

# Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Persepsi Risiko, dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Ke Pulau Bali Pasca Pandemi COVID-19 = The Effect of Electronic word of mouth (eWOM), Perceived Risk, Destination Image on Visit Intention to Bali Island Post COVID-19

Si Agung Candra Arum Sari Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523412&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Pasca pandemi COVID-19 pariwisata Bali mulai bangkit namun belum sepenuhnya pulih. Pada masa transisi pandemi COVID-19 menuju endemi, Bali menjadi sorotan di media sosial terkait dengan perbedaan pelayanan yang diterima oleh wisatawan domestik. Selain itu, penyebaran informasi oleh wisatawan terkait dengan perubahan kondisi wisata di Bali saat memasuki masa endemi akan berdampak bagi citra destinasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh eWOM, persepsi risiko, dan citra destinasi terhadap niat berkunjung. Penelitian ini juga menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh tidak langsung eWOM dan persepsi risiko terhadap niat berkunjung melalui citra destinasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel non probabilitas dengan pendekatan purposive sampling. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 246 wisatawan domestik. Penelitian ini menemukan bahwa eWOM dan citra destinasi memiliki pengaruh yang positif terhadap niat berkunjung. Persepsi risiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap niat berkunjung. Pengaruh negatif mengartikan bahwa semakin meningkatnya persepsi risiko maka nilai pada niat berkunjung akan menurun. Melalui analisis jalur diketahui bahwa eWOM dan persepsi risiko terhadap niat berkunjung melalui citra destinasi berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan domestik mengandalkan eWOM untuk mencari tahu mengenai destinasi wisata yang ingin mereka kunjungi. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemerintah, pemangku kepentingan, dan destination marketing organization memanfaatkan eWOM dalam membangun citra destinasi dan membangkitkan kembali niat berkunjung wisatawan pasca pandemi COVID-19.

.....After the COVID-19 pandemic, Bali tourism began to revive but has not fully recovered. During the transition from the COVID-19 pandemic to the endemic, Bali was in the spotlight on social media due to the differences in services received by domestic tourists. In addition, the dissemination of information by tourists related to changes in tourism conditions in Bali when entering an endemic period can impact the image of a Bali destination. This study aims to determine the effect of eWOM, risk perception, and destination image on visiting intentions. This study also uses path analysis to determine the indirect effect of eWOM and perceived risk on visiting intentions through destination image. This study uses a quantitative method with a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. The samples collected were 246 domestic tourists. This study found that eWOM and destination image positively influence visiting intentions. Perceived risk has a negative influence on the visit intention. The negative effect means that the higher the risk perception, the value of the intention to visit will decrease. Path analysis shows that eWOM and perceived risk of visiting intentions through destination image have a significant effect. The results of this study indicate that domestic tourists rely on eWOM to find out about the tourist destinations they want to visit. Therefore, the government, stakeholders, and destination marketing

organizations must utilize eWOM to build the destination image and revive the intention to visit tourists after the COVID-19 pandemic.