

ABSTRAK

Potensi perkembangan pasar *smartphone* di Indonesia terus meningkat. Fenomena ini selaras dengan meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* setiap tahun sehingga membuat para perusahaan *smartphone* skala global maupun lokal saling berkompetisi untuk menghadirkan beragam *line-up smartphone* yang dapat mengakomodir kebutuhan Masyarakat Indonesia meliputi *segment entry level, mid-range, high-end*, hingga *line-up flagship* sebagai *representasi* produk *smartphone* dengan inovasi teknologi terbaik yang dapat diberikan oleh suatu perusahaan kepada para pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih *smartphone flagship* berdasarkan *user comments* pada *platform* YouTube, untuk mengukur proporsi sentimen positif dan negatif konsumen dalam memilih *smartphone flagship* serta untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang berkontribusi terkait dengan sentimen positif dan negatif dari *smartphone flagship*.

Subjek dalam penelitian ini adalah *platform* YouTube dengan objek penelitian Samsung Galaxy S22 Ultra, iPhone 13 Pro, dan Xiaomi 12 Pro. Penelitian ini melakukan pengambilan data *user comments* melalui *platform* YouTube dan analisis data menggunakan metode *topic modeling* dengan algoritma LDA serta *sentiment analysis* untuk menganalisis *user comments* terhadap produk Samsung Galaxy S22 Ultra, iPhone 13 Pro, dan Xiaomi 12 Pro.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih *smartphone flagship* adalah faktor *software, chipset, kamera, baterai, dan performa*. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi komentar dengan sentimen positif adalah sebesar 48% dan proporsi komentar dengan sentimen negatif adalah sebesar 52%. Hasil penelitian juga menunjukkan faktor yang berkontribusi terkait dengan sentimen positif dari *smartphone flagship* adalah *performa, software, kamera, durability, dan layar* sedangkan faktor yang berkontribusi terkait dengan sentimen negatif dari *smartphone flagship* adalah *software, harga, kamera, layar, dan performa*.

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan *insight* bagi pihak perusahaan mengenai *product development* dari *smartphone flagship* selanjutnya agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Pihak perusahaan *smartphone* dapat meluncurkan skema *bundling* produk *wearable, accessories, aplikasi premium, dan upgrade* layanan garansi. Selain itu, pihak perusahaan *smartphone* juga dapat memungkinkan para pengguna melakukan *reverse* ketika melakukan *update software* sebagai *contingency plan*.

Kata Kunci: Atribut *Smartphone*, Preferensi Konsumen, *Sentiment Analysis, Topic Modeling, User Generated Content (UGC), YouTube*