

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan banyak hal. Tentunya ini memicu perubahan perilaku pada masyarakat salah satunya yaitu dalam hal bertransaksi. Penggunaan platform jual beli secara daring atau *e-Commerce* membantu mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Transaksi jual beli kini lebih fleksibel dan nyaman karena bisa digunakan kapanpun dan dimanapun. Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak adalah *e-Commerce* dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Persaingan bisnis untuk mempertahankan kualitas layanan dari Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak semakin ketat. Untuk itu, mereka perlu mempertahankan kualitas layanan mereka untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk melihat bagaimana *feedback* dari penggunanya. Analisis ini menggunakan metode kuantitatif yang memanfaatkan data dari konten percakapan di twitter. Data diolah menggunakan metode *Topic Modeling* untuk mengetahui topik yang sering dibicarakan dan juga *Classification Text* untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan sentiment dimensi SERVQUAL. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap *e-Commerce* memiliki topik berbeda dari persepsi pelanggan. Sedangkan hasil visualisasi berdasarkan kualitas layanan menunjukkan bahwa ketiga perusahaan masih memiliki kualitas yang kurang baik.

Kata Kunci : *E-Commerce, Persepsi, Kualitas Layanan, Topic Modeling, Classification Text.*