

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet yang berkembang memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi para penggunaannya. Pesat perkembangan teknologi di era globalisasi ini berdampak pada perubahan di berbagai bidang, diantaranya adalah dalam bisnis *e-commerce*. Peningkatan popularitas dalam transaksi belanja *online*, terutama pada *online grocery shopping*, didorong karena adanya pandemic Covid-19. Layanan *online grocery* memungkinkan pengguna untuk memesan kebutuhan sehari-hari seperti sayuran dan bahan makanan lainnya melalui aplikasi. Empat *e-commerce online grocery* yang masuk kedalam *top charts* tertinggi di Indonesia pada kategori *shopping* adalah Sayurbox, TaniHub, TukangSayur.co, dan Brambang.com. Persaingan bisnis untuk mempertahankan kualitas layanan masing-masing aplikasi juga semakin ketat. Aplikasi tersebut perlu mengetahui kualitas layanan melalui *customer feedback* yang dituliskan penggunaannya melalui kolom *review* Google Play Store.

Perusahaan perlu melakukan analisis untuk melihat ulasan pengguna dari UGC. Analisis tersebut dapat memunculkan keputusan baru bagi perusahaan *e-commerce* untuk mengevaluasi dan mempertahankan kualitas layanan mereka untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Analisis ini menggunakan metode kualitatif *text network analysis* untuk mengetahui persepsi kualitas layanan dari pelanggan berdasarkan dimensi *E-SERVQUAL*.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas layanan *e-commerce*, pada hasil penelitian menyatakan bahwa dimensi *website design*, *fulfillment* dan *customer service* sudah dianggap baik oleh beberapa perusahaan, sedangkan dimensi *security/privacy* cukup buruk. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mengevaluasi dan meningkatkan pelayanannya.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Persepsi, Kualitas Layanan, *Text Network Analysis*, *Online Groceries*