

## ABSTRAK

### PENERAPAN ALGORITMA *CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK* DALAM ANALISIS SENTIMEN PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LABEL HARGA (STUDI ANALISIS: PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC*)

Oleh

Ekarini Lathifah

NIM 20102096

Ada berbagai macam produk yang termasuk kedalam produk kosmetik yaitu *personal care*, *make up*, pewangi termasuk parfum, *hair care*, dan *skincare*. *Skincare* sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi perempuan di Indonesia saat ini, karena dengan *skincare* dapat menjaga kesehatan kulit. *Skincare* merupakan produk kecantikan yang digunakan oleh penggunanya untuk membersihkan kotoran pada wajah. Dalam memutuskan memilih produk *skincare*, tentunya konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas *skincare*, *brand image*, dan harga. Selain itu, *review* mengenai produk *skincare* juga penting sebagai upaya perusahaan kosmetik untuk menarik minat beli konsumen. Salah satu metode dalam *deep learning* untuk menganalisis adalah *Convolutional Neural Network* (CNN). Sentimen analisis dilakukan sebagai upaya dalam mengevaluasi dan mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk *skincare* serta sebagai bahan peningkatan pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode CNN-LSTM dimana pada model ini memiliki beberapa tahapan seperti *scraping* data, *preprocessing* data yang terdiri dari data *cleansing & case folding*, *stemming*, *tokenizing*, *filtering (stopword removal)*, proses *labelling*, *modelling*, dan evaluasi model. Pada penelitian ini digunakan 2 model dengan loss yang berbeda. Model 1 yaitu menggunakan *binary crossentropy* sedangkan model 2 menggunakan *categorical crossentropy*. Hasil akurasi tertinggi berada pada model 1 dengan nilai akurasi yang dihasilkan yaitu sebesar 97%.

**Kata Kunci :** Analisis, Algoritma, Brand Image, CNN, Sentimen, Skincare.