

## ABSTRAK

Pelayanan yang diberikan dan kepuasan nasabah menjadi tolak ukur keberhasilan bank dalam mempertahankan nasabah. Baik dalam industri manufaktur dan jasa, kualitas layanan dan produk adalah faktor utama yang mempengaruhi niat pembelian pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pengukuran pelayanan dan kepuasan nasabah ini yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif kuantitatif untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel serta untuk mengukur besarnya pengaruh yang terjadi pada variabel bebas Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, variabel terikat Loyalitas Nasabah, sedangkan Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek pada kepuasan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Mandiri, Tbk di Area Jabodetabek. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan di Bank Mandiri yang telah menjadi nasabah minimal selama 6 bulan. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 165 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang disebut *Convenience Sampling* atau *Accidental Sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan *Struktural Equation Modeling* (SEM), dengan bantuan program *AMOS 22 for Windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.