

## ABSTRAK

Penelitian ini meneliti sikap terhadap aplikasi Lazada. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sentimen terhadap aplikasi perusahaan e-commerce Lazada. Pada perkembangan saat ini, proses transaksi jual beli antara penjual dan pembeli semakin berkembang. Dengan memanfaatkan analisis sentimen, pengumpulan opini mengevaluasi ekspresi emosional dan kecenderungan teks (positif dan negatif). Tidak hanya dilakukan secara langsung tetapi juga dapat dilakukan secara online atau bisa disebut e-commerce. Dimana perkembangan teknologi yang semakin pesat secara tidak langsung mendorong para pengusaha untuk berkembang melalui e-commerce. Lazada merupakan salah satu toko online di Indonesia yang memiliki banyak pengguna dan Lazada memberikan kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu datang ke tempat atau secara langsung. Namun, pembelian barang menggunakan e-commerce memiliki permasalahan mengenai kualitas barang yang ingin dibeli, oleh karena itu pembelian barang dapat dilihat melalui review dari setiap barang yang ingin dibeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai tingkat akurasi model klasifikasi analisis sentimen menggunakan deep learning dan neural network. Penelitian ini menerapkan algoritma Recurrent Neural Network (RNN) dengan Long Short Term Memory (LSTM). Serta menggunakan nilai Epoch sebagai parameter dalam mengolah data validasi dan data uji untuk dapat menghasilkan nilai akurasi yang terbaik. Eksperimen dilakukan dengan menggunakan dataset pelatihan, dan pengujian dilakukan dengan menggunakan dataset dari situs Lazada. Hasil temuan menunjukkan bahwa model ini memberikan hasil yang sangat baik, yaitu mencapai sekitar 86.18%.

**Kata kunci:** e-commerce, Lazada, RNN, LSTM, Epoch