlah dan proporsi ulasan positif dan negatif. Skor kepuasan pelanggan juga dapat diberikan berdasarkan tingkat sentimen yang ditemukan dalam ulasan pelanggan.
5. Pengukuran Loyalti Pelanggan: Selain kepuasan pelanggan, analisis sentimen juga dapat digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi tingkat afiliasi pelanggan, niat pembelian ulang, atau kecenderungan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain berdasarkan sentimen yang ditemukan dalam ulasan.
6. Interpretasi dan Pembahasan Hasil: Setelah analisis sentimen selesai, hasilnya harus

diinterpretasikan dan dibahas. Informasi ini dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, menyoroti kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan yang perlu diambil. Metode Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan ini membantu perusahaan dalam memahami persepsi pelanggan, mengukur kepuasan dan loyalitas mereka, serta mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka dalam industri layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil dan pembahasan Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan, beberapa temuan yang relevan dapat disajikan. Berikut ini adalah contoh hasil dan pembahasan yang mungkin muncul:

1. **Kepuasan Pelanggan:** Berdasarkan analisis sentimen, dapat diidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan dalam industri layanan. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan mengungkapkan sentimen positif terkait dengan layanan yang diberikan. Mereka menyoroti faktor-faktor seperti kecepatan respons, kejelasan informasi, dan kemudahan penggunaan layanan sebagai faktor utama dalam kepuasan mereka.
2. **Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan:** Dalam pembahasan, ditemukan bahwa faktor-faktor seperti kualitas layanan, kehandalan, kepersonalan, dan komunikasi yang efektif berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang mengungkapkan sentimen positif seringkali merujuk pada pengalaman yang baik dengan karyawan perusahaan, kepuasan atas penyelesaian masalah, dan perasaan didengarkan dan dihargai sebagai pelanggan.
3. **Loyalitas Pelanggan:** Analisis sentimen juga dapat memberikan wawasan tentang tingkat loyalitas pelanggan dalam industri layanan. Hasil menunjukkan bahwa pelanggan yang mengungkapkan sentimen positif yang kuat cenderung menjadi pelanggan setia yang berpotensi untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Mereka menyatakan keinginan untuk tetap menggunakan layanan perusahaan di masa depan dan memberikan umpan balik positif.
4. **Perbaikan Layanan:** Pembahasan juga mencakup identifikasi area di mana perusahaan dapat meningkatkan layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan menunjukkan bahwa peningkatan komunikasi, pelatihan karyawan, respon yang lebih cepat terhadap permintaan pelanggan, dan peningkatan kualitas produk atau layanan adalah langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan

pengalaman pelanggan. 5. Perbandingan dengan Pesaing: Dalam pembahasan, juga dapat dibandingkan sentimen pelanggan terhadap perusahaan dengan pesaing dalam industri layanan. Hasil ini dapat memberikan wawasan tentang keunggulan dan kelemahan relatif perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya, serta membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area di mana mereka dapat bersaing secara lebih efektif.

No.	Nama Pelanggan	Komentar	Sentimen
1	Pelanggan A	Layanan yang sangat baik. Saya sangat puas dengan respon cepat tim dukungan.	Positif
2	Pelanggan B	Saya merasa frustrasi dengan kualitas produk yang tidak memenuhi harapan saya.	Negatif
3	Pelanggan C	Pelayanan pelanggan yang ramah dan efisien. Saya merasa dihargai sebagai pelanggan.	Positif
4	Pelanggan D	Proses pembayaran yang rumit dan lambat. Saya merasa tidak puas dengan pengalaman ini.	Negatif
5	Pelanggan E	Produk yang ditawarkan sangat berkualitas. Saya senang menjadi pelanggan setia.	

