

ABSTRAK

Olahraga lari termasuk dalam jenis *high impact* atau latihan fisik yang cukup berat dan berdampak cukup hebat pada persendian kaki, lutut, dan sebagainya. Karenanya, perlu kecermatan dan perhatian saat melakukan olahraga ini. Termasuk dalam hal yang sering terabaikan, yakni pemilihan sepatu (Felicia, 2015). Pada penelitian ini akan dibahas mengenai analisis kepuasan konsumen mengenai kualitas produk sepatu lari Adidas. Pemilihan objek penelitian disini didasarkan pada rating sepatu lari terbaik pada TOP BRAND 2014 dan 2015.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis *importance-performance analysis*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 384 responden yang merupakan pengguna sepatu loari Adidas di kota Bandung. Tahapan pada penelitian ini adalah yang pertama studi pendahuluan, kemudian identifikasi masalah , setelah itu penentuan ujuan penelitian kemudian penentuan variabel setelah itu pengumpulan data dan penyebaran kuisioner lalu pengolahan data dan analisis data dan terakhir kesimpulan dan saran.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah Berdasarkan hasil pengukuran indeks kepuasan, untuk semua dimensi kualitas produk, rata-rata tergolong tidak puas, namun yang hampir mencapai titik kepuasan berada pada dimensi Estetika pada pernyataan sepatu lari Adidas memberikan rasa percaya diri bagi penggunanya, dan kepuasan terendah berada pada dimensi Estetika juga dengan pernyataan penelitian desain sepatu lari Adidas sesuai dengan standar sepatu lari.

KATA KUNCI: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Pemasaran