

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia berdampak pada perubahan perilaku masyarakat Indonesia dalam beraktivitas. Adanya wabah penyakit pandemi *coronavirus*, membuat masyarakat sulit untuk melakukan aktivitas seperti biasa, salah satunya adalah aktivitas perbankan. Perbankan online, teknologi pembayaran digital dan aplikasi *smartphone* yang sudah ada sebelum wabah pandemi hadir menjadikan layanan tersebut sebagai peluang yang sangat kuat untuk bank, sehingga layanan perbankan online dapat digunakan oleh nasabah selama masa karantina. Berdasarkan situs *Forbes.com*, terdapat 9 Bank di Indonesia yang termasuk kedalam bank terbaik pada tahun 2020 yaitu, Bank BCA, Jenius, HSBC, BNI, Mandiri, BRI, Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan DBS. Kesembilan bank tersebut perlu dianalisa melalui *customer feedback* untuk mengetahui persepsi nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Data *customer feedback* diperoleh dari *User Generated Content* (UGC) berupa percakapan pada media sosial untuk mengetahui persepsi dari nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Metode yang digunakan untuk mengolah data adalah *crawling data* dan *tools Text Network Analysis*.

Penelitian ini akan menghasilkan pengetahuan mengenai kata-kata yang sering muncul untuk menggambarkan *mobile banking* kesembilan bank, jaringan kata yang terbentuk untuk menggambarkan *mobile banking* kesembilan bank, dan persepsi yang dihasilkan konsumen berdasarkan kata-kata dominan serta jaringan kata yang terbentuk.

Kata Kunci: *Customer Feedback, Mobile Banking, Persepsi, Text Network Analysis.*