



PERSEPSI RISIKO COVID-19 TERHADAP INTENSI BERWISATA DI JABODETABEK

Submitted Date :
4 November 2020

Accepted Date :
10 November 2020

Fredy Utama
Sekolah Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya
fredy.utama@prasetiyamulya.ac.id

Doddy Setiawan
Universitas Sebelas Maret
doddy.setiawan@staff.uns.ac.id

Suggested Citation:

Jun, S. H. (2020). The effects of perceived risk, brand credibility and past experience on purchase intention in the Airbnb context. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12125212>

Abstract:

Since the Covid-19 pandemic has been declared as a global pandemic, tourism was the most affected sector by pandemic Covid-19. For the tourism industry, there are direct consequences for the national and local restrictions that have a direct impact on people's lives to minimize the spread of the virus. There are human mobility and the possibility of direct physical contact between individuals. Several things that are considered by tourists in making travel decisions, including the risk perception and their travelling's safety to a destination. There are several risk perceptions, namely the financial risk perception, time risk, social-psychological risk and health risk. Hypothesis using SEM AMOS to majority 16-25 years old respondents, found no direct influence between perceived risk and intention to travel. The results showed that an increase in risk perception did not affect a decrease in travel intention. Among the 4 variables tested, perceptions of financial risk have the greatest influence, followed by perceptions of health risk, social-psychological risk and time risk.

Keyword : Covid-19, Risk Perception, Travel Intention

Abstrak:

Semenjak pandemi Covid-19 diumumkan sebagai pandemi global, sektor pariwisata adalah sektor yang terkena dampak pandemi Covid-19. Bagi industri pariwisata terdapat konsekuensi langsung terhadap pembatasan lokal dan nasional yang telah diterapkan pada kehidupan masyarakat untuk memerangi penyebaran virus yaitu konsekuensi terhadap mobilitas dan kemungkinan berhubungan langsung secara fisik antar individu. Beberapa hal yang dipertimbangkan oleh wisatawan dalam pengambilan keputusan berwisata diantaranya adalah persepsi wisatawan tentang risiko dan keamanan mereka untuk bepergian ke suatu tujuan. Ada beberapa persepsi risiko yang dipikirkan para wisatawan yaitu persepsi risiko keuangan, risiko waktu, risiko sosial psikologi dan risiko kesehatan. Uji hipotesa yang dilakukan dengan menggunakan SEM AMOS terhadap mayoritas responden berusia 16-25 tahun, ditemukan tidak adanya pengaruh langsung antara persepsi risiko terhadap intensi berwisata. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan persepsi risiko tidak mempengaruhi penurunan terhadap intensi berwisata. Diantara 4 variabel yang diuji, persepsi risiko keuangan memiliki pengaruh yang paling besar, diikuti oleh persepsi risiko kesehatan, risiko sosial psikologi dan terakhir risiko waktu.

Kata Kunci: Covid-19, Risk Perception, Travel Intention

JEL Classification: L83; M31

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit korona virus 2019. Terdata per 8 Agustus 2020 kasus positif COVID-19 terkonfirmasi di Indonesia mencapai 123,503 orang, 5,658 meninggal, dan 79,306 sembuh (Kompas, 2020). Sejak kasus Covid-19 pertama kali terdeteksi di Indonesia di bulan Maret 2020, Indonesia menetapkan pembatasan social dalam skala besar (PSBB) dalam tanggal 31 Maret 2020. Hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah Nomer 21 Tahun 2020. DKI Jakarta pada tanggal 10 April 2020 melakukan penerapan PSBB. Pada tanggal 4 Juni 2020, Provinsi DKI Jakarta menerapkan PSBB Masa Transisi. Sebagai bagian dari penerapan PSBB masa transisi, sektor pariwisata dalam hal ini, taman rekreasi indoor, taman rekreasi outdoor dan kebun binatang mulai dibuka pada tanggal 20-21 Juni dengan kapasitas maksimal 50%.

Semenjak pandemi Covid-19 diumumkan sebagai pandemi global, sektor pariwisata adalah sektor yang terkena dampak pandemi Covid-19. Bagi industri pariwisata terdapat dua hal penting dan terlihat dari konsekuensi dan tindakan terhadap, pembatasan yang telah diterapkan pada kehidupan masyarakat untuk memerangi penyebaran virus yaitu keterbatasan mobilitas dan peluang berkontak secara fisik antar individu. Wisatawan memiliki beberapa pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berwisata. Persepsi wisatawan tentang risiko dan keamanan merupakan salah satu faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan mereka untuk bepergian ke suatu tujuan (Gut & Jarrell, 2007; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009)

Beberapa penelitian yang berhubungan dengan pariwisata sudah banyak yang membahas hubungan antara motivasi berlibur dan persepsi risiko. Para peneliti pariwisata mengklasifikasikan persepsi risiko dalam beberapa cara. Dalam pariwisata medis misalnya, persepsi risiko dapat mempengaruhi wisatawan medis menghindari tujuan tertentu atau bahkan ada kecenderungan untuk tidak bepergian sama sekali (Mohammad J. Khan et al., 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Khasawneh & Alfandi, 2019) mengidentifikasi bahwa dua dimensi persepsi risiko (yaitu risiko keuangan dan risiko performansi) berdampak signifikan pada total citra destinasi. Sedangkan persepsi risiko fisik, waktu dan risiko sosial psikologi tidak begitu penting berdampak pada citra destinasi.

