

PENGARUH PENERAPAN CHSE DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPERCAYAAN WISATAWAN YANG BERDAMPAK PADA MINAT BERKUNJUNG

Haniek Listyorini¹, Putra Arif Rahman Hakim²

Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Semarang

Email: hanilistyorini@yahoo.com¹, putraarifrh@gmail.com²

ABSTRAK

Kata kunci:

CHSE Daya Tarik
Wisata, Kepercayaan
Wisatawan, Minata
Berkunjung

CHSE merupakan protokol kesehatan yang dikeluarkan pemerintah untuk menanggulangi dampak COVID-19 terhadap perekonomian salah satunya adalah pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya pengaruh penerapan CHSE daya tarik wisata dan kepercayaan wisatawan baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap minat berkunjung. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 210 responden yang berdomisili di Jawa Tengah. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan wisatawan memediasi penerapan CHSE daya tarik wisata terhadap Minat Wisatawan Berkunjung.

ABSTRACT

Keywords:

CHSE Tourist Attraction,
Tourist Trust, Visiting
Interest

CHSE is a health protocol issued by the government to overcome the impact of COVID-19 on the economy, one of which is tourism. This study aims to examine whether there is an effect of the application of CHSE on tourist attraction and tourist trust, either partially or jointly, on visiting interest. The sample taken in this study were 210 respondents who live in Central Java. The data analysis method used in this study is quantitative with an inferential statistical approach and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that tourist trust mediates the effect of applying CHSE at tourist attraction on Tourist visit interest.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting yang mendukung perekonomian Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir sektor pariwisata mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Sektor pariwisata memberikan kontribusi langsung terhadap PDB sebesar 4,8 persen pada tahun 2019, dan nilai tersebut meningkat 0,30 poin dari tahun 2018 yaitu sebesar 4,5 persen (Kemenparekraf, 2019). Peningkatan kontribusi ini di dukung oleh meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara serta meningkatnya jumlah investasi di sektor pariwisata. Pada awal tahun 2020, hampir semua negara di dunia termasuk di Indonesia mengalami guncangan yang sangat berat. Hal itu disebabkan oleh virus corona. Penyakit ini disebabkan oleh virus corona jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah COVID-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada bulan Desember 2019, dan pada 11 Maret 2020 Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkannya sebagai pandemi.

Pandemi COVID-19 adalah peristiwa menyebarnya virus corona 2019 di seluruh dunia. Hingga 11 April 2021, lebih dari 135.000.000 kasus covid-19 telah dilaporkan di lebih dari 210 negara dan wilayah, mengakibatkan lebih dari 2.920.000 orang meninggal dunia dan lebih dari 76.700.000 orang sembuh. Di Indonesia sendiri terdapat 1.599.763 kasus COVID-19, dari kasus tersebut 43.328 meninggal dan 1.450.192 sembuh. Dampak virus ini bukan hanya dirasakan oleh Cina tetapi sudah menjangkau lebih dari 180 negara tersebar di semua benua, ditambah dengan dampak sosial, ekonomi, pendidikan dan dampak perubahan perilaku dan gaya hidup yang diakibatkan oleh virus ini (Rengkung et al., 2021).

World Health Organization (WHO) sebagai organisasi kesehatan dunia menganjurkan berbagai negara untuk mulai menerapkan Protokol Covid-19, mulai dari cuci tangan, tidak berkumpul/melakukan pertemuan, menjaga jarak, membatasi keluar rumah bahkan dilakukan langkah isolasi melalui isolasi mandiri perorangan, komunitas, bahkan seluruh kota (dari Pembatasan Sosial Berskala Besar/PSBB sampai dengan lock down). Sebagai akibatnya banyak kantor baik pemerintah maupun swasta yang kemudian menerapkan skema bekerja dari rumah (Working from Home/WFH).