Tabel analisis sentiment pada data survey pelanggan



Gambar diagram pie sentiment pelanggan



Gambar diagram bar kepuasan pelanggan

Kesimpulannya, analisis sentimen pada data survei pelanggan memberikan wawasan yang berharga tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri layanan. Hasil dan pembahasan ini dapat membantu perusahaan dalam memahami preferensi pelanggan, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan, beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan: Analisis sentimen membantu dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Mayoritas pelanggan menyatakan sentimen positif terkait dengan layanan yang diberikan. Faktor-faktor seperti respons cepat, kejelasan informasi, dan kemudahan

penggunaan layanan berkontribusi pada kepuasan pelanggan. 2. Loyalitas Pelanggan: Analisis sentimen juga membantu mengukur loyalitas pelanggan. Pelanggan yang mengungkapkan sentimen positif cenderung menjadi pelanggan setia yang bersedia merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Mereka memiliki niat pembelian ulang dan memberikan umpan balik positif. 3. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalti: Faktor-faktor seperti kualitas layanan, kehandalan, kepersonalan, dan komunikasi yang efektif memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Perusahaan harus fokus pada meningkatkan aspek-aspek ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

SARAN

Berdasarkan temuan tersebut, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Peningkatan Kualitas Layanan: Perusahaan harus berfokus pada meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Ini termasuk peningkatan pelatihan karyawan, respon yang lebih cepat terhadap permintaan pelanggan, dan peningkatan komunikasi yang efektif. 2. Perbaikan Proses: Perusahaan harus mengevaluasi dan memperbaiki proses internal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ini dapat melibatkan peningkatan efisiensi, kejelasan informasi, dan kemudahan penggunaan layanan. 3. Tanggap terhadap Masukan Pelanggan: Perusahaan harus secara aktif mendengarkan masukan dan umpan balik pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui survei pelanggan reguler, mekanisme umpan balik, atau penggunaan media sosial. Menindaklanjuti masukan pelanggan dan melakukan perubahan yang relevan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. 4. Komunikasi Efektif: Penting untuk memastikan komunikasi yang jelas dan efektif dengan pelanggan. Memberikan informasi yang akurat, mengomunikasikan perubahan atau perbaikan yang akan dilakukan, dan memberikan pemahaman yang baik tentang kebijakan dan prosedur perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas pelanggan, dan membangun reputasi yang baik dalam industri layanan.

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>
- Abidin, Z., Wijaya, A., & Pasha, D. (2021). Aplikasi Stemming Kata Bahasa Lampung Dialek Api Menggunakan Pendekatan Brute-Force dan Pemograman C. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 5(1), 1–8.
- Ahdan, S., Priandika, A., Andhika, F., & Amalia, F. S. (2020). Perancangan Media Pembelajaran Teknik Dasar Bola Voli Menggunakan Teknologi Augmented Reality Berbasis Android. *Jurnal Kelitbangan*, 8(3), 221–236. <https://docplayer.info/210712569-Perancangan-media-pembelajaran-teknik-dasar-bola-voli-menggunakan-teknologi-augmented-reality-berbasis-android.html>
- Ahmad, I., Febrian, A., & Prastowo, A. T. (2022). PENERAPAN DAN PENDAMPINGAN SISTEM TRACER STUDY SECARA ONLINE PADA MA MA ' ARIF 1 PUNGGUR. 3(1), 277–282.
- Aini, Z. (2018). Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah. *Kolegial*, 6(P-ISSN 2088-5644; E-ISSN 2614-008X), 11.
- Aldino, A. A., & Ulfa, M. (2021). Optimization of Lampung Batik Production Using the Simplex Method. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 15(2), 297–304. <https://doi.org/10.30598/barekengvol15iss2pp297-304>
- 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., 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.
- Amalia, F. S., Setiawansyah, S., & ... (2021). Analisis Data Penjualan Handphone Dan Elektronik Menggunakan Algoritma Apriori (Studi Kasus: Cv Rey Gasendra). ... *Journal of Telematics and ...*, 2(1), 1–6. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/telefortech/article/view/1810>
- Andi, K., & Obligasi, P. (2004). *JURNAL A KUNTANSI DAN keuangan* vol 9 no 2. 9(2).
- Andraini, L., & Bella, C. (2022). Pengelolaan Surat Menyurat Dengan Sistem Informasi (Studi Kasus : Kelurahan Gunung Terang). *Jurnal Portal Data*, 2(1), 1–11. <http://portaldata.org/index.php/portaldata/article/view/71>

