

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah mengubah perilaku belanja masyarakat, khususnya pada segmen *fashion* wanita dimana sekitar 70% konsumen Indonesia lebih sering membeli produk *fashion* melalui platform online dibandingkan toko fisik. Sebagai brand *fashion* lokal yang ingin memasuki pasar digital, Mikastore menghadapi tantangan dalam memahami persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi atribut kualitas produk *fashion* wanita berdasarkan persepsi konsumen pada platform *e-commerce* serta merancang rekomendasi deskripsi produk berdasarkan atribut tersebut. Data penelitian diperoleh dari 153.000 ulasan konsumen pada platform Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Penelitian menggunakan pendekatan text mining dengan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) sebagai metode utama dalam pemodelan topik dan *Bidirectional Encoder Representations from Transformers* (BERT) sebagai metode pendukung untuk memperkuat interpretasi konteks ulasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan konsumen mencerminkan atribut kualitas produk yang meliputi bahan, kualitas jahitan, ukuran, kesesuaian deskripsi produk, warna, desain, harga, dan layanan. Atribut tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam memahami kebutuhan konsumen serta membantu merancang deskripsi produk yang relevan dan informatif bagi UMKM *Fashion* lokal khususnya Mikastore.

Kata Kunci: *Text Mining, Perceived Quality, E-commerce, Fashion Wanita, LDA, BERT, Atribut Kualitas Produk*