

ABSTRAK

E-commerce telah menjadi salah satu industri paling dinamis di era digital, dan *electronic word of mouth (EWOM)* sangat memengaruhi perilaku konsumen. Shopee sebagai *e-commerce* yang populer di Jawa Barat, menghadapi tantangan dalam meningkatkan *purchase intention* pengguna, terutama dengan pendekatan komunikasi berbasis ulasan dan *brand image*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *EWOM credibility, quantity, dan quality* berdampak pada *purchase intention*, dengan *brand image* sebagai variabel mediasi dan *situational context* sebagai variabel moderasi studi pada aplikasi Shopee di Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (PLS-SEM)*. Data dikumpulkan dari 500 responden pengguna aplikasi Shopee di Jawa Barat. Pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel diuji, dan evaluasi performa dan prioritas strategi melalui *Importance-Performance Map Analysis (IPMA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *EWOM Quantity* memiliki pengaruh paling besar terhadap *purchase intention*, diikuti oleh *brand image*, yang telah ditunjukkan sebagai mediator signifikan. Di sisi lain, *EWOM Credibility* dan *Quality* tidak berdampak langsung pada niat pembelian.

Selain itu, *Situational Context* sebagai variabel moderasi tidak memiliki dampak yang signifikan hubungan antara *EWOM Quantity* dan *Brand Image*. Menurut analisis IPMA, mengidentifikasi bahwa meskipun beberapa variabel memiliki *importance* tinggi, performanya masih perlu ditingkatkan, terutama pada aspek kredibilitas ulasan, kejelasan isi ulasan, dan elemen *brand personality*. Studi ini membantu bisnis *e-commerce* membuat strategi pemasaran berbasis data yang lebih baik. Untuk membangun kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian pelanggan, penting untuk meningkatkan jumlah ulasan, meningkatkan reputasi merek, dan meningkatkan kualitas dan kredibilitas ulasan.

Kata kunci: *EWOM Credibility, Quantity, Quality, Brand Image, Situational Context, Purchase Intention.*