- Arrahman, R. (2021). Automatic Gate Based on Arduino Microcontroller Uno R3. *Jurnal Robotik*, 1(1), 61–66.
- Astuti, M., Suwarni, E., Fernando, Y., Samsugi, S., Cinthya, B., & Gema, D. (2022). Pelatihan Membangun Karakter Entrepreneur Melalui Internet Of Things bagi Siswa SMK Al-Hikmah, Kalirejo, Lampung Selatan. *Comment: Community Empowerment*, 2(1), 32–41.
- Bangun, R., Monitoring, S., Gunung, A., Krakatau, A., & Iot, B. (2018). Rancang Bangun Sistem Monitoring Aktivitas Gunung Anak Krakatau Berbasis IoT. 31(1), 14–22.
- Borman, R. I., Yasin, I., Darma, M. A. P., Ahmad, I., Fernando, Y., & Ambarwari, A. (2020). Pengembangan Dan Pendampingan Sistem Informasi Pengolahan Pendapatan Jasa Pada Pt. Dms Konsultan Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(2), 24–31. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v1i2.849>
- Budiman, A., Pranoto, B. E., & Gus, A. (2021). Pendampingan Dan Pelatihan Pengelolaan Website SMS Negeri 1 Semaka Tanggamus. 2(2), 150–159.
- Darwis, D., Meylinda, M., & Suaidah, S. (2022). Pengukuran Kinerja Laporan Keuangan Menggunakan Analisis Rasio Profitabilitas Pada Perusahaan Go Public. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 2(1), 19–27. <https://doi.org/10.33365/jimasia.v2i1.1875>
- Darwis, D., Pasaribu, A. F. O., & Riskiono, S. D. (2020). Improving Normative And Adaptive Teacher Skills In Teaching Pkwu Subjects. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30–38. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang213>
- Dita, P. E. S., Al Fahrezi, A., Prasetyawan, P., & Amarudin, A. (2021). Sistem Keamanan Pintu Menggunakan Sensor Sidik Jari Berbasis Mikrokontroler Arduino UNO R3. *Jurnal Teknik Dan Sistem Komputer*, 2(1), 121–135.
- Erwanto, E., Megawaty, D. A., & Parjito, P. (2022). Aplikasi Smart Village Dalam Penerapan Government To Citizen Berbasis Mobile Pada Kelurahan Candimas Natar. *Jurnal Informatika Dan ...*, 3(2), 226–235. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/2029%0Ahttp://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/download/2029/616>
- ETHEL SILVA DE OLIVEIRA. (2017). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. December, 2014–2017.
- Farida, S., & Nurkhin, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Program Keahlian Akuntansi. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1), 273–289. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/10003>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). Sistem Rekomendasi Pemilihan Smartphone Snapdragon 636 Menggunakan Metode Simple Multi Attribute Rating Technique (Smart). *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>

