

ABSTRAK

Dalam menggunakan sebuah jasa, *service quality* menjadi salah satu faktor utama yang menjadi penilaian konsumen terhadap produk atau perusahaan penyedia jasa tersebut. Perusahaan harus dapat menetapkan harga sesuai dengan *service quality* yang diberikan. Konsumen akan merasa puas apabila kinerja perusahaan sama dengan atau melebihi ekspektasi konsumen. Dalam penelitian ini, konsumen akan merasa puas apabila *service quality* yang diberikan perusahaan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Hal lain yang perlu diperhatikan perusahaan adalah emosi positif konsumen, yang muncul dari dalam diri konsumen akibat adanya *stimulus* yang diberikan oleh perusahaan. *Service quality* dalam industri jasa, menjadi salah satu *stimulus* bagi konsumen. Dengan kepuasan dan emosi positif yang dirasakan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan, hal tersebut dapat menumbuhkan niat konsumen untuk melakukan komunikasi *word-of-mouth* yang positif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Obyek dari penelitian ini adalah salah satu perusahaan penyedia layanan perjalanan Umroh di Surabaya. Responden dari penelitian ini adalah jamaah Patuna Perwakilan Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 218 kuisisioner. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan diolah menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif terhadap *price fairness*, *customer satisfaction*, dan *positive emotion*. *Price fairness* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. *Positive emotion* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. *Positive emotion* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *word-of-mouth intention*.

Kata kunci: *service quality*, *price fairness*, *customer satisfaction*, *positive emotion*, *word-of-mouth*, Umroh.

ABSTRACT

In using a service company, service quality is one of the main factors that become customers' evaluation of the company. Companies must be able to set prices in accordance with the service quality provided. Customers will feel satisfied if the company's performance is equal to or exceeds their expectations. In this research, customers will be satisfied if the service quality that provided by the company is in accordance with the price offered. Another thing that is a concern for the company is positive emotion that felt by customers, which arises from within of each customer due to stimulus given by the company. In service industry, service quality is one of the stimuli for customers. With satisfaction and positive emotions felt by customers in using company's services, it can boost customer intentions to do positive word-of-mouth communication.

This research is using quantitative method. The object from this research is a service company that provides Umrah in Surabaya. Respondents on this research were *jamaah* of Patuna Perwakilan Surabaya. The data that used in this research are 218 questionnaires. Data were collected using nonprobability sampling techniques and processed using SEM-PLS. The results of this research show that service quality has positive impact on price fairness, customer satisfaction, and positive emotion. Price fairness has positive impact on customer satisfaction. Positive emotion has positive impact on customer satisfaction. Positive emotion and customer satisfaction has positive impact on word-of-mouth intention.

Key words: service quality, price, customer satisfaction, positive emotion, word-of-mouth, Umrah.