

ABSTRAK

Platform belanja online menjadi salah satu peluang bisnis yang dapat memberikan keuntungan. Shopee sebagai salah satu peran yang mewadahi seluruh toko online di Indonesia percaya akan tumbuh sebagai platform no 1 di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis *Brand Image* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee dan *Gender* sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis deskriptif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *nonprobability sampling* dan *purposive sampling* dengan data sebanyak 211 responden yang diperoleh dari hasil kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee yang pernah berbelanja di aplikasi Shopee lebih dari tiga kali dalam satu bulan. Analisis data dibantu dengan software SMARTPLS 4.0.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: terdapat hubungan positif dan signifikan antara *brand image* dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee, *gender* memoderasi *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan dan *gender* memoderasi *brand image* terhadap loyalitas pelanggan secara positif namun tidak signifikan.

Kata Kunci: *Brand Image, Electronic Word of Mouth, Loyalitas Pelanggan, Gender*