



## **PENGARUH RISIKO DAN KENDALA YANG DIRASAKAN TERHADAP MENGUNJUNGI KEMBALI, SERTA PERAN MEDIASI CITRA DESTINASI BALI SETELAH COVID-19 PADA WISATAWAN**

Tasya Wulandari, Intan Tri Annisa<sup>2</sup>  
Universitas YARSI

---

*Info Artikel*

*Abstract*

*Sejarah Artikel:*

Diterima: 04 Agustus 2022

Disetujui: 27 Agustus 2022

*Keywords:* Perceived Risk,  
Perceived Constraints,  
Destination Image, Revisit  
Intention

*This study aims to determine the effect of perceived risk, perceived constraints on revisit intention, as well as the mediation role of Bali destination image after Covid-19 on tourists in Jabodetabek. The sample in this study was 165 tourists in Jabodetabek who had visited Bali. The sampling technique used is purposive sampling. Data was collected using a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The data analysis method used is the SPSS method and Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results showed that (1) the perceived risk had a negative and significant effect on the destination image (2) the perceived constraints had a negative and significant effect on the destination image (3) the perceived risk had a negative and significant effect on revisit intention (4) the perceived constraints had a negative and significant effect on revisit intention (5) destination image has a positive and significant effect on revisit intention (6) destination image can mediate the effect of perceived risk on revisit intention (7) destination image can mediate the effect of perceived constraints on revisit intention.*

---

*Abstrak*

*Kata Kunci:* Risiko Yang  
Dirasakan, Kendala Yang  
Dirasakan, Citra Destinasi,  
Mengunjungi Kembali

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh risiko yang dirasakan, kendala yang dirasakan terhadap mengunjungi kembali, serta peran mediasi citra destinasi Bali setelah Covid-19 pada wisatawan di Jabodetabek. Sampel dalam penelitian ini adalah 165 wisatawan di Jabodetabek yang pernah mengunjungi Bali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrument berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode SPSS dan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) risiko yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap citra destinasi (2) kendala yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap citra destinasi (3) risiko yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap mengunjungi kembali (4) kendala yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap mengunjungi kembali (5) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap mengunjungi kembali (6) citra destinasi dapat memediasi pengaruh risiko yang dirasakan terhadap mengunjungi kembali (7) citra destinasi dapat memediasi pengaruh kendala yang dirasakan terhadap mengunjungi kembali.

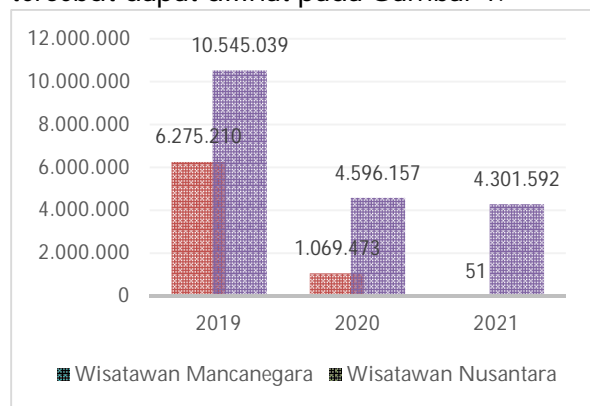
✉ *Corresponding Author:*  
Intan Tri Annisa  
E-mail:  
[intan.annisa@yarsi.ac.id](mailto:intan.annisa@yarsi.ac.id)

ISSN (print): 1412-3126  
ISSN (online): 2655-3066

## PENDAHULUAN

Organisasi Kesehatan Dunia atau biasa disebut *World Health Organization* (WHO) mengumumkan pada awal Maret 2020 wabah *Covid-19* sebagai pandemi global. Kasus pandemi *Covid-19* memiliki dampak bagi semua aktifitas di Indonesia. Pemerintah Indonesia memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) guna membatasi mobilitas untuk pengendalian penyebaran virus, hingga saat ini pemerintah menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sejak awal tahun 2021 untuk menangani pandemi *Covid-19*. Pemerintah selalu memperbaharui tentang perpanjangan PPKM di Pulau Jawa dan Bali.

Munculnya pandemi *Covid-19* memiliki dampak bagi sektor-sektor yang berhubungan langsung dengan mobilitas masyarakat sehari-hari, salah satu sektor yang terdampak dari kasus pandemi *Covid-19* adalah sektor pariwisata. Bali merupakan salah satu destinasi wisata yang terkena dampak kasus *Covid-19* pada industri pariwisata. Dilihat dari masa tinggal para wisatawan di Bali, kerugian pariwisata Bali per bulan di masa pandemi *Covid-19* ini sekitar Rp 9,7 triliun (Rosidin, 2020). Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Bali memiliki data pergeseran jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara yang berkunjung ke Bali. Data kunjungan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019-2021)

**Gambar 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara (2019-2021)**

Berdasarkan pada Gambar 1. menjelaskan bahwa jumlah kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun nusantara mengalami penurunan yang berlangsung dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Kedatangan wisatawan nusantara di tahun 2021 tidak terlalu jauh penurunannya, yaitu sebanyak 4.301.592 orang memilih Bali sebagai destinasi wisata. Jumlah wisatawan asal ibu kota yang berkunjung ke Bali sekitar 8.000 sampai 9.000 orang per hari (Merdeka.com). Hal tersebut menegaskan bahwa wisatawan asal ibu kota tetap gemar berkunjung ke Bali walaupun kasus pandemi *Covid-19* masih berlangsung. Tingkat kunjungan wisatawan terjadi karena proses vaksinasi dan penerapan protokol kesehatan yang terkendali di Bali.