Pandemi COVID-19 yang terjadi ini berdampak pada melemahnya aktivitas kepariwisataan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari penurunan kunjungan wisatawan mancanegara yakni 16,10 juta kunjungan pada tahun 2019 turun hingga 74,7 persen menjadi 4 juta pada 2020. Berbagai aktivitas perekonomian mulai dari sektor pariwisata hingga perdagangan terpaksa harus menutup usaha dan merumahkan para karyawannya. Hal ini didukung juga dengan peraturan pemerintah mengenai penerapan sosial distancing. Pembatasan sosial tentu berdampak terhadap perekonomian, karena terjadinya pengurangan aktivitas di luar rumah. Hal ini mengakibatkan hotel dan jenis akomodasi lainnya ditutup sementara, mall retail menurun omsetnya, destinasi ditutup sementara, kafe dan tempat makan ditutup sementara, MICE ditunda. Untuk mengurangi kerugian yang semakin bertambah banyak perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Selaian itu sebanyak 32,5 juta tenaga kerja tidak langsung yang terdampak yakni UMKM Parekraf, money charger, toko souvenir, penari, pemusik, pekerja seni di daerah wisata, pemasok ke hotel/restoran, pekerja mall/retail, dan lainnya (Khairunnisa, 2020).

Dalam menangani permasalahan ini pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menggencarkan program Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability (CHSE), agar sektor pariwisata tersebut dapat bangkit dan bertahan. CHSE adalah penerapan protokol kesehatan yang berbasis pada Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment Sustainability (Kelestarian Lingkungan) (Kemenparekraf, 2019). CHSE ditujukan kepada usaha pariwisata, usaha atau fasilitas lain yang terkait, lingkungan masyarakat, hingga destinasi pariwisata. Usaha pariwisata meliputi jasa transportasi wisata, hotel atau homestay, rumah makan atau restoran, hingga Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions (MICE). Usaha atau fasilitas lain yang terkait meliputi pusat informasi wisata, tempat penjualan oleh-oleh dan cinderamata, toilet umum, dan usaha atau fasilitas lain yang terkait pariwisata.

Lingkungan masyarakat meliputi lingkup administratif seperti Rukun Warga (RW), desa, atau dusun yang menjadi bagian dari kawasan wisata atau berdekatan dengan lokasi wisata. Dalam penerapan CHSE secara umum pelaku usaha harus memastikan kebersihan pada tempat usahanya, seperti ketersediaan sabun cuci tangan atau hand sanitizer untuk pengunjung, Memastikan

kesehatan karyawan dan pengunjung melalui pengecekan suhu tubuh, pemakaian masker, hingga menerapkan pembatasan sosial dengan pengaturan jarak serta meminimalisasi kerumunan, menyiapkan prosedur penyelamatan apabila sewaktu-waktu terjadi bencana atau kondisi darurat yang tidak diinginkan, pelaku usaha juga perlu memperhatikan keberlangsungan lingkungan seperti penggunaan perlengkapan dan bahan ramah lingkungan agar pengunjung merasa nyaman. Kemenparekraf sendiri menilai bahwa kunci utama dalam pengembalian kondisi harus dilakukan melalui protokol kesehatan yang disiplin. Program ini hadir sebagai upaya pemerintah dalam menciptakan ruang yang aman dan nyaman bagi masyarakat. Selain sebagai Langkah pemerintah dalam mengembalikan perekonomian nasional, Sertifikasi CHSE juga menjadi upaya para pemilik usaha dalam mengembalikan kepercayaan masyarakat melalui peningkatan keamanan berwisata.

Sesuai dengan pendapat (Ap & Crompton, 1993), motivasi perjalanan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu pendorong dan penarik. Faktor pendorong merupakan faktor yang berasal dari diri manusia atau biasa disebut sebagai motivasi. Sedangkan faktor penarik merupakan faktor yang berasal dari lingkungan tempat wisata. Menurut Alghamdi (2007), factor-faktor pendorong (push factors) yang memotivasi wisatawan untuk berwisata yaitu relaxation, knowledge, escape motive, prestise, family and friend togetherness, sport motivation, adventure, enjoying natural resources. Sedangkan menurut (Pavule, 2006) menyebutkan sub faktor dalam faktor penarik adalah aksesibilitas, ketersediaan jasa atau service, budaya, ketersediaanya atraksi, serta stabilitas politik dan keamanan.