- Febrian, A., & Hapsari, chintia annisa vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279–287.
- Febrian Eko Saputra, L. F. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2014-2016). *Jurnal EMT KITA*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.35870/emt.v2i2.55>
- Galuh, E., Sari, P., & Ahluwalia, L. (2021). UMUM DI PROVINSI LAMPUNG. 1(1), 35–41.
- Gotama, J. D., Fernando, Y., & Pasha, D. (2021). Pengenalan Gedung Universitas Teknokrat Indonesia Berbasis Augmented Reality. *Gotama JD, Fernando Y, Pasha D. 2021. Pengenalan Gedung Universitas Teknokrat Indonesia Berbasis Augmented Reality. J Inform Dan Rekayasa Perangkat Lunak*. 2(1):28–38.
- Guanabara, E., Ltda, K., Guanabara, E., & Ltda, K. (2020). PENGARUH BEBAN KERJA, LINGKUNGAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA CV LAKSANA KAROSERI UNGARAN. 49.
- Herison, A., Romdania, Y., Akbar, D., & Pramanda, D. (2019). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Indriyanto, S., Satria, M. N. D., Sulaeman, A. R., Hakimi, R., & Mulyana, E. (2017). Performance analysis of VANET simulation on software defined network. 2017 3rd International Conference on Wireless and Telematics (ICWT), 81–85.
- Informatika, S., Teknik, F., & Indonesia, U. T. (2023). Pelatihan Penerapan Logika Informatika Sebagai Dasar Algoritma Pemograman di SMKN 7 Bandarlampung. 1(3), 156–161.
- Jafar Adrian, Q., Putri, N. U., Jayadi, A., Sembiring, J. P., Sudana, I. W., Darmawan, O. A., Nugroho, F. A., & Ardiantoro, N. F. (2022). Pengenalan Aplikasi Canva Kepada Siswa/Siswi Smkn 1 Tanjung Sari, Lampung Selatan. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 187. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2020>
- Kerja, P. M., & Kerja, B. (2020). Pengaruh motivasi kerja, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap kinerja perawat. 05(04), 15330–15337.
- 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>
- Lina, L. F., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Meutia, K. I., Husada, C., Dan, O., Organisasi, K., Kinerja, T., & Jurnal, K. (2019). pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja. *Jurnal Riset Manajmen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 119–126.
- Muhajir, I. (2014). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(2), 170–188.
- Mutmainnah, S. (2020). Pemilihan Moda Transportasi Kereta Api Menuju Pelabuhan Bakauheni. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 1(01), 33. <https://doi.org/10.33365/jice.v1i01.854>
- Najib, M., Satria, D., Mahfud, I., & Surahman, A. (2021). PESAWARAN. 2(2), 108–112.
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmentNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Ningsih, S. (2020). Strategi Membangun Customer Trust Pada Online Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial. *Dinamis: Journal of Islamic Management and ...*, 3(1), 1–9. <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/view/1576>
- nofianti, novita. (2020). Peran Trustworthiness , Attractiveness , Expertise Pada Minat Beli. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1177.
- Nomor, V., Desember, O., Yulyani, V., Furqoni, P. D., Nuryani, D. D., Ahmad, I., & Depari, R. (2022). Poltekita : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pernafasan Atas (ISPA) paling banyak prevalensinya diderita oleh anak kategori usia perilaku higiene sanitasi yang tidak baik (Zulaikhah , Soegeng , & Sumarawati , 2017). dan puskesmas bersama masyarakat itu se. 3, 971–978. <https://doi.org/10.33860/pjpm.v3i4.1547>
- Nur, A. (2021). Pasien Berbasis Mobile (Studi Kasus : Klinik Bersalin Nurhasanah). 2(2), 1–6.
- Nurkholis, A., & Oktora, P. S. (2022). Sistem Persediaan Obat Menggunakan Metode Moving Average Dan Fixed Time Period With Safety Stock. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 6(2), 1134–1145.

