

ABSTRAK

Industri pariwisata terutama pada sektor perhotelan mengalami penurunan yang cukup signifikan di masa pandemi. Kondisi pandemi membuat arus informasi yang semakin ramai dan tidak tersaring baik informasi positif dan informasi negatif. Terjadi beberapa perubahan pola perilaku dan pola perjalanan konsumen dalam mempertimbangkan informasi-informasi pendukung yang terdapat di jejaring sosial dalam mempertimbangkan akomodasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, pengalaman emosional positif, dan atribut kebersihan yang dirasakan oleh konsumen terhadap getok tular daring positif pada sektor perhotelan di Pulau Jawa. Objek penelitian dari penelitian ini merupakan hotel bintang 3, 4, dan 5 yang tersebar di Pulau Jawa.

Metode pengumpulan sample menggunakan teknik *purposive sampling*. Umlah data yang diolah dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 data. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-PLS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, variabel atribut kebersihan yang dirasakan, variabel kepuasan pelanggan, dan pengalaman emosional positif memberikan pengaruh yang positif terhadap variabel getok tular daring positif. Dari ke-empat variabel yang berpengaruh positif, variabel atribut kebersihan yang dirasakan memiliki pengaruh paling tinggi terhadap variabel getok tular daring yang positif.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Atribut Kebersihan yang Dirasakan, Pengalaman Emosional Positif, dan Getok Tular Daring Positif.

ABSTRACT

The tourism industry, especially in the hotel sector, experienced a significant decline during the pandemic. The pandemic condition makes the flow of information more crowded and not filtered both positive and negative information. There have been several changes in consumer behavior patterns and travel patterns in considering the supporting information contained in social networks in considering their accommodation. This research aims to examine and analyse the effect of service quality, customer satisfaction, positive emotional experience, and hygiene attributes perceived by consumers on positive online word-of-mouth in the hospitality sector in Java. The object of this research is 3, 4, and 5 star hotels spread across Java Island.

The sample collection method used purposive sampling technique. The amount of data that is processed in this study is as much as 400 data. The method of analysis in this study using SEM-PLS.

The results of this study indicate that the service quality variable, perceived cleanliness attribute variable, customer satisfaction variable, and positive emotional experience have a positive influence on the positive online word-of-mouth variable. Of the four variables that have a positive effect, the perceived hygiene attribute variable has the highest influence on the positive online word-of-mouth variable.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Perceived Cleanliness Attributes, Positive Emotional Experiences, and Positive Online Contagion.