Sedangkan Moutinho (2007) membahas ada 4 kelompok persepsi risiko yang dipikirkan para wisatawan pada saat pengambilan keputusan berlibur mereka yaitu perang dan ketidakstabilan politik, masalah kesehatan, kejahatan dan serangan teroris. Lebih lanjut Hasan et al. (2017) mengategorikan persepsi risiko menjadi enam dimensi yaitu risiko fisik, risiko keuangan, risiko performansi, risiko sosial, risiko psikologi and risiko keuangan. Lalu bagaimana dengan risiko kesehatan? Apakah risiko kesehatan, dalam hal ini, menyebarnya, pandemi Covid-19, berpengaruh kepada keinginan untuk berwisata?

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari persepsi risiko dari penduduk Jabodetabek terhadap intensi berwisata di beberapa tempat destinasi di Jakarta dan risiko yang paling mempengaruhi keputusan berlibur. Penelitian ini juga ingin melihat apakah pandemi Covid-19 mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berlibur.

Kajian Literatur

Persepsi Risiko

Persepsi risiko dalam pariwisata didefinisikan sebagai persepsi setiap individu mengenai kemungkinan adanya suatu tindakan dapat memaparkan suatu bahaya yang dapat mempengaruhi keputusan perjalanan (Chew & Jahari, 2014). Semua risiko diduga berasal dari risiko kinerja, risiko produk tidak sesuai yang diharapkan, yang mengarah pada persepsi kerugian finansial, waktu, kesehatan, dan psikososial (Featherman & Pavlou, 2003). Loewenstein et al. (2001) memperkenalkan teori *risk-as-feeling*, yang menekankan dampak persepsi risiko afektif pada perilaku tertentu.

Dalam pariwisata, risiko telah diteliti sebagai perhatian utama bagi wisatawan (Kozak et al., 2007). Karena seseorang secara inheren mengejar kebutuhan akan keselamatan dan keamanan ketika membuat keputusan perjalanan dalam keadaan risiko yang tidak pasti (Beirman, 2002). Para peneliti telah memperluas bidang penelitian dengan memeriksa hubungan antara pengetahuan turis sebelumnya, persepsi risiko, dan perilaku pencarian informasi (Sharifpour et al., 2014). Kekhawatiran wisatawan dapat bervariasi sebagai fungsi dari faktor situasional, yang bergantung pada pengalaman dan harapan individu dari elemen-elemen ini (Choi et al., 2019). Pengambilan keputusan perjalanan dinilai rumit karena karakteristiknya. Layanan dalam industri pariwisata tidak dapat diuji atau dirasakan sebelum dibeli, dan oleh karena itu biaya yang dikeluarkan sebelum merasakan perjalanan tidak dapat dipulihkan jika harapan atau ekspektasi tidak terpenuhi. Oleh karena itu, wisatawan dihadapkan pada beberapa tingkat risiko finansial (Sonmez & Graefe, 1998).

Artuğer (2015) berpendapat bahwa perjalanan dan pariwisata bahkan lebih rentan terhadap risiko dan ketidakpastian. Karena perjalanan mungkin bukan kebutuhan hidup utama, wisatawan lebih sensitif terhadap risiko dan masalah keamanan bersedia untuk menunda atau membatalkan rencana perjalanan mereka untuk menghindari risiko yang diperkirakan. Hal ini semakin relevan saat ini, karena pandemi yang melanda seluruh dunia yaitu Covid-19.

Risiko Keuangan

Dalam lingkungan bisnis dalam situasi pandemi Covid-19, risiko dan ketidakpastian telah mendapat perhatian lebih dari sebelumnya. Ming-Yuan (2006) menekankan bahwa dalam bidang manajemen keuangan, globalisasi keuangan dan risiko keuangan selalu berhubungan satu sama lain. Risiko Keuangan merupakan risiko dari wisatawan mengenai kemungkinan kehilangan uang atau manfaat uang maksimal dari aktifitasnya (Garner, 1986). Risiko keuangan juga merupakan risiko yang paling penting dalam destinasi hotel (Mitchell & Vassos, 1998). Persepsi risiko perjalanan telah menjadi topik penting di industri pariwisata dalam beberapa dekade terakhir karena krisis yang sedang berlangsung di seluruh dunia. Pengaruh persepsi risiko perjalanan terhadap niat perjalanan telah ditetapkan dalam literatur dan diakui secara luas bahwa wisatawan pada umumnya lebih suka memilih tujuan yang aman, damai, dan stabil untuk liburan mereka (Promsivapallop & Kannaovakun, 2018). Oleh karena itu, terbentuklah hipotesa pertama, yaitu:

H1: Peningkatan Risiko Keuangan berdampak negatif terhadap Intensi Berwisata

Risiko Waktu

Menurut Quintal et al. (2010), persepsi risiko mengacu pada persepsi kemungkinan kerugian karena ketidakpastian dalam pembelian produk atau layanan. Risiko waktu merupakan mengenai kemungkinan wisatawan mengalami pengalaman perjalanan hanya membuang-buang waktu atau kekhawatiran risiko waktu bahwa penggunaan produk atau layanan akan memakan waktu terlalu lama. Mitchell & Vassos (1998), berpendapat kehilangan waktu berarti waktu yang hilang yang diakibatkan karena kegagalan produk dalam memenuhi kebutuhan atau bisa juga berarti waktu yang diperlukan untuk memperbaiki kegagalan tersebut. Oleh karena itu, terbentuklah hipotesa kedua, yaitu:

H2: Peningkatan Risiko Waktu berdampak negatif terhadap Intensi Berwisata

Risiko Sosial Psikologi

McLeay et al (2018) mendefinisikan risiko psikologi sebagai sebagai kecemasan dan atau ketidaknyamanan perasaan yang timbul dari emosi pasca-perilaku yang diantisipasi seperti kekhawatiran dan ketegangan. Sedangkan risiko social didefinisikan sebagai potensi hilangnya harga diri, rasa hormat, dan persahabatan yang ditawarkan kepada konsumen oleh individu lain (Laroche et al., 2004). Oleh karena itu, terbentuklah hipotesa keempat yaitu:

H3: Peningkatan Risiko Sosial-Psikologi berdampak negative terhadap Intensi Berwisata

Risiko Kesehatan

Wabah Penyakit Coronavirus (Covid-19) telah menjadi krisis kesehatan global dengan konsekuensi yang luas dan menghancurkan bagi individu dan masyarakat. Baik penelitian sebelumnya maupun temuan baru-baru ini menunjukkan bahwa epidemi dan pandemi penyakit menular bisa menjadi pengalaman yang sangat traumatis bagi beberapa individu dan tekanan psikologis kronis. Sementara pandemi penyakit menular bisa sangat membuat stres bagi semua individu, penelitian menunjukkan bahwa dampak psikologis dari kolektif ini mungkin lebih parah untuk beberapa individu karena faktor risiko tertentu, seperti paparan penyakit yang lebih besar (Boyras & Legros, 2020).

Menurut Neuburger et al. (2020), pariwisata merupakan sektor yang paling terdampak wabah Covid-19. Sebelumnya, krisis kesehatan telah mempengaruhi ekonomi pariwisata dan perilaku perjalanan wisatawan seperti wabah SARS (Pine & McKercher, 2004). Risiko kesehatan yang dirasakan terdiri dari kerentanan yang dirasakan seseorang terhadap penyakit dan keparahan yang dirasakan (Floyd et al., 2000). Kerentanan mengacu pada risiko tertular suatu penyakit (Brewer & Fazekas, 2007). Individu, yang merasa berisiko tertular penyakit, akan melakukan tindakan untuk mencegah risiko ini seperti menghindari perjalanan (Brewer et al., 2007).

Risiko kesehatan dapat didefinisikan sebagai risiko subyektif terjadinya peristiwa negatif terkait kesehatan baik untuk seseorang ataupun sekelompok orang dalam jangka waktu tertentu. Pengaruh persepsi risiko

penyakit virus korona-19 (Covid-19) pada niat perilaku terhadap pariwisata 'untact' di Korea Selatan selama gelombang pertama pandemi di bulan Maret tahun 2020. Bae & Chang (2020) mempelajari pengaruh risiko kesehatan dari aspek kognitif dan afektif. Hasil penelitian yang dilakukan Bae & Chang (2020) menunjukkan bahwa persepsi risiko afektif terhadap penyakit korona-19 mempengaruhi secara signifikan dari sikap berwisata, sedangkan persepsi risiko kognitif berpengaruh positif terhadap norma subjektif. Dari beberapa temuan, muncul hipotesa ketiga, yaitu:

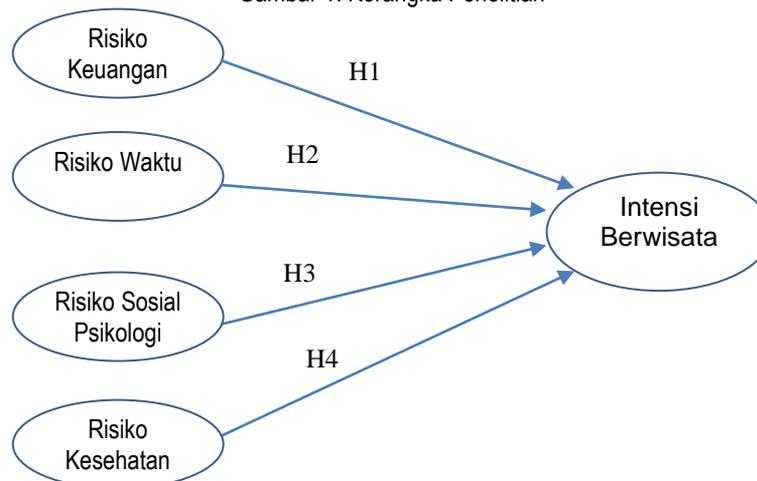
H4: Peningkatan Risiko Kesehatan berdampak negatif terhadap Intensi Berwisata