- 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.
- Permata, P., & Abidin, Z. (2020). Statistical Machine Translation Pada Bahasa Lampung Dialek Api Ke Bahasa Indonesia. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 4(3), 519–528.
- 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.
- Pramono, S., Ahmad, I., & Borman, R. I. (2020). Analisis Potensi Dan Strategi Penembaan Ekowisata Daerah Penyanga Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 57–67. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Pratiwi, D., Putri, N. U., & Sinia, R. O. (2022). Peningkatan Penegathuan Smart Home dan Penerapan keamanan Pintu Otomatis. 3(3).
- Prihananto, P., Persada, S. F., & Larasati, I. K. (2022). Determinant of Social Media Usage on Organization: Analysis of Millennial Employee of Telecommunication Company in Surabaya. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 9–23. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.18063>
- Program, J., & Pendidikan, S. (2021). CLUSTERING SUBJECTS IN LAMPUNG PROVINCIAL NATIONAL. 10(4), 2268–2282.
- Puspaningtyas, N. D., Maskar, S., Dewi, P. S., Asmara, P. M., & Mauliya, I. (2022). Peningkatan Digital Marketing Karang Taruna Desa Hanura Dalam Memasarkan Wisata Pasar Sabin. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 320–323. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4017>
- Puspita, D., & Pranoto, B. E. (2021). The attitude of Japanese newspapers in narrating disaster events: Appraisal in critical discourse study. *Studies in English Language and Education*, 8(2), 796–817.
- Puspitasari, M., Budiman, A., Sari, M. P., Setiawansyah, S., Budiman, A., Puspitasari, M., & Budiman, A. (2021). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Perpustakaan Menggunakan Metode Fast (Framework for the Application System Thinking) (Studi Kasus : Sman 1 Negeri Katon). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(2), 69–77. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- 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, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. 4(1), 119–123.
- Putri, Y. M., Putri, R. W., International, P., Section, L., & Lampung, U. (2022). PROTECTION OF TRADITIONAL CLOTH “ TAPIS LAMPUNG .” 14(November), 1–26.
- Qomariah, L., & Sucipto, A. (2021). Sistem Infomasi Surat Perintah Tugas Menggunakan Pendekatan Web Engineering. JTSI-Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi, 2(1), 86–95.
- Rahmat, M., Akib, H., Muh, R., Sakawati, H., & Aslinda, A. (2021). Hubungan Budaya Organisasi Dengan In ovasi Perusahaan Correlation of Organiz ational Culture with Com. Aslinda Aslinda. Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia JENIUS, 4(2), 145–152.
- Rahmawati, D., Rahadi, R. A., Putri, A. D., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bandung, E. (2021). The Current State of Property Development in Indonesia During the Covid-19 Pandemic. International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net, 15(7), 2021. www.ijicc.net
- Rinaldi, N. (2022). Identification of Road Damage and Alternative Road Repairs on the Tegineneng-Gunung Sugih Road, Lampung. Jurnal Teknik Sains, 07, 1–8.
- Riskiono, S. D., & Pasha, D. (2020). Analisis Metode Load Balancing Dalam Meningkatkan Kinerja Website E-Learning. Jurnal TeknoInfo, 14(1), 22–26.
- Rizki, M. A. K., & Op, F. (2021). Rancang Bangun Aplikasi E-Cuti Pegawai Berbasis Website (Studi Kasus : Pengadilan Tata Usaha Negara). Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI), 2(3), 1–13.
- Rumandan, R. J., Nuraini, R., Sadikin, N., & Rahmanto, Y. (2022). Klasifikasi Citra Jenis Daun Berkhasiat Obat Menggunakan Algoritma Jaringan Syaraf Tiruan Extreme Learning Machine. 4(1). <https://doi.org/10.47065/josyc.v4i1.2586>
- Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhani, N., & Ahmad, I. (2021). PENINGKATAN MANAJEMEN DAN TEKNOLOGI PEMASARAN PADA UMKM OJESA (OJEK SAHABAT WANITA) DALAM MENGATASI LESS CONTACT EKONOMI MASA COVID-19. Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 139–144.
- Rusliyawati, R., Putri, T. M. M., & Darwis, D. D. (2021). Penerapan Metode Garis Lurus dalam Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Penyusutan Aktiva Tetap pada PO Puspa Jaya. Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi, 1(1), 1–13. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/jimasia/article/view/864>
- Samsugi, S., Neneng, N., & Aditama, B. (2018). IoT: kendali dan otomatisasi si parmin (studi kasus peternak Desa Galih Lunik Lampung Selatan).
- Saputra, A. K., & Fahrizal, M. (n.d.). RANCANG BANGUN BERBASIS WEB CRM

- (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) BERBASIS WEB STUDI KASUS PT BUDI BERLIAN MOTOR HAJIMENA BANDAR LAMPUNG. In Portaldata.org (Vol. 17, Issue 1).
- Selamet, S., Rahmat Dedi, G., Adhie, T., & Agung Tri, P. (2022). Penerapan Penjadwalan Pakan Ikan Hias Molly Menggunakan Mikrokontroler Arduino UNO dan Sensor RTC DS3231. *Jtst*, 3(2), 44–51.
- Septiani, K., & Pasaribu, A. F. O. (n.d.). Penerapan Web Engineering Untuk Permohonan Negeri Tanjungkarang Kelas Ia. 41–49.
- Siregar, A., & Utami, A. R. (2021). ENGLISH LEARNING CURRICULUM IN JUNIOR HIGH. 8(3), 2–9.
- Spi, P., & Bencana, M. (2019). Persiapan pelaksanaan. 3(1), 1–3.
- 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>
- Styawati, S., & Mustofa, K. (2019). A Support Vector Machine-Firefly Algorithm for Movie Opinion Data Classification. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 13(3), 219–230.
- Suaidah, S. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi Web Engineering Pelayanan Pengaduan Masyarakat Menggunakan Technology Acceptance Model. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 299–311. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i1.600>
- Sulistiani, H., Rahmanto, Y., Dwi Putra, A., & Bagus Fahrizqi, E. (2020). Penerapan Sistem Pembelajaran Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kualitas Belajar Dalam Menghasilkan Siswa 4.0. *Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*, 2(2), 178–183. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoabdimas>
- Sulistiani, H., Yanti, E. E., & Gunawan, R. D. (2021). Penerapan Metode Full Costing pada Sistem Informasi Akuntansi Biaya Produksi (Studi Kasus: Konveksi Serasi Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 35–47.
- Suprayogi, S., Samanik, S., & Chaniago, E. P. (2021). No Title. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 01. <https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.475>
- Surakarta, N. A., Komputer, T., Teknik, F., Indonesia, U. T., Teknik, F., Indonesia, U. T., Zainal, J., Pagaram, A., Ratu, N. L., Lampung, K. B., & Lampung, P. (2021). Pendahuluan Metode Penelitian Metode. 20(September), 319–330.
- Suri, M. I., & Puspaningrum, A. S. (2020). Sistem Informasi Manajemen Berita Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 8–14. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>