Motivasi perjalanan wisatawan selama pandemi sebagian besar terkait dengan kebosanan dan kejenuhan karena lamanya berada di rumah saja. Namun adanya second wave pandemic COVID 19 menempatkannya sebagai "guilty pleasure" di mana ketegangan ada antara keinginan untuk memanjakan dan keyakinan tentang pengendalian diri. Industri pariwisata mendapat tantangan yang besar dalam pandemi dan membutuhkan kolaborasi dari seluruh pemangku kepentingan pariwisata untuk menumbuhkan kepercayaan wisatawan (Pratiwi et al., 2021).

Meskipun di tengah pandemi COVID-19, ternyata masyarakat masih memiliki minat tinggi untuk berwisata. Contoh, wisata Tanah Lot Bali yang kembali menggeliat dipadati turis domestik dan lokal Bali pada saat liburan Natal dan Tahun Baru 2020. Jumlah kunjungan wisatawan dapat mencapai kisaran 1.800 hingga 2.300 wisatawan per hari. Padatnya wisatawan tersebut menyebabkan turis memiliki perasaan khawatir tertular virus.. Untuk menjaga agar wisatawan menerapkan protokol kesehatan, maka pengelola wisata Tanah Lot membentuk tim Satgas COVID-19. Setiap pengunjung selalu diberikan sosialisasi dan diingatkan agar tetap menerapkan protokol Kesehatan (Mustofa, 2020). Berdasarkan hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata Terhadap Kepercayaan Wisatawan yang Berdampak pada Minat Berkunjung".

METODE

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dan desain penelitian dengan pendekatan statistik inferensial (Arikunto, 2009). Pendekatan inferensial dilakukan dengan tujuan untuk menemukan adanya pengaruh penerapan CHSE daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan yang dimediasi oleh kepercayaan wisatawan pada daya tarik wisata (Sugiyono, 2019). Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat menggunakan google form dan disebarakan melalui personal chat dan group pada aplikasi

Whatsapp dan media sosial dalam bentuk link dengan mencantumkan kriteria bagi responden serta melalui story (Sugiyono, 2012). Kuesioner yang diberikan kepada responden berupa pernyataan disertai dengan penilaian terhadap pernyataan tersebut dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 (Sunnyoto, 2013). Jawaban responden yang bersifat bebas/ terbuka sesuai dengan yang dilakukan, dialami, dan dirasakan tanpa adanya pengaruh dari siapapun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian terhadap identitas responden berdasarkan jenis kelamin tersaji dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	94	44.76%
2.	Perempuan	116	55.24%
	Total	210	100%

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan tabel di atas total terdapat 210 responden dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah perempuan yaitu sebesar 116 orang (55.24%), sedangkan responden laki-laki sebesar 94 orang (44.76%).

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data primer yang telah diolah dengan SPSS versi 23.0, pengelompokan responden berdasarkan status usia dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 - 25 tahun	74	35.2%
2	26 - 35 Tahun	27	12.9%
3	36 - 45 tahun	52	24.8%
4	46-55 tahun	37	17.6%
5	>55 tahun	20	9.5%
	Total	210	100%

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan Tabel diatas mayoritas responden berusia 17-25 tahun sebesar 74 responden (35.2%), sedangkan usia 26-35 tahun sebesar 27 responden (12.9%), usia 36-45 tahun sebesar 52 responden (24.8%), usia 46-55 tahun sebesar 37 responden (17.6%), dan usia > 55 tahun sebesar 20 responden (9.5%).

Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA	55	26.2%
2	Diploma	17	8.1%

3	Sarjana	83	39.5%
4	Pascasarjana	55	26.2%
Total		210	100%

sumber: Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan Tabel di atas mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan Lulus Sarjana sebesar 83 responden (39.5%), disusul oleh responden berpendidikan Lulus SMA sebesar 55 responden (26.2%), Lulus Pascasarjana sebesar 55 responden (26.6%) dan sisanya lulusan Diploma sebesar 17 responden (8.1%).

