

ABSTRAK

Muhammad Aji Ichlasul Amal, Nomor Mahasiswa 152150073, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Word of Mouth* (Studi pada Pelanggan Sepatu Olahraga Adidas di Stadion Mandala Krida, Waduk Tambakboyo, dan Grha Sabha Pramana UGM), 2019. Dosen Pembimbing I Sigit Haryono dan Dosen Pembimbing II Sadeli.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap *Word of Mouth*. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Sepatu Olahraga Merek Adidas di Stadion Mandala Krida, Waduk Tambakboyo, dan Graha Sabha Pramana UGM. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*, dengan metode *Systematic Simple Sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang menggunakan metode statistik *partial least square* (pls-sem).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*, Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*, Harga berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*, Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Pelanggan, Harga berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang bergerak di bidang industri olahraga terutama Perusahaan Adidas yang produk sepatu olahraganya dijadikan objek penelitian oleh peneliti, sebaiknya mempertahankan atau meningkatkan citra merek Adidas dan menyesuaikan harga jual agar konsumen dapat merasa puas dan setelahnya menjadi pelanggan yang dapat memberikan *word of mouth* yang positif kepada orang di lingkungannya terhadap merek dari produk yang digunakan.

Berdasarkan penelitian ini maka dapat disarankan perusahaan Adidas harus mempertahankan citra merek untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Cara yang dilakukan adalah mempertahankan reputasi merek. Selain itu Adidas juga harus mempertahankan kebijakan harga karena dengan harga yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Cara yang dilakukan adalah dengan mempertahankan daya saing harga dan menetapkan harga sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, Adidas mempertahankan kepuasan pelanggan karena dengan kepuasan pelanggan akan menciptakan *word of mouth* yang baik.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan *Word of Mouth*