Intensi Berwisata

Intensi untuk berwisata digambarkan sebagai kemungkinan untuk mengunjungi suatu tujuan atau destinasi wisata di waktu yang berdekatan (Matzler et al., 2016). Pada penelitian sebelumnya, jika persepsi risiko dalam mengunjungi suatu destinasi meningkat, sikap wisatawan terhadap kunjungan ke destinasi tersebut menjadi lebih negative (Quintal et al., 2010). Pada tahun 2019 hingga tahun 2020, dapat dipastikan persepsi individu tentang risiko kesehatan atau fisik meningkat dengan munculnya pandemi Covid-19 di seluruh dunia termasuk Indonesia yang berpengaruh besar dalam industri pariwisata. Secara khusus, penyakit serius seperti SARS, flu burung, dan MERS telah sangat mempengaruhi industri pariwisata, mulai dari dampak ekonomi serta pengaruhnya terhadap niat perjalanan (Lee et al., 2012).

Menurut Reisinger & Mavondo (2005), tingkat kecemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi keselamatan dan akhirnya pada niat bepergian. Niat untuk bepergian ditentukan oleh tingkat kecemasan dan keamanan perjalanan (Choi et al., 2019). Ketika calon wisatawan menganggap suatu tujuan kurang aman karena risiko, mereka dapat menyesuaikan perilaku perjalanan mereka, memperoleh informasi tambahan tentang suatu tujuan, atau bahkan mengubah tujuan mereka (Reisinger & Mavondo, 2005).

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dalam pengambilan *sample* data penelitiannya. Dengan menggunakan *snowball sampling*, data diambil mulai dari jumlah kecil dan kemudian disebar dari sampel awal atas dasar preferensi sampai memenuhi jumlah sampel minimum (Sugiyono, 2001). Peneliti menyebarkan kuesioner secara online kepada masyarakat Jabodetabek. Jika responden yang menjawab berada diluar wilayah tersebut maka peneliti akan mengeluarkan hasil daripada jawaban responden tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 orang. Hal ini sesuai dengan jumlah minimal sampel yang dibutuhkan dan juga jumlah sampel yang berada antara 100 dan 200 (Hair et al., 1998).

Peneliti mengambil sejumlah instrumen dari jurnal yang telah diuji dan sering kali digunakan oleh penelitian lainnya. Adapun beberapa instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Kode	Indikator	Referensi
Risiko Keuangan	RF1	Saya khawatir harga tiket tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang ingin saya kunjungi lebih mahal daripada harga tempat destinasi yang lain	S. H. Jun (2020); Mohammad Jamal Khan et al. (2019) ; Mohammad Jamal Khan et al, (2017)
	RF2	Saya khawatir tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) terlalu mahal mengingat kualitas yang ditawarkan	
	RF3	Saya khawatir berwisata di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang ingin saya kunjungi menyebabkan kerugian finansial	
	RF4	Saya merasa jika saya bepergian ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) saya akan mengeluarkan biaya tidak terduga	
Risiko Waktu	RW1	Berwisata ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) akan membuang waktu saya	
	RW2	Berwisata di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) akan menyebabkan penggunaan waktu saya tidak efisien dibandingkan saya mengerjakan aktivitas lain	
	RW3	Saya merasa lebih baik mengerjakan pekerjaan lain dibandingkan harus ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya)	
Risiko Sosial Psikologi	RS1	Berwisata di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) akan berdampak negatif terhadap opini orang lain terhadap saya	
	RS2	Saya akan dianggap bodoh oleh orang-orang yang pendapatnya saya hormati jika saya berwisata di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya)	
	RS3	Pemikiran untuk berwisata di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) membuat saya merasa tidak nyaman secara psikologis	
	RS4	Pemikiran untuk berwisata di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) memberikan saya rasa cemas dan ketegangan yang tidak diinginkan	
	RS5	Tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang ingin saya kunjungi tidak cocok dengan citra diri atau konsep diri saya	
	RS6	Berpergian ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) akan mempengaruhi cara orang lain memandang diri saya	