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan data primer yang telah diolah pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No		Frekuensi	Persentase
1	Belum bekerja	7	3.33%
2	Pelajar/Mahasiswa	44	20.95%
3	ASN/PNS	38	18.10%
4	Wirausaha	38	18.10%
5	Karyawan Swasta	65	30.95%
6	TNI/Polri	0	0%
7	Lainnya	18	8.57%
Total		210	100%

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan Tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas responden berdasarkan jenis pekerjaan adalah karyawan swasta sebesar 65 responden (30.95%), untuk pelajar/mahasiswa sebesar 44 responden (20.95%), sedangkan ASN/PNS sebesar 38 responden (18.10%), dan wirausaha sebesar 38 responden (18.10%). Sisanya pekerjaan lainya sebesar 18 responden (8.57%), belum bekerja sebesar 7 responden (3.33%), dan TNI/Polri sebesar 0 responden (0%).

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Berdasarkan data primer yang telah diolah pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1.	≤ 2.500.000	80	38.1%
2.	2.500.001-5.000.000	64	30.5%
3.	5.000.001-7.500.000	27	12.9%

4.	7.500.001-10.000.000	12	5.7%
5.	>10.000.000	27	12.9%
Total		210	100%

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan Tabel 5 menjelaskan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan \leq Rp. 2.500.000 sebesar 80 responden (38.1%), disusul rentang pendapatan Rp. 2.500.001-Rp. 5.000.000 sebesar 64 responden (30.5%), kemudian Rp. 5.000.001-Rp. 7.500.000 sebesar 27 responden (12.9%), sedangkan $>$ Rp. 10.000.000 sebesar 27 responden (12.9%), dan Rp. 7.500.001- Rp.10.000.000 sebesar 12 responden (5.7%).

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Berwisata di Era Pandemi

Berdasarkan data primer yang telah diolah pengelompokan dari 210 responden berdasarkan jawaban pernah berwisata di Era pandemi diperoleh tanggapan sbb:

Tabel 6. Responden Pernah Berwisata di Era Pandemi

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase
2	Ya	168	80%
3	Tidak	42	20%
Total		210	100%

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan table diatas menjelaskan bahwa mayoritas responden pernah berwisata di era pandemi yaitu sebesar 168 reponden (80%), sedangkan sisanya tidak pernah berwisata di era pandmi yaitu sebesar 42 responden (20%).

6. Deskripsi Responden Berdasarkan Tujuan berwisata

Berdasarkan data primer yang telah diolah tanggapan responden terhadap Tujuan berwisata diperoleh data sbb:

Tabel 7. Identitas Responden Berdasarkan Tujuan Berwisata

No	Tujuan Wisata	Frekuensi	Persentase
1	Rekreasi	101	48.1%
2	Perjalanan dinas	38	18.1%
3	Perjalanan bisnis	11	5.2%
4	Studi tour	9	4.3%
5	Pertemuan keluarga/teman	51	24.3%
Total		210	100%

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan Tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas tujuan berwisata responden adalah rekreasi sebesar 101 responden (48.1%), untuk pertemuan keluarga/teman sebesar 51 responden (24.3%), perjalanan dinas sebesar 38 responden (18.1%), sedangkan sisanya adalah perjalanan bisnis sebesar 11 responden (5.2%), dan study tour sebesar 9 responden (4.3%).