Lin (2014) menyebutkan bahwa mengunjungi kembali merupakan kemungkinan bagi wisatawan untuk bersedia mengulang kembali suatu kegiatan atau mengunjungi kembali ke suatu destinasi wisata. Mengunjungi kembali suatu destinasi merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri wisatawan yang memotivasi wisatawan untuk dapat berkunjung kembali ke destinasi tersebut. Seorang wisatawan yang memiliki niat untuk mengunjungi kembali destinasi wisata biasanya mengalami pengalaman yang mengesankan dan menikmati jasa pelayanan yang berada di suatu destinasi wisata tersebut. Niat untuk mengunjungi kembali destinasi dapat mengetahui seberapa besar keinginan wisatawan mengunjungi destinasi wisata tersebut di saat terjadinya pandemi seperti sekarang ini.

Salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi adalah melihat dari risiko yang dirasakan ketika akan berkunjung kembali ke suatu destinasi. Menurut Bobâlcă (2014), risiko yang dirasakan merupakan persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi yang merugikan atau berhubungan negatif setelah melakukan pembelian layanan atau melakukan transaksi jasa. Lebih lanjut, Putra

dkk. (2022) mengatakan bahwa setiap perilaku yang terkait dengan konsumsi atau penggunaan produk atau layanan akan berpotensi menimbulkan risiko yang mungkin dirasakan oleh seseorang. Risiko yang dirasakan wisatawan nantinya ketika mengunjungi kembali destinasi wisata akan menjadi pertimbangan yang besar dan perlu dipikirkan secara matang. Sehingga wisatawan yang akan mengunjungi kembali suatu destinasi wisata tidak mengalami risiko yang dirasakan ketika berangkat atau berada di destinasi wisata tersebut.

Kendala yang dirasakan juga menjadi faktor dari wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi. Kendala yang dirasakan adalah hambatan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan, meskipun mungkin ada motivasi untuk melakukan perjalanan (Page & Hall, 2003). Seorang wisatawan yang akan mengunjungi kembali destinasi wisata biasanya mempertimbangkan hal-hal apa saja yang menjadi kendala ketika ingin mengunjungi kembali suatu destinasi. Beberapa kendala yang dirasakan wisatawan seperti tidak memiliki cukup uang, destinasi tersebut bukan hal baru lagi, dan tidak ada yang menemaninya saat bepergian akan menjadi pertimbangan wisatawan.

Hal lainnya yang menjadi pengaruh wisatawan mengunjungi kembali destinasi adalah citra dari destinasi wisata itu sendiri. Citra destinasi merupakan keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata (Hanif & Mawardi, 2016). Citra merupakan hal yang penting bagi suatu destinasi wisata, jika citra yang berada di benak wisatawan buruk maka akan mempengaruhi perilaku wisatawan tersebut. Sedangkan destinasi wisata yang berhasil menciptakan citra positif kepada wisatawan maka akan menarik pengunjung atau wisatawan kepada suatu destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian karena merujuk pada niat

wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi wisata. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh risiko yang dirasakan, kendala yang dirasakan, dan citra destinasi terhadap mengunjungi kembali destinasi wisata Bali setelah *Covid-19*.

## **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Landasan Teori**

#### **Risiko Yang Dirasakan**

Menurut Bobâlcă (2014), risiko yang dirasakan sebagai persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi yang merugikan atau berhubungan negatif ketika melakukan pembelian layanan atau melakukan transaksi jasa. Sementara itu Joo dkk. (2021) menyatakan bahwa risiko yang dirasakan adalah peran yang penting dalam memahami sikap dan perilaku wisatawan. Bagi beberapa wisatawan, tingkat risiko yang dapat dikelola dapat membuat pengalaman wisata mereka lebih menarik dan berkesan. Lebih lanjut, Pradita dkk. (2022) mengatakan bahwa risiko merupakan luaran atau akibat yang dapat berbentuk kesan positif atau negatif yang akan dirasakan ketika individu menggunakan suatu produk atau jasa.

Chen dkk. (2017) menyatakan bahwa risiko yang dirasakan meningkat seiring dengan meningkatnya tingkat ketidakpastian. Perjalanan pariwisata melibatkan banyak ketidakpastian, seperti keselamatan, transportasi, bahasa dan konflik budaya. Definisi dari risiko yang dirasakan jika dikaitkan dengan perjalanan adalah konsekuensi yang dirasakan oleh wisatawan ketika berkunjung ke suatu tempat tujuan, konsekuensi yang didapatkan oleh wisatawan berupa pengalaman yang mengacu pada hal yang bersifat negatif atau merugikan wisatawan.

#### **Kendala Yang Dirasakan**

Menurut Departemen Pendidikan Nasional (2008) yang berada di kamus besar bahasa Indonesia, pengertian kendala adalah halangan atau rintangan dimana keadaan yang membatasi, menghalangi, atau

mencegah pencapaian pada sasaran. Page & Hall (2003) menjelaskan bahwa kendala yang dirasakan adalah hambatan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan, meskipun mungkin ada motivasi untuk melakukan perjalanan. Menurut Canally & Timothy (2007) kendala atau hambatan yang dirasakan tercipta ketika bahasa dan budaya yang berbeda, sistem politik, dan ekonomi yang berbeda bertemu di perbatasan. Perbedaan tersebut membuat banyak orang atau wisatawan enggan untuk bepergian. Wisatawan yang merasakan kendala yang terlalu tinggi terhadap kunjungan, maka dapat mengurangi niat mereka untuk mengunjungi suatu destinasi. Namun, mereka tidak mungkin mengubah sikap mereka untuk mengunjungi kembali destinasi tersebut (Huang & Hsu, 2009). Kendala yang dirasakan merupakan suatu hambatan atau halangan ketika ingin berwisata atau ketika sedang berada di tempat wisata tersebut, wisatawan merasakan hambatan yang berbeda-beda pada saat mengunjungi suatu destinasi.

