

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG SAAT PANDEMI COVID DI PANGHEGAR  
WATERBOOM BANDUNG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Disusun Oleh:

Isnaini Nurrahmah Hanifah

1700911

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2021**

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG SAAT PANDEMI COVID DI PANGHEGAR  
WATERBOOM BANDUNG**

Oleh:

Isnaini Nurrahmah Hanifah

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Isnaini Nurrahmah Hanifah  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Juli 2021

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,  
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Isnaini Nurrahmah Hanifah

1700911

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SAAT PANDEMI COVID DI PANGHEGAR WATERBOOM BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



**Sri Marhanah, S.S., M.M**

**NIP. 19811014 200601 2 001**

Pembimbing II



**Rosita, S.S., M.A**

**NIP. 19781019 200604 2 001**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



**Dr. Erry Sukriah, S.E., M. S.E**

**NIP. 19791215 200812 2 002**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, ridho, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Berkunjung Saat Pandemi Covid di Panghegar Waterboom Bandung**" secara baik dan tepat pada waktunya. Tidak lupa sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjunan Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Ayah dan Ibu tersayang, Bapak Mahmudin Ishak dan Ibu Rohayati yang dengan tulus, sabar, dan penuh kasih sayang telah membesar, mendidik, membimbing, dan memberikan dukungan yang terbaik baik moril dan material serta yang selalu mendoakan penulis hingga saat ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada, baik dari segi teknis maupun penyusunan terutama dari segi ilmiah. Namun berkat bimbingan dari Pembimbing I Ibu Sri Marhanah, S.S.,M.M dan Pembimbing II Ibu Rosita, S.S., M.A yang banyak memberikan bantuan, saran, ilmu serta kesabaran keikhlasan ketika membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, demi kesempurnaan Skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan kritik ataupun saran yang bersifat membangun dari seluruh pihak senantiasa sangat berguna bagi penulis demi perbaikan di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih atas segala perhatian dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung yang diberikan oleh berbagai pihak, kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr.Erry Sukriah, S.E.,M.S.E selaku Ketua Prodi Manajemen Resort and Leisure. Terimakasih atas kesabaran dan keikhlasannya dalam memberikan ilmu selama penulis berada di MRL. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikannya.
2. Ibu Sri Marhanah, S.S.,M.M selaku dosen Pembimbing I skripsi. Terima kasih atas segala kesabaran dan keikhlasannya dan telah memberikan

waktu dan kesempatannya untuk membimbing, mengoreksi, dan memberikan ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Rosita, S.S.,M.A selaku dosen Pembimbing II skripsi. Terima kasih telah membantu saya untuk meluangkan waktunya, dan turut memberikan perhatian, bimbingan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Prof.Dr.Darsiharjo,M.S selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dengan pengarahan selama masa perkuliahan.
5. Dosen penagajar dan staff Manajemen Resort dan Leisure, terima kasih atas segala ilmu, wawasan dan pembelajaran yang telah diberikan.
6. Ridho Nurbagja Gumelar yang telah menemani penulis selama masa penggerjaan skripsi sekaligus sebagai tempat curahan hati dan memberikan dukungan penulis.
7. Kepada sahabat-sahabat “Pejoeang” Syafira Azhari Hadian selaku sahabat saya yang selalu siap siaga membantu dan berbagi keluh kesah tentang skripsi dengan penulis, dan menjadi teman pertama saat masuk kedunia perkuliahan, dan untuk Nabila Pitaloka, Nabilah Nurizkiana, Annisa Fitria Umara, Almineta Azzahra kalian semua sahabat-sahabat perkulihana yang selalu ada, selalu support,dan selalu ngerumpi kapanpun dimanapun terimakasih telah menemani penulis selama ini.
8. Kepada sahabat-sahabat “HELLO5” Nada Nabila, Haifa Dwi, Ratrining Puspito, Sonia Rumenta selaku sahabat saya yang siap direpotkan oleh penulis saat penulis menggarap skripsi dan telah menemani penulis dan siap membantu penulis.
9. Kepada Kakak Kandung penulis Wahid Ardiyansyah, dan Istrinya Teh Lilis, yang selalu membantu dan memberikan masukan untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Kepada semua teman-teman Manajemen Resort dan Leisure angkatan 2017. Terima kasih atas suka cita pertemanna yang telah diberikan selama 4 tahun ini, semoga kita semua dapat dipertemukan kembali.
11. Kepada Bapak Yuda selaku Pengelola Panghegar Waterboom Bandung yang telah memberikan izin penulis untuk meneliti tempat wisatanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