7. Pengujian Persyaratan Analisis Data

a. Uji Validitas

Adapaun pengujian validitas variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) , variabel Kepercayaan Wisatawan (Y) dan variabel Minat Kunjung (Z) dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata

Variabel	Indikator	Sig hitung	Sig Tabel	Keterangan
Penerapan CHSE DTW(X)	X_1	0,000	0,05	Valid
	X_2	0,000	0,05	Valid
	X_3	0,000	0,05	Valid
	X_4	0,000	0,05	Valid
	X_5	0,000	0,05	Valid
	X_6	0,000	0,05	Valid
	X_7	0,000	0,05	Valid
	X_8	0,000	0,05	Valid
	X_9	0,000	0,05	Valid
	X_10	0,000	0,05	Valid
	X_11	0,000	0,05	Valid
	X_12	0,000	0,05	Valid
	X_13	0,000	0,05	Valid
	X_14	0,000	0,05	Valid
	X_15	0,000	0,05	Valid
	X_16	0,000	0,05	Valid
	X_17	0,000	0,05	Valid
	X_18	0,000	0,05	Valid
	X_19	0,000	0,05	Valid
	X_20	0,000	0,05	Valid

sumber: Data Primer yang sudah diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel di atas menunjukan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai-nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga butir-butir pernyataan bersifat valid atau dapat mengukur keadaan yang sebenarnya.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Wisatawan

Variabel	Indikator	Sig hitung	Sig Tabel	Keterangan
	Y_1	0,000	0,05	Valid
	Y_2	0,000	0,05	Valid
	Y_3	0,000	0,05	Valid

Pengaruh Penerapan Chse Daya Tarik Wisata Terhadap Kepercayaan Wisatawan Yang Berdampak Pada Minat Berkunjung

Kepercayaan Wisatawan (Y)	Y_4	0,000	0,05	Valid
	Y_5	0,000	0,05	Valid
	Y_6	0,000	0,05	Valid
	Y_7	0,000	0,05	Valid
	Y_8	0,000	0,05	Valid
	Y_9	0,000	0,05	Valid
	Y_10	0,000	0,05	Valid
	Y_11	0,000	0,05	Valid
	Y_12	0,000	0,05	Valid
	Y_13	0,000	0,05	Valid
	Y_14	0,000	0,05	Valid

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai-nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga butir-butir pernyataan bersifat valid atau dapat mengukur keadaan yang sebenarnya.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Kunjung

Variabel	Indikator	Sig Hitung	Sig Tabel	Keterangan
Minat Kunjung (z)	Z1	0,000	0,05	Valid
	Z2	0,000	0,05	Valid
	Z3	0,000	0,05	Valid
	Z4	0,000	0,05	Valid
	Z5	0,000	0,05	Valid
	Z6	0,000	0,05	Valid
	Z7	0,000	0,05	Valid
	Z8	0,000	0,05	Valid

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai-nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga butir-butir pernyataan bersifat valid atau dapat mengukur keadaan yang sebenarnya.

b. Uji Reliabilitas

Adapaun pengujian reliabilitas variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X), variabel Kepercayaan Wisatawan (Y) dan variabel Minat Kunjung (Z) dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Koefisien	Keterangan
Penerapan CHSE DTW (X)	0,766	0.6	Reliabel
Kepercayaan Wisatawan (Y)	0,775	0.6	Reliabel
Minat Kunjung (Z)	0,785	0.6	Reliabel

sumber : Data Primer yang sudah diolah , 2021

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa variable Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X), variabel Kepercayaan Wisatawan (Y) dan variabel Minat Kunjung (Z) di dikatakan reliable. Hal ini ditunjukkan dengan nilai alpha (α) > 0,60 dengan demikian kuesioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

8. Analisis Data

a. Persamaan Regresi Linear

Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan secara linear antara variabel yaitu Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X), variabel Kepercayaan Wisatawan (Y) dan variabel Minat Kunjung (Z). Dengan perhitungan melalui SPSS versi 23.0 diperoleh data sebagai berikut :

b. Persamaan I Pengaruh Penerapan CHSE terhadap Kepercayaan Wisatawan

Hasil regresi persamaan I yang menguji pengaruh Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata Terhadap Kepercayaan Wisatawan diperoleh hasil sbb :

Tabel 12 Hasil Regresi Persamaan 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,024	6,884		3,635	,000
	XCHSE	,390	,077	,332	5,078	,000

a. Dependent Variable: YKEPERCAYAAN

Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda (*Standardized Coefficients*) adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,332X$$