### **Citra Destinasi**

Menurut Firmansyah (2018) citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang berkaitan dengan perusahaan dan produk serta merek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Sedangkan menurut Arafat (2006) citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau asosiasi. Citra destinasi merupakan keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata (Hanif & Mawardi, 2016). Kemudian Coshall (2000) menyatakan, bahwa citra destinasi merupakan kesan wisatawan secara umum terhadap suatu destinasi wisata. Citra destinasi terbentuk di benak wisatawan yang terdiri dari tayangan, prasangka, harapan, emosi dan pikiran saat menentukan berkunjung ke suatu tempat destinasi wisata.

Kristanti & Farida (2015) menyatakan bahwa definisi citra destinasi yaitu sebagai konsep yang dipikirkan dari individu mengenai persepsi, perasaan, dan pengetahuan keseluruhan dari tujuan tertentu. Citra destinasi digambarkan sebagai gambaran mental yang dimiliki seseorang tentang suatu tempat dari infrastruktur pariwisata hingga atribut budaya, alam, dan sosial (Beerli & Martín, 2004). Artinya pengambilan keputusan wisatawan ke suatu destinasi tergantung dari citra yang dihasilkan dari destinasi tersebut. Definisi citra destinasi adalah pengetahuan berupa informasi yang dimiliki oleh wisatawan tentang suatu tempat destinasi wisata yang ingin ia kunjungi atau sudah pernah ia kunjungi.

### **Mengunjungi Kembali**

Menurut Lin (2014) mengunjungi kembali merupakan kemungkinan bagi wisatawan untuk bersedia mengulang kembali suatu kegiatan atau mengunjungi kembali ke suatu destinasi wisata. Sedangkan Wang dkk. (2015) mengatakan mengunjungi kembali merupakan kemungkinan bagi wisatawan untuk mengunjungi kembali tempat-tempat wisata dan perilaku ini dianggap sebagai bentuk ungkapan kesetiaan. Mengunjungi kembali tempat tujuan wisata merupakan kepuasan proses dari pengambilan keputusan, niat wisatawan yang berulang dapat dipengaruhi oleh memori positif wisatawan yang dirasakan selama berada di tempat destinasi yang dikunjungi (Um dkk., 2006).

Chien (2017) menjelaskan bahwa mengunjungi kembali destinasi sebagai niat untuk merekomendasikan. Secara luas mengacu pada keinginan pengunjung untuk mengunjungi kembali tujuan atau tempat yang sama, karena pengalaman perjalanan yang memuaskan dan merekomendasikan daerah atau tempat tersebut kepada teman-teman untuk membentuk loyalitas dan saran dari mulut ke mulut. Sehingga mengunjungi kembali merupakan niat bagi wisatawan untuk berkunjung kembali atau mendatangi

kembali tempat wisata yang menjadi tujuan utamanya, wisatawan merasakan hal positif dari tempat wisata tersebut sehingga ia ingin mengulang kembali perjalanannya pada destinasi wisata tersebut.

### **Pengembangan Hipotesis Risiko Yang Dirasakan terhadap Citra Destinasi**

Chew & Jahari (2014) meneliti risiko yang dirasakan dan citra destinasi sebagai mediasinya, hasil yang didapatkan adalah risiko yang dirasakan berupa risiko sosio psikologis dan keuangan memiliki pengaruh yang negatif terhadap citra destinasi. Data analisis yang digunakan berupa SPSS dan SEM-AMOS, kemudian objek penelitiannya adalah negara Jepang pasca bencana. Kemudian Nazir dkk. (2021) mendapatkan hasil risiko yang dirasakan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap citra destinasi. Objek yang digunakan adalah negara Pakistan dan menggunakan analisis SEM *Partial Least Square* (PLS) dalam penelitiannya. Sedangkan peneliti Jiang dkk. (2022) menggunakan metode analisis SPSS dan menggunakan objek Chengdu, China dalam penelitiannya. Hasil yang ditemukan bahwa risiko yang dirasakan memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap citra destinasi. Selanjutnya Loureiro & Jesus (2019) mendapatkan hasil risiko yang dirasakan berpengaruh secara negatif terhadap citra destinasi, dengan menggunakan objek *Rio de Janeiro*, Brasil dan analisis data berupa SmartPLS dalam penelitiannya. Jika suatu destinasi memiliki citra yang baik, maka risiko yang dirasakan oleh wisatawan cenderung lebih kecil. Sebaliknya jika risiko yang dirasakan oleh wisatawan besar atau meningkat, dikarenakan citra destinasi yang kurang bagus atau memiliki citra yang rendah.

H1 : Risiko yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap citra destinasi

### **Kendala Yang Dirasakan terhadap Citra Destinasi**

Nazir dkk. (2021) menggunakan citra destinasi sebagai mediasi dan kendala yang

dirasakan sebagai variabel independen dalam penelitiannya. Menggunakan metode analisis data SEM *Partial Least Square* (PLS) untuk menyelidiki hipotesis penelitian, kemudian negara Pakistan adalah objek dari penelitian tersebut. Hasil yang didapatkan adalah kendala yang dirasakan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap citra destinasi. Sedangkan Chen dkk. (2013) meneliti tentang kendala perjalanan yang dirasakan terhadap citra destinasi dan negara Cina sebagai objeknya. Kemudian menggunakan analisis SEM-AMOS dalam penelitiannya. Hasil penelitiannya adalah citra destinasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kendala perjalanan yang dirasakan. Citra dari tempat destinasi yang bagus akan mempengaruhi perilaku wisatawan dan kendala yang dirasakan oleh wisatawan tersebut terhadap destinasi wisata akan kecil atau menurun. Dapat disimpulkan bahwa kendala yang dirasakan wisatawan berupa kendala antarpribadi, ketidaktertarikan, dan struktural rendah, maka akan mempengaruhi citra destinasi yang baik.