12. Kepada angkatan 2015, 2016 , 2020 dan alumni MRL selalu membantu penulis memberi motivasi, dan menjadi cerita kehidupan penulis selama berada di MRL.

Penulis sangat berterima kasih dan sangat merasa bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan orang-orang yang baik di kehidupan penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kerelaan memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Harapan penulis, skripsi ini bisa bermanfaat dan menjadi sumber wawasan baru bagi setiap pembacanya. Akhir kata, penulis mengucapkan sekian dan terima kasih.

Bandung, Juli 2021

Penulis,

Isnaini Nurrahmah Hanifah

NIM 1700911

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwwa skripsi dengen judul “**Pengaruh Perserpsi Risiko Terhadap Keputusan Berkunjung Saat Masa Pandemi Covid di Panghegar Waterboom Bandung**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkann kepada aya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2021

Isnaini Nurrahmah Hanifah

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SAAT PANDEMI COVID DI PANGHEGAR WATERBOOM BANDUNG**

**Oleh**  
**Isnaini Nurrahmah Hanifah**  
**1700911**

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari setiap dimensi persepsi risiko terhadap keputusan berkunjung saat pandemi COVID-10 di Panghegar Waterboom Bandung. Penulis mengadaptasi dimensi persepsi risiko yang dikembangkan oleh Solomon (2010), yaitu risiko fisik, risiko kinerja, risiko psikologis, risiko finansial, risiko waktu dan risiko sosial. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu oleh *Software IBM Statistics 25 for windows* dengan variabel persepsi risiko sebagai variabel independent dan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *quota sampling* dengan populasi yaitu pengunjung Panghegar Waterboom Bandung saat pandemi COVID-19 dengan sampel penelitian 100 responden dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara online melalui media sosial *Instagram* dan chat *personal contact*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko fisik, kinerja, finansial, sosial secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan persepsi risiko waktu memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan persepsi risiko psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Panghegar Waterboom Bandung saat pandemi COVID-19. Implikasi dari hasil penelitian ini mengharuskan pihak pengelola wisata meningkatkan pengawasan dalam penerapan protokol kesehatan secara ketat guna meminimalisir risiko yang mungkin terjadi.

**Kata Kunci:** Persepsi Risiko, Keputusan Berkunjung, Pandemi Covid

# **THE EFFECT OF PERCEIVED RISK ON VISITING DECISIONS DURING COVID PANDEMIC AT PANGHEGAR WATERBOOM BANDUNG**

## **ABSTRACT**

**Isnaini Nurrahmah Hanifah**

**1700911**

*The purpose of this study was to analyze the effect of each dimension of risk perception on the decision to visit during the COVID-19 pandemic at Panghegar Waterboom Bandung. The author adapts the dimensions of risk perception developed by Solomon (2010), kindly physical risk, performance risk, psychological risk, financial risk, time risk and social risk. This study uses multiple linear regression analysis assisted by IBM Statistics 25 Software for windows with perceived risk as the independent variable and the decision to visit as the dependent variable. This study uses a quota sampling technique with the population of Panghegar Waterboom Bandung visitors during the COVID-19 pandemic with a research sample of 100 respondents distributed online through social media , Instagram and personal contact chat. The results of this study indicate that the perception of physical risk, performance, financial, social partially positive and significant effect on the decision to visit, while the perception of time risk has a negative and significant effect on the decision to visit, and the perception of psychological risk has no significant effect on the decision to visit Panghegar Waterboom Bandung during the COVID-19 pandemic. The implications of the results of this study require that tourism managers increase supervision in the application of strict health protocols in order to minimize the risks that may occur.*

