

REFERENCES

- [1] W. F. Mustafa, S. Hidayat, and D. H. Fudholi, “Prediksi Retensi Pengguna Baru Shopee Menggunakan Machine Learning,” *J. MEDIA Inform. BUDIDARMA*, vol. 8, no. 1, p. 612, Jan. 2024, doi: 10.30865/mib.v8i1.7074.
- [2] H. Utami, “Analisis Sentimen dari Aplikasi Shopee Indonesia Menggunakan Metode Recurrent Neural Network,” *Indones. J. Appl. Stat.*, vol. 5, no. 1, p. 31, May 2022, doi: 10.13057/ijas.v5i1.56825.
- [3] A. W. T. Hadiwibowo, F. P. Nabilla, and A. Y. P. Yusuf, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Shopee Berdasarkan Rating Dan Ulasan Google Play Store Menggunakan Naïve Bayes,” *J. Ris. Inform. Dan Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 43–47, Mar. 2024, doi: 10.58776/jriti.v1i2.122.
- [4] S.-C. Necula, “Exploring the Impact of Time Spent Reading Product Information on E-Commerce Websites: A Machine Learning Approach to Analyze Consumer Behavior,” *Behav. Sci.*, vol. 13, no. 6, p. 439, May 2023, doi: 10.3390/bs13060439.
- [5] Rahel Lina Simanjuntak, Theresia Romauli Siagian, Vina Anggriani, and Arnita Arnita, “Analisis Sentimen Ulasan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Dengan Menggunakan Algoritma Naïve Bayes,” *J. Tek. Mesin Elektro Dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 3, pp. 23–39, Nov. 2023, doi: 10.55606/teknik.v3i3.2411.
- [6] S. Watmah, S. Suryanto, and M. Martias, “Komparasi Metode K-NN, Support Vector Machine Dan Random Forest Pada E-Commerce Shopee,” *INSANtek*, vol. 2, no. 1, pp. 15–21, Jun. 2021, doi: 10.31294/instk.v2i1.419.
- [7] N. Al Maeni, N. Suarna, and W. Prihartono, “ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA SHOPEE BERDASARKAN DATA TWEET DARI TWITTER MENGGUNAKAN METODE NAIVE BAYES CLASSIFIER,” *JATI J. Mhs. Tek. Inform.*, vol. 8, no. 2, pp. 1834–1840, Apr. 2024, doi: 10.36040/jati.v8i2.8298.
- [8] F. Adel Ramadhan, Rd. R. Permana Ruslan, and A. Zahra, “Sentiment Analysis Of E-Commerce Product Reviews For Content Interaction Using Machine Learning,” *Cakrawala Repos. IMWI*, vol. 6, no. 1, pp. 207–220, Feb. 2023, doi: 10.52851/cakrawala.v6i1.219.
- [9] I. Saputra *et al.*, “Analisis Sentimen Pengguna Marketplace Bukalapak dan Tokopedia di Twitter Menggunakan Machine Learning,” *Fakt. Exacta*, vol. 13, no. 4, p. 200, Feb. 2021, doi: 10.30998/faktorexacta.v13i4.7074.
- [10] E. H. Muktafin, K. Kusrini, and E. T. Luthfi, “Analisis Sentimen pada Ulasan Pembelian Produk di Marketplace Shopee Menggunakan Pendekatan Natural Language Processing,” *J. Eksplora Inform.*, vol. 10, no. 1, pp. 32–42, Sep. 2020, doi: 10.30864/eksplora.v10i1.390.