

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dipaparkan untuk menjawab tujuan penelitian, sedangkan saran akan diberikan untuk penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Aspek-aspek yang menjadi perhatian konsumen terhadap hotel di Bandung berdasarkan ulasan yang diberikan pada *website* TripAdvisor, yaitu komponen di dalam kamar, tempat parkir, Departemen *Food & Beverage*, Departemen *Front Office*, fasilitas, keramahan, kualitas kamar, pengalaman, desain, dan lokasi.
2. Sentimen konsumen terhadap aspek-aspek yang teridentifikasi, dicontohkan untuk salah satu hotel di Bandung, yaitu Hotel F. Di hotel ini, topik yang memiliki proporsi sentimen negatif yang tinggi adalah topik 0 dan 3, di mana topik 0 merupakan komponen di dalam kamar dan topik 3 merupakan Departemen *Front Office*.
3. Kebutuhan konsumen yang teridentifikasi berdasarkan pendapat dan sentimen ulasan yang diberikan pada *website* TripAdvisor terbagi menjadi dua, yaitu untuk komponen di dalam kamar dan Departemen *Front Office*. Kebutuhan konsumen yang teridentifikasi untuk aspek komponen di dalam kamar, yaitu tekanan air di kamar mandi yang normal, pemanas air yang berfungsi dengan baik, pendingin ruangan tidak mengeluarkan suara, kamar yang kedap suara, kamar mandi yang bersih, kamar mandi yang memiliki saluran udara, kamar dengan fasilitas dapur yang lengkap, kamar dengan peralatan pribadi yang lengkap, kamar dengan handuk yang lengkap, kualitas handuk yang baik, dan kualitas siaran televisi yang bagus. Kebutuhan konsumen yang teridentifikasi untuk aspek Departemen *Front Office*, yaitu proses check in yang tidak memakan

waktu lama, pemberian kamar sesuai pesanan, dan pemberian informasi terkait tempat wisata yang lengkap. Hotel F direkomendasikan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya berdasarkan kebutuhan konsumen yang teridentifikasi dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah relatif baik.

V.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan metode untuk memberikan bobot ke setiap ulasan. Pemberian bobot dapat digunakan sebagai pertimbangan ketika mengidentifikasi kebutuhan konsumen. Dengan begitu, kebutuhan yang teridentifikasi dapat di *ranking* sesuai dengan bobot dari ulasannya.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan beberapa tahap pra-pemrosesan data yang lain, yang dapat meningkatkan kualitas data. Contoh tahap pra-pemrosesan yang dapat dilakukan adalah seperti menyamaratakan kata-kata yang memiliki arti sama, seperti kata "*parking lot*", "*car park*", "*parking area*" yang artinya adalah tempat parkir. Ketiga kata tersebut diubah menjadi satu bentuk misalnya "*parking lot*".
3. Untuk penelitian selanjutnya, dapat diterapkan langkah kerja serta *tools* yang sama dengan penelitian ini terhadap hotel-hotel di kota selain Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaei, A. R., Becken, S., & Stantic, B. (2017). Sentiment Analysis in Tourism: Capitalizing on Big Data. doi:10.1177/0047287517747753
- Alghamdi, R., & Alfalqi, K. (2015). A Survey of Topic Modeling in Text Mining. doi:10.14569/IJACSA.2015.060121
- Bahar, A. Z., & Mudah, M. (2015). The Impact of User –Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing –A Conceptual Framework. doi:10.1016/S2212-5671(16)30134-4
- Blei, D. M. (2012). Probabilistic Topic Models. doi:10.1145/2133806.2133826
- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent Dirichlet Allocation. doi:10.1162/jmlr.2003.3.4-5.993
- Bonta, V., Kumaresh, N., & Janardhan, N. (2019). A Comprehensive Study on Lexicon Based Approaches for Sentiment Analysis. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/333602124_A_Comprehensive_Study_on_Lexicon_Based_Approaches_for_Sentiment_Analysis
- Boyd-Graber, J., Hu, Y., & Mimno, D. (2017). *Applications of Topic Models*. doi:10.1561/15000000030
- Campbell, J. C., Hindle, A., & Stroulia, E. (2015). Latent Dirichlet Allocation: Extracting Topics from Software Engineering Data. doi:10.1016/B978-0-12-411519-4.00006-9
- Chanwisitkul, P., Shahgholian, A., & Mehandjiev, N. (2018). The Reason behind the Rating: Text Mining of Online Hotel Reviews. doi:10.1109/CBI.2018.00025
- Chen, Y.-S., Chen, L.-H., & Takama, Y. (2015). Proposal of LDA-based Sentiment Visualization of Hotel Reviews. doi:10.1109/ICDMW.2015.72
- Dolnicar, S., & Otter, T. (2003). Which Hotel attributes Matter? A review of previous and a framework for future research. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/30389112_Which_Hotel_attributes_Matter_A_review_of_previous_and_a_framework_for_future_research
- Gaikwad, S. V., Chaugule, A., & Patil, P. (2014). Text Mining Methods and Techniques. Diunduh dari <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.428.8805&rep=ep1&type=pdf>
- Hotho, A., Nürnberger, A., & Paass, G. (2005). A Brief Survey of Text Mining. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/215514577_A_Brief_Survey_of_Text_Mining

