

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, F. (2021). The prospect of Indonesian government retail sukuk: From the perspective of sharia financial knowledge, education, and behavior. *DLSU Business and Economics Review*, 30(2), 50–60.
- Agrani, A., & Rikumahu, B. (2020). Perbandingan Analisis Sentimen Terhadap Digital Payment “Go-Pay” Dan “Ovo” Di Media Sosial Twitter Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Dan Word Cloud Comparison of Sentiment Analysis Against Digital Payment “Go-Pay” and “Ovo” in Social Media Twitter Using N. *Agustus*, 7(2), 2534.
- Akbar, M. N., Darmatasia, & Ardana, Y. (2022). Analisis Sentimen Terhadap Jasa Ekspedisi Pos Indonesia Pada Sosial Media Twitter Menggunakan Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Software, Hardware, Information Technology*.
- Aljedaani, W., Rustam, F., Mkaouer, M. W., Ghallab, A., Rupapara, V., Washington, P. B., Lee, E., & Ashraf, I. (2022). Sentiment analysis on Twitter data integrating TextBlob and deep learning models: The case of US airline industry. *Knowledge-Based Systems*, 255, 109780. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.knsys.2022.109780>
- Astari, N. M. A. J., Dewa Gede Hendra Divayana, & Gede Indrawan. (2020). Analisis Sentimen Dokumen Twitter Mengenai Dampak Virus Corona Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *Jurnal Sistem Dan Informatika (JSI)*, 15(1), 27–29. <https://doi.org/10.30864/jsi.v15i1.332>
- Astuti, F., & Taufan, R. (2022). Sentimen Analisis Vaksinasi Covid - 19 pada Twitter Menggunakan Algoritma Klasifikasi Berbasis PSO/ Sentiment Analysis of Covid-19 Vaccination on Twitter using Classification Algorithms based on PSO. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi EMASI*, 11, 364–376.
- Cetagati, A., & Mawly, A. Al. (2022). Analisis Sentimen Terhadap Layanan Aplikasi DANA Menggunakan Naive Bayes Pada Sosial Media Twitter. 2(11), 1–10.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Business Research Methods* (M.-H. Education (ed.); Elevent Ed). McGraw-Hill/Irwin.
- DANA. (2022). *Semua transaksi bisa di satu dompet digital logo dana*. <https://www.dana.id>
- Deviani, W. A., Kusumahadi, K., & Nurhazizah, E. (2022). Service Quality For Digital Wallet In Indonesia Using Sentiment Analysis And Topic Modelling. *International Journal of Business and Technology Management*, 4(1), 46–58. <https://doi.org/10.55057/ijbtm.2022.4.1.6>
- Dewi, I. R. (2022). *Peta Kompetisi Dompet Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompet-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul> .
- Diantika, A. S., & Firmanto, Y. (2019). *Implementasi Machine Learning Pada Aplikasi Penjualan Produk Digital (Studi Pada Grabkios)*. 53(9), 1689–1699.
- Fadiyah Basar, T., Ratnawati, D. E., & Arwani, I. (2022). Analisis Sentimen Pengguna Twitter terhadap Pembayaran Cashless menggunakan Shopeepay dengan Algoritma Random Forest. 6(3), 1426–1433. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Fang, H., Chung, C. P., Lu, Y. C., Lee, Y. H., & Wang, W. H. (2021). The impacts of investors’ sentiments on stock returns using fintech approaches. *International Review of Financial Analysis*, 77(January), 101858. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2021.101858>
- Fauziyyah, A. K. (2020). Analisis Sentimen Pandemi Covid19 Pada Streaming Twitter Dengan

- Text Mining Python. *Jurnal Ilmiah SINUS*, 18(2), 31. <https://doi.org/10.30646/sinus.v18i2.491>
- Firmansyah, Z., & Puspitasari, N. F. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Vaksinasi Covid-19 Berdasarkan Opini Pada Twitter Menggunakan Algoritma Naive Bayes. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(2), 171–178. <https://doi.org/10.15408/jti.v14i2.24024>
- Fitri, V. A., Andreswari, R., & Hasibuan, M. A. (2019). Sentiment analysis of social media Twitter with case of Anti-LGBT campaign in Indonesia using Naïve Bayes, decision tree, and random forest algorithm. *Procedia Computer Science*, 161, 765–772. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.181>
- Ginantra, N. L. W. S. R., Yanti, C. P., Prasetya, G. D., Sarasvananda, I. B. G., & Wiguna, I. K. A. G. (2022). Analisis Sentimen Ulasan Villa di Ubud Menggunakan Metode Naive Bayes, Decision Tree, dan K-NN. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, 11(3), 205–215. <https://doi.org/10.23887/janapati.v11i3.49450>
- Habibah, N., Budianita, E., Fikry, M., & Iskandar, I. S. (2023). Analisis Sentimen Mengenai Penggunaan E-Wallet Pada Google Play Menggunakan Lexicon Based dan K-Nearest Neighbor. 10(1), 192–200. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v10i1.5429>
- Hardina, A. F., & Irwansyah, I. (2021). Uses and Gratifications: Twitter Tetap Menjadi Primadona. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*.
