

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Reputation* terhadap *Functional Value*, *Emotional Value* dan *Recommendation* pada penelitian sebelumnya yang masih relevan digunakan pada saat ini. Objek yang diambil adalah *Shafira Tour & Travel* Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 150 responden yang pernah membeli paket umrah di *Shafira Tour & Travel* Surabaya dalam 2 tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melalui pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Analysis of Moment Structure* (AMOS 16).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Reputation* memiliki pengaruh positif terhadap *Functional Value*, *Emotional Value* dan *Recommendation*. *Functional Value* juga memiliki pengaruh positif terhadap *Emotional Value*, sedangkan *Functional Value* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Recommendation*. *Emotional Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Recommendation*.

Kata kunci : *Reputation*, *Functional Value*, *Emotional value*, *Recommendation*

ABSTRACT

This study aimed to identify and analyse influence reputation to functional value, emotional value and recommendation on previous research relevant infor-used at this time. Object taken is Shafira Tour & Travel in Surabaya.

The data used in research is primary data obtained from questionnaires. Respondent in this study were 150 respondents who've buying umrah package in Shafira Tour & Travel Surabaya twice at least 2 years. The sampling technique of this study was non-probability sampling. This study uses a quantitative approach through statistical analysis. Tests conducted using Structural Equation Modeling(SEM) with the help of Analysis of Moment Structures(AMOS 16).

The results of this study indicate that Reputation have a positive impact on the Functional value, Emotional Value and Recommendation. Functional Value also has a positive effect on Emotional Value. Whereas Functional Value does not have a positive influence on Recommendation. Emotional Value have a positive impact on the Recommendation.

Key words: Reputation, Functional Value, Emotional value, Recommendation