H2 : Kendala yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap citra destinasi

### **Risiko Yang Dirasakan terhadap Mengunjungi Kembali**

Nazir dkk. (2021) melakukan penelitian tentang risiko yang dirasakan terhadap niat perilaku yang lebih mengarah pada mengunjungi kembali. Data analisis yang digunakan dalam penelitiannya adalah SEM *Partial Least Square* (PLS) dengan objek penelitiannya yaitu negara Pakistan. Hasil yang didapatkan dalam penelitian tersebut adalah risiko yang dirasakan memiliki dampak negatif signifikan terhadap niat perilaku untuk mengunjungi kembali. Sedangkan penelitian lainnya Viet dkk. (2020) yang meneliti tentang risiko yang dirasakan terhadap mengunjungi kembali memiliki objek penelitian yaitu provinsi *Binh Thuan* di negara Vietnam dan menggunakan metode kuantitatif pada teknik SEM *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan

berdampak negatif terhadap mengunjungi kembali. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang ditemukan oleh Harun dkk. (2018), ia menggunakan objek Pantai Tenggara Sabah, Malaysia dan menggunakan analisis data berupa SPSS di dalam penelitiannya. Hasil penelitiannya adalah risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hasil pada beberapa penelitian menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan memiliki pengaruh yang negatif terhadap mengunjungi kembali tempat destinasi. Jika meningkatnya risiko yang dirasakan pada wisatawan, maka niat untuk mengunjungi kembali wisata akan menurun. Sebaliknya, jika risiko yang dirasakan menurun atau sedikit, maka niat untuk mengunjungi kembali destinasi wisata akan meningkat dan wisatawan akan mengunjungi kembali tujuan wisata.

H3 : Risiko yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap mengunjungi kembali

### **Kendala Yang Dirasakan terhadap Mengunjungi Kembali**

Nazir dkk. (2021) menyatakan bahwa kendala yang dirasakan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk mengunjungi kembali destinasi. Dalam penelitiannya menggunakan objek negara Pakistan dan menggunakan analisis data SEM *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Huang & Hsu (2009), ia menggunakan objek negara Tiongkok dan analisis data berupa SPSS dan SEM-LISREL di dalam penelitiannya. Hasil yang didapatkan adalah antarpribadi dan struktural (kendala yang dirasakan) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mengunjungi kembali. Kendala yang dirasakan cenderung memiliki pengaruh yang negatif terhadap mengunjungi kembali, hal tersebut menjelaskan semakin kecil kendala yang dirasakan oleh wisatawan, maka semakin tinggi niat wisatawan untuk mengunjungi ulang

destinasi wisata. Sebaliknya jika niat wisatawan untuk mengunjungi kembali rendah dikarenakan kendala yang dirasakan oleh wisatawan tersebut tinggi.

H4 : Kendala yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap mengunjungi kembali

### **Citra Destinasi terhadap Mengunjungi Kembali**

Loi dkk. (2017) melakukan penelitian yang meneliti tentang citra destinasi terhadap mengunjungi kembali. Objek yang digunakan adalah Macao sebuah kawasan administrasi di China, dengan menggunakan model SEM *Partial Least Square* (PLS). Hasil yang didapatkan adalah citra destinasi memiliki hubungan positif terhadap niat untuk mengunjungi kembali. Sedangkan Satyarini dkk. (2020) menjelaskan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Lombok Timur pasca gempa adalah objek penelitiannya dengan menggunakan analisis data berupa SEM-AMOS. Selain itu Harun dkk. (2018) menggunakan objek Pantai Tenggara Sabah, Malaysia dan menggunakan analisis data berupa SPSS di dalam penelitiannya. Hasil penelitiannya mengidentifikasi bahwa tiga dimensi citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap mengunjungi kembali. Selanjutnya Prayogo dkk. (2017) meneliti bahwa citra destinasi memiliki dampak positif terhadap mengunjungi kembali. Objek penelitiannya adalah Umbul Ponggok, Klaten Indonesia dan menggunakan model persamaan SEM *Partial Least Square* (PLS). Sedangkan Allameh dkk. (2015) menggunakan wisata olahraga di Iran sebagai objek penelitiannya dengan menggunakan metode pemodelan persamaan berupa SPSS dan SEM-AMOS. Hasilnya citra destinasi berpengaruh positif terhadap mengunjungi kembali tujuan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Atmari & Putri (2021) mengungkapkan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali Sanggaluri Park,

dengan menggunakan metode analisis SEM *Partial Least Square* (PLS). Citra dari destinasi wisata yang bagus atau memiliki citra yang positif, akan mempengaruhi niat mengunjungi kembali wisatawan yang tinggi pada destinasi wisata tersebut.

H5 : Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap mengunjungi kembali

**Risiko Yang Dirasakan terhadap Mengunjungi Kembali Dengan Citra Destinasi Sebagai Mediator**

Chew & Jahari (2014) meneliti tentang risiko sosio psikologi dan keuangan (risiko yang dirasakan) terhadap mengunjungi kembali dan citra kognitif dan afektif (citra destinasi) sebagai mediasinya. Objek penelitiannya adalah negara Jepang pasca bencana dengan menggunakan analisis data berupa SPSS dan SEM-AMOS. Hasil dalam penelitiannya adalah citra destinasi secara signifikan memediasi hubungan risiko sosio-psikologis dan keuangan (risiko yang dirasakan) pada niat mengunjungi kembali. Sedangkan Nazir dkk. (2021) menggunakan objek negara Pakistan dan analisis data SEM-PLS dalam penelitiannya. Hasil yang didapatkan adalah citra destinasi memediasi hubungan antara risiko yang dirasakan dan mengunjungi kembali.