- Hariningsih, E., & Harsono, M. (2019). Kajian Kritis Kontribusi Signaling Theory Pada Area. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 241–257.
- Hidayatullah, A. F., & Ma'arif, M. R. (2016). Penerapan Text Mining dalam Klasifikasi Judul Skripsi. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi) Agustus, 1907–5022*.
- Ilmawan, L. B., & Mude, M. A. (2020). Perbandingan Metode Klasifikasi Support Vector Machine dan Naïve Bayes untuk Analisis Sentimen pada Ulasan Tekstual di Google Play Store. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 12(2), 154–161. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v12i2.597.154-161>
- Iqbal, M., & Nastiti, H. (2022). Jurnal Akuntansi dan Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(22), 1–13.
- Kristanti, E. Y., & Rinofah, R. (2021). Karakteristik Literasi Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.672>
- Kurniawan, T. (2017). Implementasi Text Mining Pada Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Media Mainstream Menggunakan Naïve Bayes Classifier Dan Support Vector Machine Media Mainstream Menggunakan Naïve Machine. *IT Journal*, 23, 1.
- Legiawati, N., Hermanto, T. I., & Ramadhan, Y. R. (2022). Analisis Sentimen Opini Pengguna Twitter Terhadap Perusahaan Jasa Ekspedisi Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Berbasis PSO. 9(4), 930–937. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.4629>
- Lin, Z., & Tian, Z. (2012). *Accounting conservatism and IPO underpricing: China evidence*. Journal of International Accounting, Auditing and.
- Loureiro, M. L., Alló, M., & Coello, P. (2022). Hot in Twitter: Assessing the emotional impacts of wildfires with sentiment analysis. *Ecological Economics*, 200, 107502. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2022.107502>
- Mahendrajaya, R., Buntoro, G. A., & Setyawan, M. B. (2019). Analisis Sentimen Pengguna Gopay Menggunakan Metode Lexicon Based Dan Support Vector Machine. *Komputek*,

- 3(2), 52. <https://doi.org/10.24269/jkt.v3i2.270>
- Mubarak, A. T., Cici Suparti, & Damayanti, C. R. (2022). *Analisis Tingkat Transaksi Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana Ovo ShopePay Dan GoPay*
- Nomleni, P., Hariadi, M., & Purnama, I. K. E. (2014). Sentiment Analysis Berbasis Big Data. *Seminar Nasional Rekayasa Teknologi Industri Dan Informasi*, 9, 142–149.
- OVO. (2022). *OVO*. <https://ovo.zendesk.com/hc/en-us/articles/360025747131-Keuntungan-apa-yang-saya-dapatkan-dengan-bergabung-bersama-OVO->
- Pahlevi, R. (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/0>. KataData.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/0>
- Phan, H. T., Nguyen, N. T., & Hwang, D. (2022). Aspect-level sentiment analysis: A survey of graph convolutional network methods. *Information Fusion*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.inffus.2022.10.004>
- Prabaswara, I. R., & Saputra, R. (2020). Analisis Data Sosial Media Twitter Menggunakan Hadoop dan Spark. *It Journal Research and Development*, 4(2), 164–171. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol4\(2\).4099](https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol4(2).4099)
- Prasaja, H. R. (2020). Analisa Sentimen Twitter Terhadap Layanan OVO Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 201*, 2(1), 41–49.