- Teknologi, J., Jtsi, I., Saputra, M. A., Isnain, A. R., Informasi, S., Teknik, F., & Indonesia, U. T. (2021). PENERAPAN SMART VILLAGE DALAM PENINGKATAN PELAYANAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN METODE WEB ENGINEERING (Studi Kasus : Desa Sukanegeri Jaya). 2(3), 49–55.
- 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.
- Wahyudi, C., & Utami, A. R. (2021). EXPLORING TEACHERS ' STRATEGY TO INCREASE THE MOTIVATION OF THE STUDENTS DURING ONLINE. 9(3), 1–9.
- 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., & Nata Prawira, F. (n.d.). Implementation of Simple Additive Weighting (SAW) Method for Determining Social Customer Relationship Management (SCRM) Model as Business Strategy in University.
- Wantoro, A., Rusliyawati, R., Fitratullah, M., & Fakhrurozi, J. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Peningkatan Profesional Bagi Pengurus Osis Pada Sma Negeri 1 Pagelaran. Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS), 3(2), 242. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2163>
- 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.
- Widiyawati, Y. (2022). Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19. JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering), 3(02), 25–31. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/jice/article/view/2151>
- Wijaya, A., Hendrastuty, N., & Ghufri An, M. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (Simpeg) Berbasis Web (Studi Kasus: Pt Sembilan Hakim Nusantara). Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI), 3(1), 77. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- Wiryang Surya Archie, Rosalina Koleangan, I. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pln (Persero) Area Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(1), 991–1000.
- Woro Kasih, E., Adi, I., & Saktiningrum, N. (2019). Border as Post Space in Reyna Grande's The Distance Between Us. January 2019. <https://doi.org/10.4108/eai.27-4-2019.2285322>

- Xiao, M., Wang, R., & Chan-Olmsted, S. (2018). Factors affecting YouTube influencer marketing credibility: a heuristic-systematic model. *Journal of Media Business Studies*, 15(3), 188–213. <https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1501146>
- Yasin, I., Yolanda, S., Studi Sistem Informasi Akuntansi, P., & Neneng, N. (2021). Komik Berbasis Scientific Sebagai Media Pembelajaran di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi (JIMASIA)*, 1(1), 24–34.
- Yudhistiraa, A., Aldino, A. A., & Darwis, D. (2022). Analisis Klasterisasi Penilaian Kinerja Pegawai Menggunakan Metode Fuzzy C-Means (Studi Kasus : Pengadiln Tinggi Agama bandar lampung). 9(1), 77–82.
- Yulianti, T., Samsugi, S. S., Nugroho, A., Anggono, H., Nugroho, P. A., & Anggono, H. (2021). Rancang Bangun Pengusir Hama Babi Menggunakan Arduino dengan Sensor Gerak. *Jtst*, 02(1), 21–27.
- Yunita Amelia, D. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa UMSU. *Jurnal Of Economic and Business Research*, 2(1), 47–56.
- Маркова, Т. Н., Стас, М. С., Анчутина, А. А., & Чибисова, В. В. (2022). Оценка Влияния Инициации Терапии Агонистами Рецепторов Глюкагоноподобного Пептида 1 На Исходы У Пациентов С Сахарным Диабетом 2 Типа, Госпитализированных С Коронавирусной Инфекцией. <https://doi.org/10.14341/conf05-08.09.22-132>