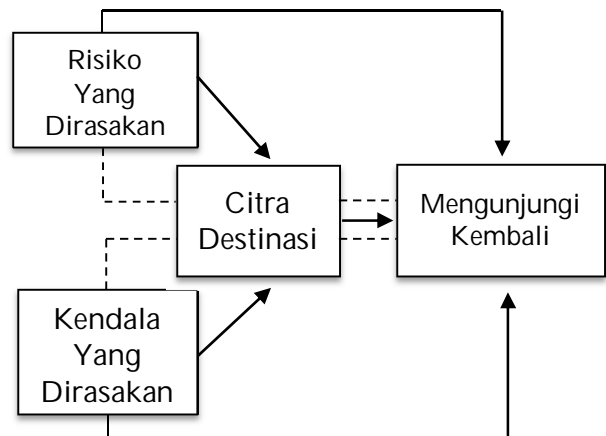
H6 : Risiko yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap mengunjungi kembali melalui citra destinasi sebagai mediasi

**Kendala Yang Dirasakan terhadap Mengunjungi Kembali Dengan Citra Destinasi Sebagai Mediator**

Chen dkk. (2013) meneliti tentang kendala perjalanan yang dirasakan terhadap niat berkunjung dan citra destinasi sebagai mediasi. Dalam penelitiannya menggunakan objek negara Cina dan menggunakan analisis data berupa SEM-AMOS. Hasil dalam penelitiannya adalah citra destinasi memediasi hubungan antara kendala yang dirasakan dan niat perilaku untuk mengunjungi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Nazir dkk. (2021) yang

melakukan penelitian di negara Pakistan dengan menggunakan analisis data berupa SEM *Partial Least Square* (PLS). Hasil dalam penelitiannya adalah citra destinasi memediasi hubungan antara kendala yang dirasakan dan mengunjungi kembali.

H7 : Kendala yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap mengunjungi kembali melalui citra destinasi sebagai mediasi



Sumber: Penelitian terdahulu

**Gambar 2. Kerangka Konsep**

**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Jenis data yang digunakan berupa data subjek, dimana sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden). Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan di Jabodetabek yang pernah mengunjungi Bali, dengan jumlah responden sebanyak 165 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan instrument berupa kuesioner secara daring melalui *google form*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan SPSS dan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

**SKALA PENGUKURAN**

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala ordinal. Sedangkan skala dalam menjawab pertanyaan kuesioner menggunakan skala *likert*. Sugiyono (2013) menyebutkan bahwa

skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1 (sangat tidak setuju) – 4 (sangat setuju) dalam penelitian ini.

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring kepada 165 responden yang merupakan wisatawan di Jabodetabek yang pernah mengunjungi Bali, mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berusia 18-25 tahun dengan persentase 85,5% dimana usia ini adalah usia produktif. Responden dari karakteristik pendidikan terakhir didominasi dengan responden lulusan SMA/SMK dengan persentase 49,7%. Tingkat pendapatan dalam penelitian ini mayoritas responden menjawab tingkat pendapatan <Rp 1.500.000 (44,2%). Rata-rata frekuensi responden yang pernah berkunjung ke Bali sebanyak satu kali (51,5%). Selain itu, tujuan responden pernah berkunjung ke Bali adalah sebagai rekreasi atau berlibur dengan persentase 92,7%. Secara detail tersaji dalam tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Keterangan		Persen (%)
Usia	18-25 Tahun	85,5
	26-30 Tahun	12,7
	31-40 Tahun	1,2
	>41 Tahun	0,6
Pendidikan terakhir	SMA/SMK	49,7
	Diploma/Sarjana	49,1
	Pasca Sarjana	1,2
Pendapatan saat ini	<Rp 1.500.000	44,2
	Rp 1.500.001-Rp 5.000.000	19,4

	3.500.000	
	Rp 3.500.001-Rp 5.000.000	18,8
	>Rp 5.000.000	17,6
Frekuensi pernah mengunjungi Bali	1 kali	51,5
	2 kali	31,5
	3 kali	7,3
	>3 kali	9,7
Tujuan pernah mengunjungi Bali	Rekreasi/Berlibur	92,7
	Bisnis	3,6
Tujuan pernah mengunjungi Bali	Menghadiri pertemuan	3,0
	Studi	0,6

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

### Model Pengukuran (*Outter Model*)

Pada tahap awal pengujian dan analisis data dilakukan dengan menganalisis evaluasi model pengukuran (*outter model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk. Terdapat dua jenis uji validitas dalam penelitian ini, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *factor loading* dan nilai AVE. Untuk nilai *factor loading* > 0,7 dimana semua variabel risiko yang dirasakan, kendala yang dirasakan, citra destinasi, dan mengunjungi kembali dinyatakan valid karena nilai dari *factor loading* semua item dari masing-masing variabel memiliki nilai > 0,7. Sedangkan, untuk nilai AVE diketahui semua variabel memiliki nilai AVE > 0,5, yang artinya semua variabel dalam penelitian ini memenuhi nilai AVE yang ditentukan. Hasil analisis validitas konvergen disajikan dalam tabel 2.