Variabel	Kode	Indikator	Referensi
	RS7	Bepergian ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) akan menyebabkan kerugian sosial bagi saya karena saya akan dianggap rendah oleh teman dan kerabat	
Risiko Kesehatan	RK1	Saya khawatir berwisata ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) akan meningkatkan risiko saya dan keluarga akan tertular penyakit COVID-19	S. H. Jun (2020); Mohammad Jamal Khan et al. (2019); Mohammad Jamal Khan et al. (2017); Bae & Chang (2020); Lee et al., (2012)
	RK2	Saya khawatir saya akan tertular COVID-19	
	RK3	Saya khawatir tentang COVID-19 yang terjadi di wilayah Jakarta	
	RK4	Saya menahan diri untuk berwisata ke tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang ingin saya kunjungi karena orang-orang di sekitar saya sepertinya juga menahan diri masalah kesehatan	
	RK5	Saya khawatir dengan penanganan kesehatan yang dilakukan oleh tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang ingin saya kunjungi	
Intensi Berwisata	KB1	Saya bisa membayangkan menghabiskan liburan saya di tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya)	Choi et al. (2019); Matzler et al. (2016); See & Goh (2019)
	KB2	Saya akan mengerahkan upaya untuk mengunjungi tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) di masa depan	
	KB3	Saya ingin mengunjungi tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang saya dengar populer di kalangan keluarga / teman / rekan kerja / agen perjalanan	
	KB4	Saya ingin mengunjungi tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang populer di rekomendasikan keluarga / teman / rekan kerja / agen perjalanan saya	
	KB5	Saya ingin mengunjungi tempat destinasi wisata (misal Ancol, Taman Mini dan lain sebagainya) yang saya dengar dari keluarga / teman / rekan kerja / agen perjalanan.	

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Hasil

Uji Validitas

Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti mengacu pada nilai dari *Pearson Correlation* yang didapat dari program SPSS dan juga nilai estimate dari hasil *standardized regression weights*.

Tabel 2. Uji Validitas

			<i>Pearson Correlation</i>	<i>Standardized Regression Weights</i>
RF1	<---	R_Keuangan	.864**	0,859
RF2	<---	R_Keuangan	.861**	0,906
RF3	<---	R_Keuangan	.825**	0,749
RF4	<---	R_Keuangan	.757**	0,606
RW1	<---	R_Waktu	.898**	0,921

			Pearson Correlation	Standardized Regression Weights
RW2	<---	R_Waktu	.923**	0,894
RW3	<---	R_Waktu	.879**	0,763
RS1	<---	R_SocPsy	.893**	0,893
RS2	<---	R_SocPsy	.912**	0,947
RS3	<---	R_SocPsy	.945**	0,945
RS4	<---	R_SocPsy	.941**	0,916
RS5	<---	R_SocPsy	.825**	0,809
RS6	<---	R_SocPsy	.849**	0,817
RS7	<---	R_SocPsy	.909**	0,888
RK1	<---	R_Kesehatan	.875**	0,888
RK2	<---	R_Kesehatan	.919**	0,934
RK3	<---	R_Kesehatan	.872**	0,889
RK4	<---	R_Kesehatan	.870**	0,83
RK5	<---	R_Kesehatan	.862**	0,812
KB1	<---	Intensi_Berwisata	.563**	0,212
KB2	<---	Intensi_Berwisata	.773**	0,573
KB3	<---	Intensi_Berwisata	.856**	0,727
KB4	<---	Intensi_Berwisata	.894**	0,932
KB5	<---	Intensi_Berwisata	.876**	0,966
KB6	<---	Intensi_Berwisata	.887**	0,963

Sumber : Data Sekunder Diolah (2020)

Berdasarkan nilai *Pearson Correlation*, semua item dinyatakan valid karena memiliki nilai r-hitung > r tabel. R-tabel yang menjadi acuan adalah 0,1519 dengan uji signifikan 0,05. Nilai r-hitung paling rendah adalah indikator KB1 yaitu 0,563. Pengujian validitas dengan menggunakan loading factor dari standardized regression weights juga menunjukkan semua indikator dinyatakan valid kecuali indikator KB1 karena memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,212. Hal ini menunjukkan indikator KB1 memiliki hubungan korelasi yang paling lemah terhadap variabel KB.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal indikator yang akan mempengaruhi variabel penelitian. Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti mengacu pada nilai dari *cronbach alpha* yang didapat dari program SPSS dan juga *construct reliability* yang didapatkan dari hasil *standardized loading* pada program AMOS. Nilai acuan dari *construct reliability* adalah minimal 0,70 (Ghozali, 2006). Dikarenakan AMOS tidak mengeluarkan nilai *construct reliability*, dilakukan perhitungan sendiri dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	CR
Risiko Keuangan	0,844	0,8465
Risiko Waktu	0,882	0,9092
Risiko Sosial Psikologi	0,959	0,9546
Risiko Kesehatan	0,926	0,9585
Intensi Berwisata	0,892	0,8697

