

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara online, salah satunya platform belanja online adalah *e-commerce*. Pada tahun 2022 jumlah transaksi meningkat 476,3 Triliun, naik sebesar 18,8% dari tahun sebelumnya. Tokopedia dan Shopee merupakan *e-commerce* populer di Indonesia, dengan total GMV (*Gross merchandise value*) 36% untuk Shopee dan 35% untuk Tokopedia. Dengan banyaknya penggunaan platform tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan akan memberikan opini positif untuk pelanggan yang merasa puas dan opini negatif untuk pelanggan tidak puas.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami kepuasan pelanggan pada *e-commerce* di Indonesia dari ulasan pelanggan berdasarkan sosial media Twitter yang sering dibagikan baik ulasan positif maupun ulasan negatif sesuai dengan perasaan pelanggan.

Metode yang digunakan oleh penelitian ini memanfaatkan big data dengan Sentiment Analysis model IndoBERT untuk melihat sentiment pelanggan dan Topic Modelling untuk melihat topik utama dan memahami lebih dalam dari setiap topik utama dengan subtopik yang sering dibicarakan oleh pelanggan. Jumlah data yang diolah sebanyak 7.898 dari ulasan pelanggan di Twitter pada *e-commerce* Shopee dan Tokopedia.

Hasil dari sentiment analysis menghasilkan tingkat akurasi sebesar 93%. Dengan proporsi sentiment negatif 90%, sentiment positif 4% serta 6% sentiment neutral. Hasil proporsi sentiment analysis menghasilkan ketidakpuasan pelanggan. Dan topic modelling fokus pada eksplorasi sentimen negatif menghasilkan lima topik utama serta masing-masing topik menghasilkan subtopik secara komprehensif. Permasalahan lima topik utama terkait dimensi *fulfilment* permasalahan pengiriman instan sebesar 18%, terkait permasalahan biaya sebesar 17% dan tidak termasuk dalam dimensi *e-service quality*, pada dimensi *system availability* aplikasi sebesar 25%, dimensi *fulfilment* permasalahan pengiriman reguler 21%, serta dimensi *responsiveness* permasalahan *customer service* sebesar 17% yang terdapat pada percakapan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menjadi perhatian utama bagi perusahaan *e-commerce* yang perlu di evaluasi untuk mengoptimalkan serta memperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada penelitian selanjutnya dapat menemukan keseluruhan kepuasan pelanggan pada dimensi *e-service quality*.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, Kepuasan pelanggan, *sentiment analysis*, IndoBERT, *topic modelling*