

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM)* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DAN *GENDER* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi
Bisnis Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

Dhyvha Herra Azzahro

1501194220



PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2023