- Prasaja, H. R. (2021). *Analisa Sentimen Twitter Terhadap Layanan OVO Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier*.
- Prasetya, F. (2012). Modul Ekonomi Publik Bagian III: Teori Informasi Asimetris. *Modul Dosen*, 53(9), 1689–1699.
- Pratnyawan, A. (2021). *Pengguna Twitter di Indonesia Termasuk yang Aktif Bahas Keuangan*. Hitecno.Com.
- Putra, M. W. A., Susanti, Erlin, & Herwin. (2020). Analisis Sentimen Dompot Elektronik Pada Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *IT Journal Research and Development*, 5(1), 72–86. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol5\(1\).5159](https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol5(1).5159)
- Putri, R. E. (2021). Implementasi data mining untuk prediksi efektivitas pada mesin injection menggunakan algoritma c4. 5 studi kasus: pt. tridaya artaguna santara. *Skripsi*, 5. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57846%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57846/1/RIZKY_EVITA_PUTRI-FST.pdf
- Rozi, I. F., Hamdana, E. N., & Alfahmi, M. B. I. (2018). Pengembangan Aplikasi Analisis Sentimen Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier (Studi Kasus Samsat Kota Malang). *Jurnal Informatika Polinema*, 149–154.
- Salehudin Basryah, E., Erfina, A., & Warman, C. (2021). *Analisis Sentimen Aplikasi Dompot Digital Di Era 4.0 Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Play Store Menggunakan Algoritma Naive Bayes Classifier*. 189–196.
- Salim, S. S., & Mayary, J. (2020). Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Dompot Elektronik Dengan Metode Lexicon Based Dan K – Nearest Neighbor. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*.
- Sari, R., & Hayuningtyas, R. Y. (2019). Penerapan Algoritma Naive Bayes Untuk Analisis Sentimen Pada Wisata TMII Berbasis Website. *Indonesian Journal on Software Engineering, Vol.*
- Sari, R., & Hayuningtyas, R. Y. (2021). Particle Swarm Optimization-based Support Vector Machine Method for Sentiment Analysis in OVO Digital Payment Applications. *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 4(2), 232–239. <https://doi.org/10.36378/jtos.v4i2.1776>

- Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca, D. (2021). Financial technology. In *Umsida Press*.
<https://katadata.co.id/intan/berita/6249b508a22ca/mengenal-6-dompnet-digital-terbaik-di-indonesia>
- Shoeb, M., & Ahmed, J. (2017). Sentiment Analysis and Classification of Tweets Using Data Mining. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 4(12), 1471–1474. www.irjet.net
- Shopee. (2022). *Apa itu ShopeePay dan bagaimana cara aktivasinya*. Shopee.
- SPay. (2021). *Fitur ShopeePay*. SPay.
- SPay. (2021). *Selamat Datang di ShopeePay!* SPay.
- Sudiantoro, A. V., Zuliarso, E., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Stikubank, U., & Mining, T. (2018). *Analisis Sentimen Twitter Menggunakan Text Mining Dengan*. 10(2), 398–401.
- Thenata, A. P. (2021). Text Mining Literature Review on Indonesian Social Media. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 7(2), 226.
<https://doi.org/10.26418/jp.v7i2.47975>
- Warjiyono, Aji, S., Fandhilah, Hidayatun, N., Faqih, H., & Liesnaningsih. (2019). NoThe Sentiment Analysis of Fintech Users Using Support Vector Machine and Particle Swarm Optimization Method. *2019 7th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*.
- Wildan, R. A., Rajagede, R. A., & Rahmadi, R. (2021). Analisis Sentimen Politik Berdasarkan Big Data dari Media Sosial Youtube : Sebuah Tinjauan Literatur. *Automata*, 2.
- Xu, H., Liu, R., Luo, Z., & Xu, M. (2022). COVID-19 vaccine sensing: Sentiment analysis and subject distillation from twitter data. *Telematics and Informatics Reports*, 8, 100016.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100016>
- Yesidora, A. (2022). *Profil DANA, Dompnet Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas*. KataData.Co.Id.
- Žitnik, S., Blagus, N., & Bajec, M. (2022). Target-level sentiment analysis for news articles. *Knowledge-Based Systems*, 249, 108939.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.knosys.2022.108939>