Keterangan :

Y' = Kepercayaan Wisatawan

X = Penerapan CHSE

b = Koefisien

Regresi

Dari persamaan tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa :

Nilai koefisien regresi variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (b) bernilai positif yaitu 0,332; hal ini dapat diartikan bahwa semakin diterapkannya CHSE daya tarik wisata akan semakin meningkatkan kepercayaan wisatawan.

c. Persamaan II Pengaruh Penerapan CHSE dan Kepercayaan Wisatawan terhadap

Minat Wisataawan Berkunjung.

Hasil regresi persamaan ke II yang menguji pengaruh Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 13. Hasil Regresi Persamaan II
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,834	5,239		,541	,589
X CHSE	,069	,060	,074	1,148	,252
Y KEPERCAYAAN	,357	,051	,451	6,975	,000

a. Dependent Variable: ZMINAT

Pada Tabel 13 dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwapersamaan regresi linear berganda (*Standarddized Coefficients*) adalahsebagai berikut:

$$Z = 0,074X + 0,451Y$$

Keterangan :

Y = Kepercayaan

Wisatawan X = Penerapan CHSE

Z = Minat Berkunjung

B = Koefisien Regresi

Dari persamaan tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa :

Nilai koefisien regresi variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (b) bernilai positif yaitu 0,074; hal ini dapat diartikan bahwa semakin diterapkannya CHSE daya tarik wisata akan semakin meningkatkan minat wisatawan berkunjung.

Nilai koefisien regresi variabel Kepercayaan Wisatawan (b₂) bernilai positif yaitu 0,451; hal ini dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kepercayaan wisatawan akan semakin meningkatkanminat wisatawan berkunjung.

9. Uji Model

a. Uji Model Persamaan Pertama

1) Uji F (ANOVA)

ANOVA atau analisis varian, yaitu uji koefisien regresi secara bersma-sama (uji F) untuk menguji Signifikansi pengaruh beberapa variabelindependen yaitu Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X), terhadap variabel dependen yaitu Kepercayaan Wisatawan (Y). Pengujian menggunakan tingkatSignifikansi 0.05.

Tabel 14 Uji Anova Model 1

Pengaruh Penerapan Chse Daya Tarik Wisata Terhadap Kepercayaan Wisatawan Yang Berdampak Pada Minat Berkunjung

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1562,519	1	1562,519	25,784	,000 ^a
	Residual	12605,009	208	60,601		
	Total	14167,529	209			

a. Predictors: (Constant), XCHSE

b. Dependent Variable: YKEPERCAYAAN

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui F hitung variabel keduanya sebesar 25.784 dengan Signifikansi $0.000 < 0,05$. Sehingga terbukti bahwa variabel independen Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) mempengaruhi variabel dependen yaitu Kepercayaan Wisatawan (Y).

2) Koefisien Determinasi (R²)

R Square (R²) atau kuadrat dari R (Korelasi berganda) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya presentasi sumbangan pengaruh variabel independen Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) terhadap variabel dependen yaitu Kepercayaan Wisatawan (Y).

Tabel 15 Koefisien Determinasi Model 1 Model Summary

Model		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1		,332 ^a	,110	7,78466

a. Predictors: (Constant), XCHSE

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketeahui bahwa koefisien determinasi pada penelitian ini nilai R² sebesar 0,110 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) terhadap Kepercayaan (Y) sebesar 11,0%, sedangkan sisanya 89% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

b. Uji Model Persamaan Ke Dua

1) Uji F (ANOVA)

ANOVA atau analisis varian, yaitu uji koefisien regresi secara bersma-sama (uji F) untuk menguji Signifikansi pengaruh beberapa variabelindependen yaitu Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) dan Kepercayaan Wisatawan (Y) secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Minat Berkunjung (Z). Pengujian menggunakan tingkat Signifikansi 0.05.

