

## INTISARI

Perkembangan teknologi digital telah mengubah model interaksi dalam pemasaran pariwisata, termasuk industri perhotelan. Seiring perkembangan teknologi, getok tular berubah menjadi getok tular elektronik. Konsumen kini mencari informasi produk dan jasa dari berbagai platform digital sebelum melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan, pengalaman emosional yang positif, dan kepuasan konsumen pada getok tular elektronik positif.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memanfaatkan metode survei. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara daring dengan kriteria yang telah ditentukan. Sebanyak 261 responden dengan kriteria terkait berpartisipasi dalam penelitian ini. Metode analisis SEM-PLS digunakan dalam penelitian ini dengan perangkat lunak SmartPLS 3.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel kualitas layanan dan pengalaman emosional positif memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Kemudian, pada variabel kualitas layanan, pengalaman emosional positif, dan kepuasan konsumen didapatkan hasil pengaruh positif pada getok tular elektronik positif. Selain itu, kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan kualitas layanan dan pengalaman emosional positif pada getok tular elektronik positif.

**Kata kunci:** kualitas layanan, pengalaman emosional positif, kepuasan konsumen, getok tular elektronik positif.

## ABSTRACT

*The advancement of digital technology has transformed interaction models in tourism marketing, including the hospitality industry. As technology evolves, traditional word-of-mouth has shifted to electronic word-of-mouth (e-WOM). Consumers now seek product and service information from various digital platforms before making a purchase. This study aims to identify the influence of service quality, positive emotional experiences, and consumer satisfaction on positive e-WOM.*

*A quantitative method was used in this study, employing a survey method. The survey was conducted by distributing questionnaires to respondents online, based on predetermined criteria. A total of 261 respondents fitting the criteria participated in this research. The SEM-PLS analysis method was utilized using the SmartPLS 3 software.*

*The results of this study indicate that service quality and positive emotional experiences have a positive impact on consumer satisfaction. Furthermore, service quality, positive emotional experiences, and consumer satisfaction positively influence positive e-WOM. Additionally, consumer satisfaction mediates the relationship between service quality, positive emotional experiences, and positive e-WOM.*

**Keywords:** *service quality, positive emotional experiences, consumer satisfaction, positive electronic word-of-mouth.*