Ulasan menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan terhadap suatu hal di era ini terutama dalam memilih sebuah hotel. Banyaknya ulasan yang ada sering sekali membuat seseorang bingung dalam menentukan pilihannya. Penelitian ini akan menganalisis sentimen berbasis aspek terhadap ulasan sebuah hotel dengan menggunakan metode TextBlob dan Fuzzy. Adapun aspek yang diteliti diantaranya aspek pelayanan, fasilitas, lokasi, dan harga. Berdasarkan 545 total data didapatkan 338 ulasan aspek pelayanan, 316 aspek fasilitas, 231 aspek lokasi, dan 46 aspek harga. Untuk analisis sentimen dengan metode TextBlob didapatkan sentimen untuk aspek pelayanan yang paling dominan yaitu sentimen positif 74, 3% disusul netral 24, 3% dan negatif 1, 5%. Untuk aspek fasilitas, sentimen positif mendominasi 76, 6% disusul netral 19, 3% dan negatif 4, 1%. Untuk aspek lokasi, sentimen positif mendominasi 54, 5% disusul netral 40, 3% dan negatif 5, 2%. Aspek harga mendapatkan sentimen positif dan netral yang seimbang 47, 8% dan negatif 4, 3%. Hasil analisis dengan fuzzy untuk aspek pelayanan didapatkan sentimen yang paling dominan yaitu sentimen cukup positif 61, 2% disusul netral 27, 5%, sangat positif 10, 4%, cukup negatif 0, 6%, dan sangat negatif 0, 3%. Untuk aspek fasilitas di dominasi oleh sentimen cukup positif 47, 8% disusul netral 34, 5%, sangat positif 14, 9%, cukup negatif 2, 2%, dan sangat negatif 0, 6%. Untuk aspek lokasi sentimen netral mendominasi 51, 5% disusul cukup positif 37, 7%, sangat positif 8, 2%, dan cukup negatif 2, 6%. Aspek harga didominasi oleh sentimen netral 54, 3 …