

## **ABSTRAK**

***Elsa Yunika***  
***(2017/17059234)***

***: Pengaruh Customer Satisfaction, Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Padang Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi.***

***Dosen Pembimbing***

***: Abror, SE, ME, Ph.D***

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepuasan konsumen dan citra merek terhadap kesetiaan pelanggan dengan keterikatan pelanggan sebagai variabel mediasi pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Padang. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 217 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Customer satisfaction berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap customer loyalty pada nasabah BSI. (2) Brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty pada nasabah BSI. (3) Customer satisfaction berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer engagement pada nasabah BSI. (4) Brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer engagement pada nasabah BSI. (5) Customer engagement berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty pada nasabah BSI. (6) Customer satisfaction berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty melalui customer engagement sebagai variabel mediasi pada nasabah BSI. (7) Brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer loyalty melalui customer engagement sebagai variabel mediasi pada nasabah BSI.

***Kata kunci: Kepuasan konsumen, citra merek, keterikatan konsumen, dan kesetiaan pelanggan.***