- Hutto, C. J., & Gilbert, E. (2014). VADER: A Parsimonious Rule-based Model for Sentiment Analysis of Social Media Text. *Eighth International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM-14)*. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/275828927_VADER_A_Parsimonious_Rule-based_Model_for_Sentiment_Analysis_of_Social_Media_Text
- Jelodar, H., Wang, Y., Yuan, C., Feng, X., Jiang, X., Li, Y., & Zhao, L. (2018). Latent Dirichlet Allocation (LDA) and Topic Modeling: Models, Applications, a Survey. doi:10.1007/s11042-018-6894-4
- Joshi, N. S., & Itkat, S. A. (2014). A Survey on Feature Level Sentiment Analysis. Diunduh dari <https://pdfs.semanticscholar.org/a65e/07deebf8a4e733ae5d9970d53e8555e948f0.pdf>
- Lee, A. S., Yusof, Z., Zainol, Z., & V, P. (2018). Know your Hotels Well! an Online Review Analysis using Text Analytics. doi: 10.14419/ijet.v7i4.31.23406
- Liu, B. (2015). *Sentiment Analysis: Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. New York, USA: Cambridge University Press.
- Luo, Y., & Xu, X. (2019). Predicting the Helpfulness of Online Restaurant Reviews Using Different Machine Learning Algorithms: A Case Study of Yelp. doi:10.3390/su11195254
- Müller, A. C., & Guido, S. (2016). *Introduction to Machine Learning with Python: A Guide for Data Scientists*. Sebastopol, California, USA: O'Reilly Media, Inc.
- Raschka, S., & Mirjalili, V. (2017). *Python Machine Learning - Second Edition: Machine Learning and Deep Learning with Python, scikit-learn, and TensorFlow*. Birmingham, UK: Packt Publishing Ltd.
- Rehurek, R., & Sojka, P. (2010). Software Framework for Topic Modelling with Large Corpora. Diunduh dari <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.695.4595>
- Röder, M., Both, A., & Hinneburg, A. (2015). Exploring the Space of Topic Coherence Measures. doi:10.1145/2684822.2685324
- Sarkar, D. (2019). *Text Analytics with Python: A Practitioner's Guide to Natural Language Processing* (2nd ed.). Berkeley, California: Apress.
- Sievert, C., & Shirley, K. E. (2014). LDAvis: A method for visualizing and interpreting topics. Diunduh dari <https://nlp.stanford.edu/events/illvi2014/papers/sievert-illvi2014.pdf>
- Silge, J., & Robinson, D. (2017). *Text Mining with R: A Tidy Approach*. Sebastopol, California: O'Reilly Media, Inc.

- Statista. (2018). *Do you trust online customer reviews as much as personal recommendations?* Diunduh dari <https://www.statista.com/statistics/315755/online-customer-review-trust/>
- Statista. (2020). *Number of user reviews and opinions on TripAdvisor worldwide from 2014 to 2019*. Diunduh dari <https://www.statista.com/statistics/684862/tripadvisor-number-of-reviews/>
- Stevens, K., Kegelmeyer, P., Andrzejewski, D., & Buttler, D. (2012). Exploring Topic Coherence over many models and many topics. Diunduh dari <https://www.aclweb.org/anthology/D12-1087.pdf>
- Steyvers, M., & Griffiths, T. (2006). Probabilistic Topic Models. Diunduh dari <https://www.eecis.udel.edu/~shatkay/Course/papers/UProbTopicModels-2.pdf>
- Syed, S., & Spruit, M. (2017). Full-Text or Abstract? Examining Topic Coherence Scores Using Latent Dirichlet Allocation. doi:10.1109/DSAA.2017.61
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product Design and Development* (6th ed.). New York, New York: McGraw-Hill Education.