**Keywords:** Perceived Risk, Visiting Decision, Covid Pandemic

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
2. 1. Tinjauan Teori .....	12
2.1.1 Grand Theory, Middle Theory, dan Applied Theory.....	12
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	13
2.2 Definisi Persepsi .....	13
2.2.1 Syarat Terjadinya Persepsi.....	14
2.2.2 Proses Persepsi.....	15
2.3 Persepsi Risiko .....	15
2.3.1 Definisi Persepsi Risiko.....	15
2.3.2 Dimensi Persepsi Risiko .....	16
2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Risiko .....	19
2.4 Keputusan Berkunjung .....	20
2.4.1 Pengertian Keputusan Berkunjung .....	20
2.4.2 Dimensi Keputusan Berkunjung .....	20
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung .....	23

2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran .....	29
2.7 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Berkunjung .....	30
2.8 Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	37
3.2 Jenis dan Desain Penelitian .....	37
3.3 Populasi dan Sampel .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Operasional Variabel.....	40
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.7 Instrumen Penelitian.....	42
3.8 Proses Pengembangan Instrumen .....	43
3.8.1 Uji Validitas .....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.9. Teknik Analisis Data .....	49
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	49
3.9.2 Analisis Inferensial .....	50
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
3.9.4 Uji Hipotesis .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	55
4.2 Produk dan Jasa Yang Ditawarkan.....	55
4.3 Profil Responden .....	57
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	59
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	60
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	61
4.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	62
4.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pola Kunjungan .....	63

4.4 Analisis Deskriptif.....	64
4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko.....	64
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Berkunjung (Y).....	71
4.5 Hasil Analisis Inferensial .....	72
4.5.1 Uji Prasyarat .....	72
4.5.2 Model Regresi Berganda .....	75
4.5.3 Uji Hipotesis .....	77
4.5.4 Koefisien Determinasi .....	80
4.6 Pembahasan .....	81
4.6.1 Pengaruh <i>Physical Risk</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Panghegar Waterboom Bandung .....	82
4.6.2 Pengaruh <i>Performance Risk</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Panghegar Waterboom Bandung .....	83
4.6.3 Pengaruh <i>Financial Risk</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Panghegar Waterboom Bandung .....	83
4.6.4 Pengaruh <i>Time-Loss Risk</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Panghegar Waterboom Bandung .....	84
4.6.5 Pengaruh <i>Social Risk</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Panghegar Waterboom Bandung .....	85
BAB V PENUTUP .....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Rekomendasi .....	87
5.3 Implikasi .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kasus Covid Per-hari di Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Wisatawan yang Berwisata Saat Pandemi .....	5
Gambar 2. 1 <i>The Triple Strand of Perception</i> .....	19
Gambar 2. 2 Tahap Keputusan Berkunjung .....	21
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 3. 1 Peta Lokasi Panghegar Waterboom .....	37
Gambar 3. 2 Rumus Alpha Cronbach .....	48
Gambar 4. 1 Logo Panghegar Waterboom.....	55
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	59
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	61
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	62
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	63
Gambar 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pola Kunjungan .....	63
Gambar 4. 10 Uji <i>Heteroskedastisitas Scatterplot</i> .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Sebaran Covid di Indonesia Tahun 2021 .....	4
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan di PWB Tahun 2017-2020 .....	6
Tabel 1. 3 Data Kunjungan PWB Saat Covid Periode Juli – Desember 2020.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 2 <i>Ordinal Scale</i> .....	43
Tabel 3. 3 Koefisien Korelasi nilai r .....	44
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	47
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	48
Tabel 3. 7 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal	50
Tabel 3. 8 Pedoman Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Physical Risk</i> (X1).....	64
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Performance Risk</i> (X2).....	65
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Psychological Risk</i> (X3) .....	66
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Financial Risk</i> (X4) .....	67
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Time-Loss Risk</i> (X5) .....	68
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Risk</i> (X6).....	69
Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Penilaian Variabel Persepsi Risiko.....	70
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung(Y).....	71
Tabel 4. 9 Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	73
Tabel 4. 10 Uji <i>Multikolinieritas</i> .....	74
Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Regresi.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	80
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi .....	81