**Tabel 2. Validitas Konvergen**

Variabel	Item	Factor Loading	AVE
Risiko Yang Dirasakan	RYD_1	0,780	0,583
	RYD_2	0,724	
	RYD_3	0,764	
	RYD_4	0,772	
	RYD_5	0,812	
	RYD_6	0,718	
	RYD_7	0,771	
Kendala	KYD_1	0,742	0,638



Yang Dirasakan	KYD_2	0,824	
	KYD_3	0,816	
	KYD_4	0,800	
	KYD_5	0,751	
	KYD_6	0,826	
	KYD_7	0,876	
	KYD_8	0,748	
Citra Destinasi	CD_1	0,747	0,531
	CD_2	0,722	
	CD_3	0,718	
	CD_4	0,767	
	CD_5	0,727	
	CD_6	0,730	
	CD_7	0,727	
	CD_8	0,727	
	CD_9	0,712	
	CD_10	0,706	
Mengunjungi Kembali	MK_1	0,914	0,764
	MK_2	0,938	
	MK_3	0,759	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Selanjutnya, pengujian validitas diskriminan menggunakan hasil uji *cross loading*, dengan ketentuan nilai indikator harus mempunyai korelasi lebih tinggi dengan nilai variabel lainnya. Dapat diketahui bahwa indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam setiap variabel telah memiliki nilai *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabel tersebut. Hasil uji validitas diskriminan disajikan dalam tabel 3.

**Tabel 3. Validitas Diskriminan (Cross Loading)**

	RYD	KYD	CD	MK
RYD_1	<b>0,780</b>			
RYD_2	<b>0,724</b>			
RYD_3	<b>0,764</b>			
RYD_4	<b>0,772</b>			
RYD_5	<b>0,812</b>			
RYD_6	<b>0,718</b>			
RYD_7	<b>0,771</b>			
KYD_1		<b>0,742</b>		

KYD_2	<b>0,824</b>
KYD_3	<b>0,816</b>
KYD_4	<b>0,800</b>
KYD_5	<b>0,751</b>
KYD_6	<b>0,826</b>
KYD_7	<b>0,876</b>
KYD_8	<b>0,748</b>
CD_1	<b>0,747</b>
CD_2	<b>0,722</b>
CD_3	<b>0,718</b>
CD_4	<b>0,767</b>
CD_6	<b>0,727</b>
CD_7	<b>0,730</b>
CD_8	<b>0,727</b>
CD_9	<b>0,727</b>
CD_10	<b>0,712</b>
CD_11	<b>0,706</b>
MK_1	<b>0,914</b>
MK_2	<b>0,938</b>
MK_3	<b>0,759</b>

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Selain uji validitas, peneliti melakukan uji reliabilitas pada tahap selanjutnya. Untuk uji reliabilitas, diketahui semua variabel memiliki nilai *composite reliability* > 0,7, yang artinya variabel risiko yang dirasakan, kendala yang dirasakan, citra destinasi, dan mengunjungi kembali dinyatakan reliabel dan dapat dilakukan analisis selanjutnya. Untuk mengukur reliabilitas konstruk dapat dilakukan melalui *composite reliability*, untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2012). Hasil analisis uji reliabilitas disajikan dalam tabel 4.

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

Variabel	Composite Reliability
Risiko	0,907
Yang Dirasakan Kendala	0,934
Yang Dirasakan Citra Destinasi	0,919
Mengunjungi Kembali	0,906

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

**Model Struktural (Inner Model)**

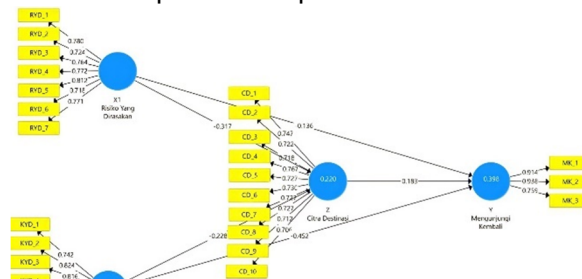
Setelah itu, peneliti melakukan uji model struktural (*inner model*) pada tahap selanjutnya. Hasil uji model struktural diperoleh nilai R<sup>2</sup> mengunjungi kembali sebesar 0,398 dan R<sup>2</sup> citra destinasi sebesar 0,220, yang memiliki arti bahwa pengaruh risiko yang dirasakan, kendala yang dirasakan, dan citra destinasi terhadap mengunjungi kembali sebesar 39,8% dan sisanya sebesar 60,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian sedangkan untuk pengaruh citra destinasi memediasi risiko yang dirasakan dan kendala yang dirasakan terhadap mengunjungi kembali adalah sebesar 22% dan sisanya sebesar 78% dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian. Pada analisis Q<sup>2</sup> memiliki arti relevansi prediktif, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai Q<sup>2</sup> > 0. Kemudian dapat dilihat bahwa model mempunyai kesesuaian atau fit yang dikatakan baik, dimana nilai model *Goodnes of Fit* > 0,36. Hasil *inner model* dapat dilihat dalam tabel 5.

**Tabel 5. Inner Model**

Ukuran Evaluasi	Aturan Kriteria	Hasil Uji Model
R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> = 0,67 ( <i>substansial</i> ), R <sup>2</sup> = 0,33 ( <i>moderate</i> ), R <sup>2</sup> = 0,19 ( <i>lemah</i> ), R <sup>2</sup> > 0,7 ( <i>kuat</i> ).	R <sup>2</sup> (mengunjungi kembali) = 0,398 (39,8%) R <sup>2</sup> (citra destinasi) = 0,220 (22%)
Q <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup> > 0 = relevansi prediktif dan Q <sup>2</sup> < 0 = tidak adanya relevansi prediktif.	Q <sup>2</sup> (mengunjungi kembali) = 0,291 Q <sup>2</sup> (citra destinasi) = 0,110
GoF	Nilai 0,10 = GoF kecil, 0,25 = GoF medium, 0,36 = GoF besar.	GoF = 0,564

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Hasil uji model struktural menggunakan *software* SmartPLS 3.0 dan menghasilkan pola hubungan antara variabel dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

**Gambar 3. Diagram Jalur**

### Uji Hipotesis

Selanjutnya, peneliti menganalisis uji hipotesis dalam penelitian ini. Original sampel dalam penelitian bertujuan untuk melihat arah hipotesis, semua hubungan variabel menunjukkan arah yang negatif kecuali hubungan variabel citra destinasi terhadap mengunjungi kembali memiliki arah yang positif. Menurut Ghazali & Latan (2016) jika t-statistik > 1,96 maka hasil yang didapatkan signifikan dan untuk menolak atau menerima hipotesis maka nilai p-value < 0,05. Artinya uji hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima dan signifikan, karena t-statistik antar variabel > 1,96 dan p-value < 0,05. Hasil uji hipotesis disajikan pada tabel 6.