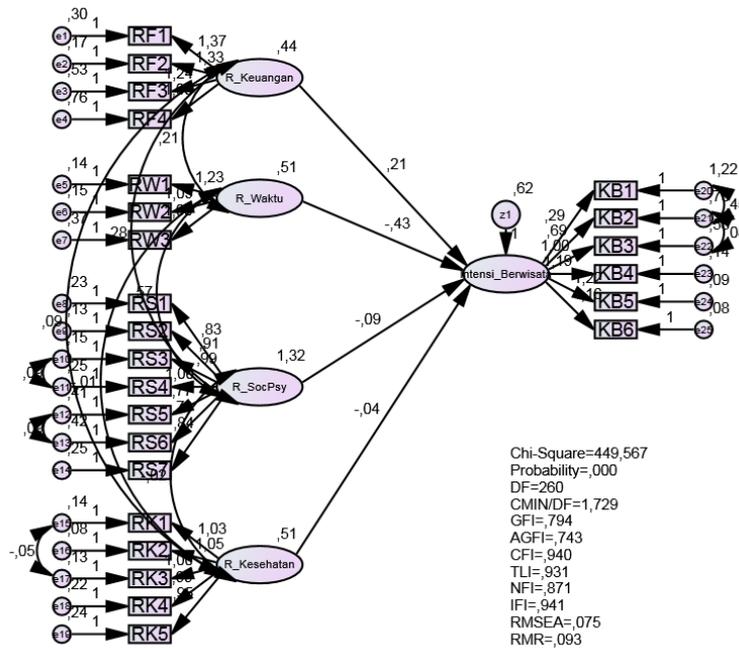
Sumber : Data Sekunder Diolah (2020)

Dengan mengacu kepada nilai cronbach alpha 0,7, maka dapat disimpulkan jika semua indikator reliabel. Hal ini juga didukung dengan perhitungan semua nilai *construct reliability* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan terdapatnya konsistensi dalam mengukur variabel konstruk.

Uji Goodness of Fit

Hasil dari analisis jalur dari model penelitian adalah sebagai berikut

Gambar 2. Uji Goodness of Fit



Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model fit dengan data yang diperoleh. Uji ini juga akan melihat apakah model persamaan struktural dapat diterima atau tidak.

Tabel 4. Uji Goodness of Fit

Kriteria Goodness of Fit	Value	Hasil	Kesimpulan
Uji Kecocokan Absolut			
X ² (Chi-Square)	Rendah jika P > 0.05	449,567, P = 0.000	Poor Fit
CMIN/DF	Good Fit jika CMIN/DF ≤ 2 Marginal Fit jika 2 < CMIN/DF ≤ 5	1.729	Good Fit
GFI	Good Fit jika GFI ≥ 0.90 Marginal Fit jika 0.80 ≤ GFI < 0.90	0,794	Marginal Fit
RMSEA	Good Fit jika 0.05 ≤ RMSEA ≤ 0.08 Marginal Fit jika 0.08 ≤ RMSEA ≤ 0.1	0.075	Good Fit
RMR	Marginal Fit jika RMR ≤ 0,10	0.093	Marginal Fit
Uji Kecocokan Incrementl			
AGFI	Good Fit jika AGFI ≥ 0.90 Marginal Fit jika 0.80 ≤ AGFI < 0.90	0.743	Marginal Fit
TLI	Good Fit jika TLI ≥ 0.90 Marginal Fit jika 0.80 ≤ TLI < 0.90	0.931	Good Fit
CFI	Good Fit jika CFI ≥ 0.90 Marginal Fit jika 0.80 ≤ CFI < 0.90	0.935	Good Fit
NFI	Good Fit jika NFI ≥ 0.90 Marginal Fit jika 0.80 ≤ NFI < 0.90	0.940	Good Fit
IFI	Good Fit jika IFI ≥ 0.90 Marginal Fit jika 0.80 ≤ IFI < 0.90	0.941	Good Fit

Dari hasil uji *goodness of fit* dengan menggunakan software AMOS, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang dikembangkan sudah baik. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengukuran nilai TLI, CFI NFI dan IFI yang ≥ 0.90 merupakan *good fit*, nilai GFI dan AGFI antara 0.70 dan 0.80 yang merupakan *marginal fit* dan nilai RMSEA yaitu 0,075 yang menandakan *good fit*.

Uji Hipotesis

Uji ini dilakukann dengan mengacu kepada nilai *Critical Ratio (CR)* pada *regression weights* dan nilai *probability* antar variabel di AMOS. Hipotesis akan diterima jika nilai *CR* lebih besar dari nilai 1,65 (dengan tingkat signifikansi 0,05). Sebaliknya hipotesis akan ditolak jika nilai *CR*, tidak melampaui 1,65. Selain itu, pengaruh signifikansi atau tidaknya dapat dilihat dari nilai acuan p-value (jika p-value $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima).

Tabel 5. Uji Hipotesis

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Intensi_Berwisata	<---	R_Keuangan	0,201	0,131	1,537	0,124	Ditolak
Intensi_Berwisata	<---	R_Waktu	-0,422	0,159	-2,651	0,008	Ditolak
Intensi_Berwisata	<---	R_SocPsy	-0,092	0,089	-1,038	0,299	Ditolak
Intensi_Berwisata	<---	R_Kesehatan	-0,037	0,101	-0,365	0,715	Ditolak

Sumber : Data Sekunder Diolah (2020)

Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan:

