

## **ABSTRACT**

This research aim to test the effect of brand image on consumer satisfaction, consumer satisfaction influence on consumer loyalty and brand image influences customer loyalty. Respondents in this study is the student / student of economic faculty of Islamic University of Indonesia. The number of respondents for this study sample was 200 respondents. Data were collected using questionnaires and the data processed using AMOS structural equation modeling. This study adopts the instrument developed by Yu-Te Tu et al, (2012). Analysis of data using path analysis. The results showed 1) a significant influence between the brand image and customer satisfaction brand Wakai. 2) the existence of significant influence between customer satisfaction and customer loyalty brand Wakai. 3) the existence of significant influence between the brand image and customer loyalty brand Wakai.

Keywords: brand image, customer satisfaction, customer loyalty.

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, dan pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/ mahasiswi fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia. Jumlah responden untuk sampel penelitian ini adalah 200 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner dan datanya diolah menggunakan *structural equation modeling* AMOS. Penelitian ini mengadopsi instrumen yang dikembangkan oleh Yu-Te Tu *et al*, (2012). Analisis data menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) pengaruh yang signifikan antara citra merek dan kepuasan konsumen merek Wakai. 2) adanya pengaruh signifikan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen merek Wakai. 3) adanya pengaruh signifikan antara citra merek dan loyalitas konsumen merek Wakai.

Kata kunci: Citra merek, Kepuasan konsumen, Loyalitas konsumen.