

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh citra pasar terhadap *Word Of Mouth* melalui kegembiraan sebagai variabel mediasi studi pada kebun buah mangunan Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di kebun buah mangunan dan kota Yogyakarta dan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang sudah melakukan kunjungan diwisata kebun buah mangunan Yogyakarta.

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang telah melakukan kunjungan diwisata kebun buah mangunan Yogyakarta. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 140. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan teknik pengumpulan data menggunakan teknik survei dengan alat bantu kuesioner. analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 19.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa citra pasar berpengaruh terhadap kegembiraan pelanggan, citra pasar berpengaruh terhadap *Word Of Mouth* Positif, kegembiraan pelanggan berpengaruh terhadap *Word Of Mouth* Positif, kegembiraan pelanggan memediasi pengaruh citra pasar terhadap *Word Of Mouth* Positif.

Kata kunci: Citra Pasar, Kegembiraan Pelanggan, dan *Word Of Mouth* Positif

ABSTRACT

This research aims to analyze the extent of the influence of the image of the market against the Word Of Mouth through the excitement as mediation variables the study on Orchard mangunan. This research was conducted in the orchards and mangunan of Yogyakarta city and become the respondents in this study is the whole community who've done visit diwisata Orchard mangunan.

Characteristics of respondents in this study is a society that has done visit diwisata Orchard mangunan. The number of respondents that were used in this research is 140. The type of the data being used is the primary data and data collection techniques using the technique of survey with questionnaire tools. data analysis in this research using SPSS 19.

Based on the results of the analysis of the obtained results has done that affects the market image of the excitement of customers, market image of influence against the Positive Word Of Mouth, customer excitement effect on Positive Word Of Mouth, the excitement customers mediate the influence of the image of the market against the Positive Word Of Mouth.

Keywords: Market Image, Lightheartedness, and Positive Word Of Mouth