1. Hipotesis H1: Peningkatan Risiko Keuangan berdampak negatif terhadap Intensi Berwisata.
Hasil penelitian menunjukkan nilai C.R sebesar $1,537 < 1,65$ dan nilai P value = $0,124 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Peningkatan Risiko keuangan tidak berdampak terhadap penurunan intensi untuk berwisata. Dalam penelitian dibidang keputusan investasi yang dilakukan oleh Pradikasari & Isbanah (2018), menunjukkan hal yang sama, yaitu persepsi risiko keuangan tidak memiliki pengaruh kepada keputusan investasi. Hal ini didukung oleh penelitian Lestari (2013) yaitu persepsi risiko keuangan tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi wirausaha.
2. Hipotesis H2: Peningkatan Risiko Waktu berdampak negatif terhadap Intensi Berwisata.
Hasil penelitian menunjukkan nilai C.R sebesar $-2,651 < 1,65$ dan nilai P value = $0,008 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa H2 ditolak yaitu tidak ada hubungan antara peningkatan risiko waktu dengan intensi berwisata
3. Hipotesis H3: Peningkatan Risiko Sosial-Psikologis berdampak negative terhadap Intensi Berwisata
Hasil penelitian menunjukkan nilai C.R sebesar $-1,038 < 1,65$ dan nilai P value = $0,299 > 0,05$ menjelaskan bahwa hipotesa H3 ditolak yaitu tidak ada hubungan antara peningkatan risiko sosial psikologi dengan intensi berwisata
4. Hipotesis H4: Peningkatan Risiko Kesehatan berdampak negatif terhadap Intensi Berwisata
Hasil penelitian menunjukkan nilai C.R sebesar $-0,365 < 1,65$ dan nilai P value = $0,715 > 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesa ditolak yaitu tidak ada hubungan antara peningkatan risiko kesehatan dengan intensi berwisata

Secara umum, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan et al. (2016) yaitu persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap citra merek, walaupun citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dalam kontek berwisata, penelian ini juga mendukung penelitian Suardana (2017), persepsi risiko tidak signifikan berperan sebagai pemoderasi pada hubungan kepercayaan dan niat berperilaku wisatawan. Lebih lanjut dikatakan jika wisatawan yang memiliki kecenderungan persepsi risiko wisata diving ke bali kecil tidak akan berpengaruh dalam meningkatkan kepercayaan untuk berwisata ke bali, walaupun persepsi ini berpengaruh kepada peningkatan kepuasan dan niat berwisata. Di industri otomotif, Henricus Adi & Farida (2018) juga mengemukakan jika persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian motor. Penelitian ini memperkuat hasil penelitian Chen et al. (2017), yang tidak menemukan pengaruh signifikan persepsi risiko terhadap intensi pembelian.

Kesimpulan

Dari hasil keseluruhan data yang telah diolah dan diuji diperoleh kesimpulan bahwa keempat hipotesa di tolak. Uji hipotesa yang dilakukan terhadap responden yang 79,9% berusia 16-25 tahun, ditemukan tidak adanya pengaruh langsung antara persepsi risiko terhadap intensi berwisata. Peningkatan persepsi risiko, baik itu risiko keuangan, risiko waktu, risiko sosial psikologi dan juga risiko kesehatan tidak berpengaruh langsung terhadap intensi berwisata. Diantara 4 variabel yang diuji, persepsi risiko keuangan (0,16) memiliki pengaruh yang paling besar, diikuti oleh persepsi risiko kesehatan (-0,032), risiko sosial psikologi (-0,127) dan terakhir risiko waktu (-0,363).

Daftar Pustaka

- Artuğer, S. (2015). The Effect of Risk Perceptions on Tourists' Revisit Intentions. *European Journal of Business and Management*, 7(2).
- Bae, S. Y., & Chang, P. J. (2020). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>
- Beirman, D. (2002). Marketing of tourism destinations during a prolonged crisis: Israel and the Middle East. *Journal of Vacation Marketing*, 8(2), 167–176. <https://doi.org/10.1177/135676670200800206>
- Boyraz, G., & Legros, D. N. (2020). Coronavirus Disease (COVID-19) and Traumatic Stress: Probable Risk Factors and Correlates of Posttraumatic Stress Disorder. *Journal of Loss and Trauma*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/15325024.2020.1763556>
- Brewer, N. T., Chapman, G. B., Gibbons, F. X., Gerrard, M., McCaul, K. D., & Weinstein, N. D. (2007). Meta-analysis of the relationship between risk perception and health behavior: The example of vaccination. *Health Psychology*, 26(2), 136–145. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.26.2.136>
- Brewer, N. T., & Fazekas, K. I. (2007). Predictors of HPV vaccine acceptability: A theory-informed, systematic review. *Preventive Medicine*, 45(2–3), 107–114. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2007.05.013>
- Chen, H. S., Tsai, B. K., & Hsieh, C. M. (2017). Determinants of consumers' purchasing intentions for the hydrogen-electric motorcycle. *Sustainability (Switzerland)*, 9(8), 1–12. <https://doi.org/10.3390/su9081447>
- Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382–393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>
- Choi, K. H., Kim, M., & Leopkey, B. (2019). Prospective tourists' risk perceptions and intentions to travel to a mega-sporting event host country with apparent risk. *Journal of Sport and Tourism*, 23(2–3), 97–114. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1715826>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Gut, P., & Jarrell, S. (2007). Silver lining on a dark cloud: The impact of 9/11 on a regional tourist destination. *Journal of Travel Research*, 46(2), 147–153. <https://doi.org/10.1177/0047287507299590>
- Hasan, M. K., Ismail, A. R., & Islam, M. F. (2017). Tourist risk perceptions and revisit intention: A critical review of literature. *Cogent Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1412874>
- Henricus Adi, K., & Farida, I. (2018). Pengaruh Product knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk, Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention pada Motor Kawasaki Ninja 250 Fi Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1-13
- Jun, S. H. (2020). The effects of perceived risk, brand credibility and past experience on purchase intention in the Airbnb context. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12125212>
- Khan, Mohammad J., Chelliah, S., Haron, M. S., & Ahmed, S. (2017). Role of travel motivations, perceived risks and travel constraints on destination image and visit intention in medical tourism: Theoretical model. *Sultan Qaboos University Medical Journal*, 17(1), e11–e17. <https://doi.org/10.18295/squmj.2016.17.01.003>
- Khan, Mohammad Jamal, Chelliah, S., & Ahmed, S. (2017). Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1139–1155. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1374985>