## DAFTAR PUSTAKA

- Alcántara-Pilar, J. M., Blanco-Encomienda, F. J., Armenski, T., & Del Barrio-García, S. (2018). The antecedent role of online satisfaction, perceived risk online, and perceived website usability on the affect towards travel destinations. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9(September), 20–35. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.09.005>
- Arslan, Y., Geçti, F., & Zengin, H. (2013). Examining perceived risk and its influence on attitudes: A study on private label consumers in Turkey. *Asian Social Science*, 9(4), 158–166. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n4p158>
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran* (pertama, c). Raja Grafindo.
- Bae, S. Y., & Chang, P. J. (2021). 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*, 24(7), 1017–1035. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>
- Bauer, R. A. (1960). Consumer Behavior as Risk Taking. *Consumer Behavior as Risk Taking*, In: Hancock, R.S., Ed., *Dynamic Marketing for a Changing World, Proceedings of the 43rd. Conference of the American Marketing Association*, 389-398.
- 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>
- Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cakar, K. (2020). Tourophobia: Fear of Travel Resulting from Man-Made or Natural Disasters. *Tourism Revies*, 76(1), 103–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0231>
- CDC. (2021). *Corona Virus Disease 2019*. <https://www.cdc.gov/>
- Chan, D. (2020). How to make critical decisions amid Covid-19 pressures How to make critical decisions amid Covid-19 pressures. *The Straits Times*, A28.
- Chang, E. C., & Tseng, Y. F. (2013). Research note: E-store image, perceived value and perceived risk. *Journal of Business Research*, 66(7), 864–870.

- <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.012>
- Chinazzi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., Pastore y Piontti, A., Mu, K., Rossi, L., Sun, K., Viboud, C., Xiong, X., Yu, H., Elizabeth Halloran, M., Longini, I. M., & Vespignani, A. (2020). The Effect of Travel Restrictions on The Spread of The 2019 Novel Coronavirus (COVID-19) Outbreak. *Science*, 368(6489), 395–400. <https://doi.org/10.1126/science.aba9757>
- Dedeoğlu, B. B., & Boğan, E. (2021). The motivations of visiting upscale restaurants during the COVID-19 pandemic: The role of risk perception and trust in government. *International Journal of Hospitality Management*, 95(March). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102905>
- Druică, E., Musso, F., & Ianole-Călin, R. (2020). Optimism bias during the covid-19 pandemic: Empirical evidence from romania and italy. *Games*, 11(3), 1–15. <https://doi.org/10.3390/g11030039>
- Eitzinger, A., Binder, C. R., & Meyer, M. A. (2018). Risk perception and decision-making: do farmers consider risks from climate change? *Climatic Change*, 151(3–4), 507–524. <https://doi.org/10.1007/s10584-018-2320-1>
- Fay, D. L. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 40–71.
- 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)
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Dipenegoro.
- Fuchs, G., Reichel, A., & Reichel, A. (2008). Tourist Destination Risk Perception : The Case of Israel Tourist Destination Risk Perception : The Case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, August 2014, 37–41. <https://doi.org/10.1300/J150v14n02>
- Garg, A. (2013). A Study of Tourist Perception Towards Travel Risk Factors in Tourist Decision Making. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 1–1.
- Garg, A. (2015). *Travel Risks vs Tourist Decision Making : A Tourist Perspective*.