**Tabel 6. Uji Hipotesis**

Hubungan Variabel	Sampel Asli (O)	T- Statistik	P-V	Ket
RYD → CD	-0,317	4,171	0,000	Sig
KYD → CD	-0,228	3,331	0,001	Sig
RYD → MK	-0,136	1,987	0,047	Sig
KYD → MK	-0,452	6,260	0,000	Sig
CD → MK	0,183	2,868	0,004	Sig
RYD → MK	-0,058	2,385	0,017	Sig

CD → MK				
KYD →	-0,042	2,001	0,046	Sig
CD → MK				

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa temuan. Pertama, risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap citra destinasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan Chew & Jahari (2014) yang menemukan bahwa risiko yang dirasakan berupa risiko sosio psikologis dan keuangan memiliki pengaruh yang negatif terhadap citra destinasi. Ketika wisatawan merasakan adanya potensi risiko selama berada di suatu destinasi, maka penilaian wisatawan tentang citra destinasi akan berubah dibandingkan dengan situasi ketika wisatawan tidak merasakan risiko (Loureiro & Jesus, 2019). Jika suatu destinasi memiliki citra yang baik, maka risiko yang dirasakan wisatawan cenderung lebih kecil begitupun sebaliknya. Kedua, kendala yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap citra destinasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Nazir dkk. (2021) dan Chen dkk. (2013) yang menemukan bahwa kendala yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap citra destinasi. Citra dari tempat destinasi yang bagus akan mempengaruhi perilaku wisatawan dan kendala yang dirasakan oleh wisatawan tersebut terhadap destinasi wisata akan kecil.

Selanjutnya peneliti menemukan hasil risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap mengunjungi kembali. Hasil penelitian ini sesuai dengan Viet dkk. (2020) yang menyatakan bahwa risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap mengunjungi kembali. Namun temuan ini tidak sesuai dengan Harun dkk. (2018) yang menemukan bahwa risiko yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap mengunjungi kembali. Setiap wisatawan mungkin merasakan masalah risiko yang berbeda-beda, seperti risiko geografi, budaya, psikologi, dan pengalaman perjalanan, hal tersebut dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan dengan cara yang berbeda dalam

mengunjungi kembali Viet dkk. (2020). Kemudian yang keempat, kendala yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap mengunjungi kembali. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nazir dkk. (2021) yang menyatakan bahwa kendala yang dirasakan memiliki dampak negatif terhadap niat mengunjungi kembali. Sedangkan hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Huang & Hsu (2009), yang menyatakan bahwa kendala yang dirasakan seperti kendala antarpribadi dan struktural tidak memiliki pengaruh terhadap mengunjungi kembali. Wisatawan mungkin tidak berniat untuk mengunjungi kembali tujuan jika mereka merasa bahwa kendala lebih besar pengaruhnya Nazir dkk. (2021).

Hasil temuan selanjutnya dalam penelitian ini adalah citra destinasi memiliki pengaruh yang positif terhadap mengunjungi kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan Loi dkk. (2017), Satyarini dkk. (2020), dan Allameh dkk. (2015) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap mengunjungi kembali suatu destinasi. Atmari & Putri (2021) menjelaskan bahwa semakin baik citra destinasi wisata, maka semakin kuat minat untuk mengunjungi kembali wisata tersebut. Menurut Harun dkk. (2018), suatu destinasi wisata seperti alam harus terus dipertahankan untuk meningkatkan citra destinasi. Wisatawan berniat untuk mengunjungi kembali destinasi jika mereka mempersepsikana citra destinasi yang positif (Nazir dkk., 2021).

Selanjutnya, risiko yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap mengunjungi kembali melalui citra destinasi sebagai mediasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Chew & Jahari (2014) yang menyatakan bahwa citra destinasi secara signifikan memediasi hubungan risiko sosio-psikologis dan keuangan (risiko yang dirasakan) pada niat mengunjungi kembali. Jika risiko yang dirasakan wisatawan rendah, maka citra destinasi yang dimiliki baik dan meningkatkan kunjungan wisatawan dalam mengunjungi kembali. Hasil temuan terakhir dalam penelitian ini

adalah kendala yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap mengunjungi kembali melalui citra destinasi sebagai mediasi. Hasil tersebut sejalan dengan Nazir dkk. (2021) yang menyatakan bahwa citra destinasi memediasi hubungan antara kendala yang dirasakan dan mengunjungi kembali. Apabila wisatawan merasakan kendala yang kecil, maka citra dari suatu destinasi memiliki citra yang baik dan tingkat wisatawan dalam mengunjungi kembali tinggi.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Sepanjang tahun 2020-2021, kunjungan wisatawan ke Bali mengalami penurunan yang cukup drastis. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap industri pariwisata Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan dan kendala yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap citra destinasi dan mengunjungi kembali, kemudian citra destinasi berpengaruh positif terhadap mengunjungi kembali, dan citra destinasi memediasi hubungan risiko yang dirasakan dan kendala yang dirasakan terhadap mengunjungi kembali. Citra destinasi yang memiliki kesan baik di benak wisatawan, kemudian risiko yang dirasakan dan kendala yang dirasakan wisatawan rendah maka akan menciptakan niat untuk mengunjungi kembali Bali setelah Covid-19 pada wisatawan. Sehingga tingkat kunjungan wisatawan Bali setelah Covid-19 semakin tinggi.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan peneliti. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mendapatkan sampel yang lebih beragam seperti sampel untuk wisatawan mancanegara. Kemudian disarankan untuk menambahkan metode survey dengan melakukan wawancara langsung kepada responden saat

