

Tourism in Recovery: Segmenting Tourists Based on Risk Perception in the Post-COVID-19 Pandemic in Indonesia = Pariwisata Dalam Pemulihan: Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Persepsi Risiko Pasca Pandemi COVID-19 di Indonesia

Noveri Maulana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519631&lokasi=lokal>

Abstrak

Setelah dua tahun pandemi COVID-19, penelitian tentang persepsi risiko berwisata didominasi oleh penelitian tentang risiko kesehatan sebagai faktor signifikan yang memengaruhi perilaku pembelian wisatawan terhadap produk pariwisata dan perhotelan, seperti pemilihan akomodasi. Namun, penelitian tentang faktor terkait risiko berwisata lainnya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dalam literatur. Melalui mix method analysis, studi ini mengeksplorasi berbagai faktor persepsi risiko terhadap perilaku menginap di akomodasi wisata di kalangan wisatawan selama pelanggaran pembatasan perjalanan di Indonesia. Focus group Discussion (FGD) dan survei lapangan terhadap wisatawan lokal dan asing digunakan untuk mengumpulkan data analisis selama Maret hingga Juli 2022. Lima ratus enam puluh delapan wisatawan berpartisipasi dalam survei, sedangkan 11 wisatawan berpartisipasi dalam FGD. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penelitian ini menggunakan analisis faktor eksplorasi, analisis kluster, uji ANOVA, tabulasi silang, model persamaan struktural, dan analisis text mining. Temuan riset ini menyimpulkan bahwa ada 21 item persepsi risiko yang dikategorikan ke dalam lima dimensi risiko yaitu; Risiko kehilangan peluang (enam item, varians 44%), Risiko psikologis (lima item, varians 8,8%), Risiko kesehatan (empat item, varians 5,6%), Risiko sosial (tiga item, varians 5,5%), dan Risiko keuangan (tiga item, varians 4,8%). Analisis kluster hierarkis dan K-means digunakan untuk memeriksa persepsi risiko tersebut lebih lanjut untuk membangun segmentasi wisatawan. Empat solusi kluster menunjukkan perbedaan yang signifikan pada persepsi risiko di antara anggota kluster. Berdasarkan preferensi persepsi risiko mereka, segmen-segmen tersebut diberi label sebagai The Performer (tidak mempersepsikan dimensi risiko apa pun), The Valuator (memahami semua faktor risiko terutama risiko kehilangan peluang), The Avoider (memahami risiko sosio- psikologis), dan The Hesitator (mempersepsikan faktor risiko kesehatan). Beberapa sosio-demografis, variabel perilaku terkait perjalanan, dan atribut akomodasi digunakan untuk membuat profil segmen yang dihasilkan. Mungkin temuan ini akan berkontribusi pada industri pariwisata dan perhotelan dalam mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan segmentasi yang diusulkan dan perilaku wisatawan pasca pandemi COVID-19 di Indonesia.

....