- Khan, Mohammad Jamal, Chelliah, S., Khan, F., & Amin, S. (2019). Perceived risks, travel constraints and visit intention of young women travelers: the moderating role of travel motivation. *Tourism Review*, 74(3), 721–738. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2018-0116>
- Khasawneh, M. S., & Alfandi, A. M. (2019). Determining behaviour intentions from the overall destination image and risk perception. *Tourism and Hospitality Management*, 25(2), 355–375. <https://doi.org/10.20867/thm.25.2.6>
- Kozak, M., Crotts, J. C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233–242. <https://doi.org/10.1002/jtr.607>
- Kurniawan, T., Soesanto, H., & Sufian, S. (2016). Pengaruh Persepsi Nilai, Brand Awareness & Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pensiunan yang Dimediasi Oleh Citra Merek di Bank Bukopin Cabang Semarang. *Universitas Diponegoro*. <http://eprints.undip.ac.id/50106/>
- Laroche, M., Mcdougall, G. H. G., Bergeron, J., & Yang, Z. (2004). Exploring How Intangibility Affects Perceived Risk. *Journal of Service Research*, 6(4), 373–389. <https://doi.org/10.1177/1094670503262955>
- Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89–99. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.006>
- Lestari, W. (2013). Religiusitas Dan Persepsi Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pada Perspektif Gender. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 189. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i2.236>
- Loewenstein, G. F., Hsee, C. K., Weber, E. U., & Welch, N. (2001). Risk as Feelings. *Psychological Bulletin*, 127(2), 267–286. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.2.267>
- Matzler, K., Strobl, A., Stokburger-Sauer, N., Bobovnick, A., & Bauer, F. (2016). Brand personality and culture: The role of cultural differences on the impact of brand personality perceptions on tourists' visit intentions. *Tourism Management*, 52, 507–520. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.017>
- McLeay, F., Yoganathan, V., Osburg, V. S., & Pandit, A. (2018). Risks and drivers of hybrid car adoption: A cross-cultural segmentation analysis. *Journal of Cleaner Production*, 189, 519–528. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.031>
- Mitchell, V. W., & Vassos, V. (1998). This article was downloaded by : [German National Licence 2007] Access details : Access Details : [subscription number 777306418] Publisher Routledge Informa Ltd Registered in England and Wales Registered Number : 1072954 Registered office : Mortimer. *Journal of Euromarketing*, 6(3), 47–79. <https://doi.org/10.1300/J037v06n03>
- Moutinho, L. (2007). Article information : Abstract and Keywords. In *European Journal of Marketing* (Vol. 21, Issue 10).
- Neuburger, L., Egger, R., & Neuburger, L. (2020). Current Issues in Tourism Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020 : a case study of the DACH region pandemic 2020 : a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>
- Pine, R., & McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139–143. <https://doi.org/10.1108/09596110410520034>
- PRADIKASARI, E., & ISBANAH, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Promsivapallop, P., & Kannaovakun, P. (2018). Travel risk dimensions, personal-related factors, and intention to visit a destination: a study of young educated German adults. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(7), 639–655. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1485718>
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797–805. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.006>
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212–225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>
- Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410–418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>
- See, G. T., & Goh, Y. N. (2019). Tourists' intention to visit heritage hotels at George Town World Heritage Site. *Journal of Heritage Tourism*, 14(1), 33–48. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1458853>

- Sharifpour, M., Walters, G., Ritchie, B. W., & Winter, C. (2014). Investigating the Role of Prior Knowledge in Tourist Decision Making: A Structural Equation Model of Risk Perceptions and Information Search. *Journal of Travel Research*, 53(3), 307–322. <https://doi.org/10.1177/0047287513500390>
- Sonmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171–177. <https://doi.org/10.1177/004728759803700209>