penyebaran kuesioner, sehingga informasi yang didapatkan lebih akurat. Selanjutnya disarankan untuk peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel lain agar lebih beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaber, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 27(2), 191–207.
- Arafat, W. (2006). *Behind a Powerfull Image*. Andi Offset.
- Atmari, N. V., & Putri, V. W. (2021). The Effect of Tourism Experience on Revisit Intention through Destination Image and Satisfaction. *Management Analysis Journal*. 10(1), 85–94.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara (2019-2021)*.
- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*. 31(3), 657–681.
- Bobâlcă, C. (2014). *Determinants Of Customer Loyalty. A Theoretical Approach*. 8(C), 1–43.
- Canally, C., & Timothy, D. J. (2007). Perceived constraints to travel across the US-Mexico border among American university students. *International Journal of Tourism Research*. 9(6), 423–437.
- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M. B., & Chen, C. (2017). Investigating International Tourists' Intention to Revisit Myanmar Based on Need Gratification, Flow Experience and Perceived Risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*. 18(1), 25–44.
- Chen, P., Hua, N., & Wang, Y. (2013). Mediating Perceived Travel Constraints: The Role of Destination Image. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 30(3), 201–221.
- 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.
- Chien, M. C. (2017). An empirical study on the effect of attractiveness of ecotourism destination on experiential value and revisit intention. *Applied Ecology and Environmental Research*. 15(2), 43–53.
- Coshall, J. T. (2000). Measurement of Tourists' Images: The Repertory Grid Approach. *Journal of Travel Research*. 39, 85–89.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Depublish.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, A., & Mawardi, A. K. M. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 38(1), 44–52.
- Harun, A., Amat, O., Kassim, A. W. M., & Lily, J. (2018). *The Effects of Destination Image and Perceived Risk on Revisit Intention: A Study in the South Eastern Coast of Sabah, Malaysia*. 15(6), 540–559.
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*. 48(1), 29–44.
- Jiang, X., Qin, J., Gao, J., & Gossage, M. G. (2022). The mediation of perceived risk's impact on destination image and travel intention: An empirical study of Chengdu, China during COVID-19. *PLoS ONE*. 17: 1–23.
- Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C. K., & Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19(December 2020), 100553.
- Kristanti, L. T., & Farida, N. (2015). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Niat Berperilaku Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*. 2(1), 10.
- Lin, C. H. (2014). Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, and Self-Health Perception on the Revisit Intention of Hot Springs Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 38(2), 243–265.
- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S., & Fong, L. H. N. (2017). Does the quality of tourist shuttles influence revisit intention through destination image and satisfaction? The case of Macao. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 32, 115–123.
- Loureiro, S. M. C., & Jesus, S. (2019). How perceived risk and animosity towards a destination may influence destination image and intention to revisit: the case of Rio de Janeiro. *Anatolia*. 30(4), 497–512.
- Merdeka.com. (2021). *Meski Kasus Covid-19 Tengah Tinggi, 9.000 Wisatawan Asal DKI Tetap ke Bali per Hari*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/meski-kasus-covid-19-tengah-tinggi-9000-wisatawan-asal-dki-tetap-ke-bali-per-hari.html>
- Nazir, M. U., Yasin, I., & Tat, H. H. (2021). Destination image's mediating role between perceived risks, perceived constraints, and behavioral intention. *Heliyon*. 7(7).
- Page, S. J., & Hall, C. M. (2003). *Managing Urban Tourism*. Pearson Education Harlow.

- Pradita, N., Putra, H. B., & Rachmawati, L. (2022). Model Tam Dan Risiko Persepsian Sebagai Antesenden Niat Penggunaan Aplikasi Dan Permainan Daring Freemium Versi Berbayar Pada Mahasiswa Di Indonesia. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(1), 9-20.
- Prayogo, R. R., Darwati, & Quratul Ain, A. M. (2017). *The Mediating Role of Perceived Value on The Relationship Between Service Quality, Destination Image, and Revisit Intention: Evidence From Umbul Ponggok, Klaten Indonesia*. 81: 418–426.
- Putra, H. B., Pradita, N., & Mansyur, A. (2022). Integration Model Tpb And Perceived Risk Of Intention Of Use Applications And Games Online Freemium Paid Version: Indonesian Students Context. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*. 9(2), 110-116.
- Rosidin, I. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19, Pariwisata Bali Rugi Rp 9,7 Triliun Tiap Bulan*. Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2020/05/13/17591091/dampak-pandemi-covid-19-pariwisata-bali-rugi-rp-97-triliun-tiap-bulan>
- Satyarini, N. W. M., Tamjuddin, T., & Kurniawan, R. (2020). *Interrelation Between Tourist Risk Perception and Destination Image and Revisit Intention East Lombok Post Earthquake*. 143(Isbest 2019). 181–186.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA.
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. H. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*. 33(4), 1141–1158.
- Viet, B. N., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*. 7(1).
- Wang, Y., Chiu, J.-H., Liou, J.-Y., & Yu-ShiangYang. (2015). Recreation Benefit , Recreation Experience , Satisfaction , and Revisit Intention – Evidence from Mo Zai Dun Story Island Department of Business Administration. *Journal of Business & Economic Policy*. 2(2), 53–61.