

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, M., & Hayani, N. (2024). *Digital Triggers : How Flash sales , Live Streaming , and Free Shipping Fuel Impulse Buying of Pinkflash Cosmetics Among Gen Z*.
- Afdal, M., & Elita, L. R. (2022). Penerapan Text Mining pada Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(1), 78–87.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Ali, M., Jamil, F., Iqbal, N., Rho, S., & Jeon, G. (2023). A Deep Learning-Based Decision-Making Approach for Predicting Emotional States Using Physiological Signals: A Case Study of EEG and GSR. *Sensors*, 23(5), 2333. <https://doi.org/10.3390/s23052333>
- Ambar, T., Putra, I., & Sari, D. (2023). Analisis Pengaruh Ulasan Pengguna terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 45-60.
- Arsadhana, M., Efendi, B., & Trihudiyatmanto, M. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan melalui Sentimen Ulasan Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. *Jurnal Magisma*, 13(1), 1–8.
- Atimi, R. L., & Enda Esyudha Pratama. (2022). Implementasi Model Klasifikasi Sentimen Pada Review Produk Lazada Indonesia. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 8(1), 88–96. <https://doi.org/10.34128/jsi.v8i1.419>
- Bastoni, R. P. (2024). Analisis Sentimen Opini Publik Terhadap Calon Presiden Indonesia 2024 Menggunakan Metode Naive Bayes Dan Lexicon Based Pada Platform YouTube [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Charte, F., Rivera, A. J., del Jesus, M. J., & Herrera, F. (2023). Addressing imbalanced data in classification: A comprehensive review. *Machine Learning*. <https://doi.org/10.1007/s10994-022-06296-4>
- Firdaus, A., Firdaus, W. I., Studi, P., Informatika, T., Digital, M., & Sriwijaya, P. N. (2021). *Text Mining*. 13(1), 66–78.

- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). *Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing*. 2(1), 6–10.
- Hadaina, F., & Budiyo, U. (2022). Implementasi Metode *Multinomial Naïve Bayes* Untuk Sentiment Analysis Terhadap Data Ulasan Produk Colearn Pada Google Play Store. *Jurnal Teknologi dan Sistem Komputer*, 10(3), 660–666.
- Hermawan, A., & Jowensen, I. (2023). Implementasi Text-Mining untuk Analisis Sentimen pada Twitter dengan Algoritma Support Vector Machine. *Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 12(1), 129–137.
- Lubis, F., Ayuningtyas, K. B., Rahmadani, S., Purba, Z., Destria, L., Ginting, P., Syahrani, R. A., Andrew, J., & Prayoga, W. (2023). Penggunaan Metode Text Mining Untuk Mengekstrak Informasi Penting Dari Teks Laporan Penelitian. *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa*, 1(4).
<https://doi.org/10.59581/jmpb-widyakarya.v1i4.1961>
- Nabilla, S., & Hafiar, H. (2024). Analisis Media Monitoring terhadap Brand Kahf melalui Tools Brand24 pada Bulan Desember 2024. *Journal of Digital Communication Science*, 2(2), 71–77.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial wash* Garnier di Surabaya. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772.
- Prakoso, Q. A. N., Muliawati, A., & Isnainiyah, I. N. (2022). Analisis Sentimen terhadap Produk Skin Game di Forum Review Female Daily Menggunakan Metode *Multinomial Naïve Bayes* dan *TF-IDF*. *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 18(3), 198. <https://doi.org/10.52958/iftk.v18i3.4679>
- Putra, I. E., Asriyanik, & Azzahra, F. F. (2025). Pemanfaatan Multinomial Naïve Bayes untuk Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Mobile JKN. *JATI – Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 9(2), 115–123.
- Sabrani, A., Putu, I. G., Wedashwara, W., & Bimantoro, F. (2020). Metode *Multinomial Naïve Bayes* untuk Klasifikasi Artikel Online Tentang Gempa di Indonesia. *Jurnal Sistem dan Informatika*, 2(1), 89–100.

- Setiawan, A., & Rachmawati, D. (2022). Penerapan Algoritma *Naïve Bayes* untuk Analisis Sentimen pada Ulasan Produk *E-commerce*. *Jurnal Teknologi Informasi*, 18(1), 45-56.
- Setyaningsih, A. F., Septiyani, D., & Widiyari, S. R. (2023). Implementasi Algoritma *Naïve Bayes* untuk Analisis Sentimen Masyarakat pada Twitter mengenai Kepopuleran Produk *Skincare* di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 9(1), 224–235.
<https://doi.org/10.37012/jtik.v9i1.1409>

