

## **ABSTRAK**

Di Kota Bandung penyedia jasa antar pesan makanan berbasis online mengalami persaingan yang sangat ketat demi mendapatkan keuntungan yang besar. Di kota Bandung sendiri telah beroperasi tiga aplikasi penyedia jasa pesan antar makanan berbasis online yaitu GoFood, Grabfood, Shopeefood. Pada penelitian ini jenis pesan jasa antar pesan makanan online yang dipilih adalah Shopeefood. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung. Jumlah sampe yang digunakan sebanyak 75 responden, penentuan sampel menggunakan rumus slovin dengan teknik atau metode *non-probability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan teknisi analisis regresi berganda. Hasil penelitian ditemukan bahwa EWOM, Brand Image, dan Brand Trust berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Shopeefood Kota Bandung, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi EWOM, Brand Image, dan Brand Trust maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Shopeefood di Kota Bandung.

**Kata Kunci:** EWOM, *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Loyalitas Pelanggan