

ABSTRAK

Layanan perbankan di era sekarang sudah bisa diakses dengan menggunakan cara digital banking. Digital banking memiliki arti yang berbeda dengan mobile banking. Perbedaan yang terlihat adalah dari segi layanan. Digital banking yaitu aktivitas perbankan yang dapat dilakukan dengan sarana elektronik milik bank tersebut, sehingga nasabah dapat melakukan aktivitas perbankan dengan mandiri tanpa harus datang ke kantor bank cabang. Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu membuka rekening baru, investasi, deposito. Kegiatan yang dapat dilakukan oleh mobile banking masih terbatas, seperti pengecekan saldo, transfer. Digital banking di Indonesia menurut OJK baru ada dua, yaitu Jenius milik BTPN dan Digibank milik DBS. Dibandingkan dengan Digibank, Jenius lebih unggul dari segi pengguna, setelah tiga tahun launching sudah mempunyai 1,6 pengguna. Jenius pun masuk 10 aplikasi keuangan terbesar di Indonesia dan masuk urutan ke 5, dan stabil dari tahun 2017 hingga 2019. Jenius perlu mengetahui kualitas layanan melalui customer feedback yang diungkapkan pada media sosial agar dapat bersaing dengan pesaing.

Perusahaan perlu melakukan analisis customer feedback melalui User Generated Content (UGC) pada media sosial twitter milik Jenius untuk mengevaluasi persepsi kualitas layanannya. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi layanan yang telah diberikan kepada para pengguna selama ini. Metode yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan metode *Text Network Analysis* berdasarkan dimensi E-servqual.

Hasil dari penelitian ini yaitu menghasilkan pengetahuan mengenai persepsi dominan layanan bank digital Jenius selama empat tahun dari tahun 2016 hingga 2019. Kualitas layanan pada dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *privacy*, dan *system availabilty* pada umumnya sudah baik, hanya saja perlu ada peningkatan kualitas pada dimensi *privacy*, *efficiency* dan *system availabilty* agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi untuk pengguna.