- 8(1), 1–9.
- Gavilan, D., Fernández-Lores, S., & Martinez-Navarro, G. (2019). The influence of online ratings on film choice: decision making and perceived risk. *Communication and Society*, 32(2), 45–59. <https://doi.org/10.15581/003.32.2.45-59>
- Geographics, N. (2020). *Exclusive: Kids Catch and Spread Coronavirus Half as much as Adults, Iceland Study Confirms*.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. In *In Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (kelima). <https://doi.org/10.9744/jmk.10.2.pp. 124-135%0D>
- 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>
- Hakim, I. N. (2020). *Jurnal Bisnis dan Manajemen PERSEPSI RISIKO COVID-19 TERHADAP INTENSI BERWISATA*. 7(2), 185–196.
- Hande Ayhan Gökcek, Peyami Sefa Carikçioğlu, C. A. Y. (2019). THE EFFECT OF CONSUMER DECISION MAKING STYLES ON COGNITIVE DISSONANCE ALONG WITH THE ROLE OF THE PERCEIVED RISK AS A MODERATOR IN ONLINE SHOPPING. *Journal of Academic Research in Economics (JARE)*, 1, 118–127.
- 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>
- Hillson, D., & Murray-Webster, R. (2005). Understanding risk attitude. *Yearbook 2006/07 - Why People Matter*, 3.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Pt. Gramedia Widisarana Indonesia.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). Perceived risks in travelling to the Islamic Republic of Iran. In *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/17590831211232573>
- Karl, M. (2018). Risk and Uncertainty in Travel Decision-Making: Tourist and Destination Perspective. *Journal of Travel Research*, 57(1), 129–146. <https://doi.org/10.1177/0047287516678337>

- Karl, M., & Schmude, J. (2017). Understanding the role of risk (perception) in destination choice: A literature review and synthesis. *Tourism*, 65(2), 138–155.
- Khan, M. J., 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>
- 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>
- Ko, H., Jung, J., Kim, J., & Shim, S. W. (2004). Cross-Cultural Differences in Perceived Risk of Online Shopping. *Journal of Interactive Advertising*, 4(2), 20–29. <https://doi.org/10.1080/15252019.2004.10722084>
- Kotler, P., & Keller, kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. 2001. (2008). *Prinsip- prinsip Pemasaran jilid satu edisi kedelapan* (D. Sihombing (ed.); Kedelapan). Erlangga.
- 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>
- Lăzăroiu, G., Negurită, O., Grecu, I., Grecu, G., & Mitran, P. C. (2020). Consumers' Decision-Making Process on Social Commerce Platforms: Online Trust, Perceived Risk, and Purchase Intentions. *Frontiers in Psychology*, 11(May), 1–7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00890>
- 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>
- Maciejewski, G. (2012). The Meaning Of Perceived Risk In Purchasing Decisions Of The Polish Customers For citation : Maciejewski G . ( 2011 ), The

- meaning of perceived risk in purchasing decisions of the polish customers , Scientific Annals of the “ Alexandru Ioan Cuza ” Univers. *Scientific Annals of the University of Iasi, LVIII*(August).
- Madubuike, S. (2020). *Covid-19 effect on travel behavior among van-taa residents. August.*
- Mohamed, K., Yazdanpanah, N., Saghzadeh, A., & Rezaei, N. (2020). *Cognitive Biases Affecting the Maintenance of COVID-19 Pandemic.* 1–6.
- Narimawati, U. (2010). Metode Penelitian. In *Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Genesis.
- Nur Hakim, I. (2020). Wabah dan Peringatan Perjalanan dalam Persepsi Wisatawan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 31. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v07.i01.p02>
- Osland, G. E., Mackoy, R., & McCormick, M. (2017). Perceptions of personal risk in tourists' destination choices: nature tours in Mexico. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 8(1), 38–50. <https://doi.org/10.1515/ejthr-2017-0002>
- Pérez-Cabañero, C. (2007). *Perceived risk on goods and service purchases. april 2008*, 183–199.
- Polas, M. R. H., Sahidullah, M., Hossain, M. I., Karim, A. M., Prabhakaran, S., & Khan, A. M. (2019). Antecedent and Consequences of Risk Perception on Tourist Decision Making towards the Sustainable Medical Tourism Development in Bangladesh. *Journal of Tourism Management Research*, 6(1), 93–108. <https://doi.org/10.18488/journal.31.2019.61.93.108>
- 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>
- Putra, A. M. (2020). *Pengaruh, Analisis Resiko, Persepsi Risk, Perceived Keputusan, Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Tangan Di Masa Pandemi Covid-19 Secara Online.*
- RI, K. K. (2020). *Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.* <https://www.kemkes.go.id/>

