

INTISARI

Kemajuan teknologi telah mengubah sistem pemasaran yang semula dilakukan secara konvensional berubah menjadi digital. Seiring dengan perkembangan teknologi, persaingan bisnis *e-commerce* di Indonesia semakin ketat, sehingga menuntut perusahaan penyedia jasa *e-commerce* untuk meningkatkan kompetensinya guna mendapatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Adanya platform distribusi digital seperti Google Play Store dapat digunakan untuk mengumpulkan opini pelanggan tentang pelayanan kualitas dari suatu *e-commerce*. Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kualitas layanan berdasarkan dimensi e-ServQual dari *e-commerce* Shopee, Tokopedia, dan Lazada melalui pendekatan analisis sentimen, mengeksplorasi topik utama dari kualitas layanan pelanggan terhadap ketiga *e-commerce* tersebut, serta menganalisis perbedaan karakteristik *cross-platform* pada ulasan terhadap ketiga *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini memiliki potensi kebaruan yaitu pengembangan dimensi e-ServQual untuk menganalisis kualitas layanan *e-commerce* yang dapat memberikan pendekatan terstruktur yang masih jarang diterapkan pada pasar *e-commerce* di Indonesia. Serta, adanya pemodelan topik untuk mengeksplorasi topik utama dari ulasan pelanggan secara detail pada masing – masing dimensi e-ServQual dari setiap *e-commerce*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan *e-commerce* untuk menyusun strategi peningkatan kualitas layanannya sehingga pelanggan menjadi lebih puas dan setia dalam menggunakan jasa dari pelayanan yang disediakan. Sehingga, penelitian ini penting untuk daya saing *e-commerce* di Indonesia yang terus berkembang.

Kata kunci : *E-commerce*, *E-ServQual*, Kualitas Layanan, Pemodelan Topik

ABSTRACT

Technological advancements have transformed marketing systems from conventional to digital. Alongside technological developments, the competition within the e-commerce business in Indonesia has become increasingly intense, prompting e-commerce service providers to enhance their competencies to gain customer trust and improve the quality of services provided. Digital distribution platforms, such as the Google Play Store, can be utilized to collect customer opinions regarding the service quality of an e-commerce provider. Based on this context, this study aims to measure the service quality based on the e-ServQual dimensions of the e-commerce platforms, Shopee, Tokopedia, and Lazada through a sentiment analysis approach, explore the main topics of customer service quality for these three e-commerce platforms, and analyze cross-platform characteristic differences in reviews of the three e-commerce platforms. Additionally, this study offers a novelty approach by developing e-ServQual dimensions to analyze e-commerce service quality, providing a structured approach that is still rarely applied in Indonesia's e-commerce market. Furthermore, topic modelling is employed to explore the main topics in customer reviews in detail for each e-ServQual dimension of each e-commerce platform. The results of this study are expected to assist e-commerce companies in devising strategies to improve service quality, thus increasing customer satisfaction and loyalty in using the services provided. Hence this research is crucial for the competitiveness of Indonesia's growing e-commerce industry.

Keywords : E-commerce, E-ServQual, Service Quality, Topic Modelling