- Rittichainuwat, B., Nelson, R., & Rahmafitria, F. (2018). Applying the perceived probability of risk and bias toward optimism: Implications for travel decisions in the face of natural disasters. *Tourism Management*, 66, 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.013>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (7th ed.)* (7th ed.). PT. Indeks.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. . (2010). *Consumer Behaviour, 10th Edition* (10th ed.).
- Sekaran, U. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. In 1 & 2. Selemba Empat.
- Setiadi, N. (2015). Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen. *Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen, June*.
- Shree, K., & Nagabhushanam, M. (2017). Exploring the Dimensions of Perceived Risk in Using Internet for Purchase Decisions. *ISBR Management Journal*, 2(1), 1–14.
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer behavior : Buying, Having, and Being 8th ed.* (Kedelapan). Pearson Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior : Buying, Having, and Being*. Pearson Prentice Hall.,
- Sugihartono, D. (2007). *Teori Tentang Pengertian Persepsi*. Yayasan Kanisius.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015. “*Metode Penelitian Pada Dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data Dengan Tujuan Dan Kegunaan Tertentu.*” Dalam, 1(2), 47–71.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi Untuk Pendidikan*. EGC.
- Suplet, M. R., Suárez, M. G., Ana, M., & Martín, D. (2009). Customer

- perceptions of perceived risk in generic drugs: the Spanish market marketing. *Rev Innovar*, 19(34), 52–64. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512009000200005&script=sci\\_arttext&tlang=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512009000200005&script=sci_arttext&tlang=en)
- Suryadana, M. . dan O. V. (2015). Pengantar Pemasaran Pariwisata. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung, 30(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Theobald, D. M., Schrupp, D., & Resource, N. (2004). ASSESSING PERCEIVED RISK OF CONSUMERS IN INTERNET AIRLINE RESERVATIONS SERVICES. 9(00), 1–62.
- Thoha, M. (2003). *Koleksi Buku 2003 Thoha , Miftah " Kepemimpinan dalam manajemen : suatu pendekatan perilaku / Miftah Thoha " 2003. 2003*, 4092.
- Turban, E., King, D., Viehland, A., Lee, J. (2010). *Electronic Commerce 2010 A Managerial Perspective (10th ed.)*. (10th ed.). Pearson.
- UNWTO. (2020). Pariwisata di Masa Pandemi Covid 19. In *Denpasar Institute*.
- Yeung, R. (2009). Tourist perception of food safety risk and destination choice. *International Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1), 21–23.
- Yin, E., Chew, 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>
- Yoeti. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.
- Zhan, L., Zeng, X., Morrison, A. M., Liang, H., & Andres Coca-Stefaniak, J. (2020). *A risk perception scale for travel to a crisis epicentre: visiting Wuhan after COVID-19*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1857712>
- Zhan, L., Zeng, X., Morrison, A. M., Liang, H., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). A risk perception scale for travel to a crisis epicentre: visiting Wuhan after COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1857712>
- Zulkarnaen, I. (2018). *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Takengon ( Studi pada Pengunjung Wisata Bur Telege )*.