Tabel 16 Hasil Uji ANOVA Model ke 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2050,895	2	1025,447	31,070	,000 ^a
	Residual	6831,872	207	33,004		
	Total	8882,767	209			

a. Predictors: (Constant), YKEPERCAYAAN, XCHSE

b. Dependent Variable: ZMINAT

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui F hitung variabel keduanya sebesar 31.070 dengan Signifikansi $0.000 < 0,05$. Sehingga terbukti bahwa variabel independen Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) dan Kepercayaan Wisatawan (Y) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat Berkunjung (Z).

2) Koefisien Determinasi (R²)

R Square (R²) atau kuadrat dari R (Korelasi berganda) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen yang artinya presentasi sumbangan pengaruh variabel independen Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) dan Kepercayaan Wisatawan (Y) secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Minat Berkunjung (Z).

Tabel 17 Koefisien Determinasi Model 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,481 ^a	,231	,223	5,74493

a. Predictors: (Constant), YKEPERCAYAAN, XCHSE

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi pada penelitian ini nilai R² sebesar 0,231 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) dan Kepercayaan (Y) terhadap Minat Berkunjung (Z) sebesar 23,1%, sedangkan sisanya 76,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

10. Uji Hipotesis

a. Uji t-Test

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependennya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05 dan 2 sisi.

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis 1 Pengaruh variabel Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata (X) terhadap Kepercayaan Wisatawan (Y).

2) Merumuskan hipotesis

Ho : Penerapan CHSE daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan wisatawan

Ha : Penerapan CHSE daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan wisatawan.

3) Menentukan t hitung dan nilai Signifikansi

Dari output diperoleh t hitung sebesar 5,078 dan Signifikansi $0.000 < 0,05$:

a) Menentukan t-tabel

T tabel dapat dilihat dari Tabel statistik signifikansi dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $210-1-1 = 208$, hasil diperoleh untuk t Tabel sebesar 1,960 (Lihat pada lampiran t Tabel).

b) Kriteria Pengujian

Jika $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ Tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ Tabel}$ maka H_0 diterima. Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ Tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel}$ maka H_0 ditolak.

c) Berdasarkan Signifikansi

Jika Signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima. Jika Signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak.

d) Membuat Kesimpulan

Nilai $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel}$ ($5,078 > 1.960$) dan Signifikansi $0,000 < 0.05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa Penerapan CHSE daya tarik wisata secara parsial berpengaruh terhadap Kepercayaan wisatawan.

11. Pengujian Hipotesis Ke 2 Pengaruh Variable Penerapan CHSE (X) Terhadap Minat Berkunjung (Z)

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : Penerapan CHSE daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung

H_a : Penerapan CHSE daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung

b. Menentukan $t \text{ hitung}$ dan nilai Signifikansi

Dari output diperoleh $t \text{ hitung}$ sebesar 1,148 dan Signifikansi $0.252 > 0,05$

c. Menentukan t-tabel

Tabel dapat dilihat dari Tabel statistik signifikansi dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $210-2-1 = 207$, hasil diperoleh untuk t Tabel sebesar 1,960 (Lihat pada lampiran t Tabel).

d. Kriteria Pengujian

Jika $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ Tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ Tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $-t \text{ hitung} > -t \text{ Tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel}$ maka H_0 ditolak

e. Berdasarkan Signifikansi

Jika Signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima. Jika Signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak

f. Membuat Kesimpulan

Nilai $t \text{ hitung} < t \text{ Tabel}$ ($1,148 < 1.960$) dan Signifikansi $0,252 > 0.05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa Penerapan CHSE daya tarik wisata **tidak berpengaruh positif dan signifikan** terhadap Minat Berkunjung.

12. Pengujian Hipotesis Ke 3 Pengaruh Variable Kepercayaan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : kepercayaan wisatawan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung

H_a : kepercayaan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung

b. Menentukan $t \text{ hitung}$ dan nilai Signifikansi

Dari output diperoleh $t \text{ hitung}$ sebesar 6,975 dan Signifikansi $0.000 < 0,05$

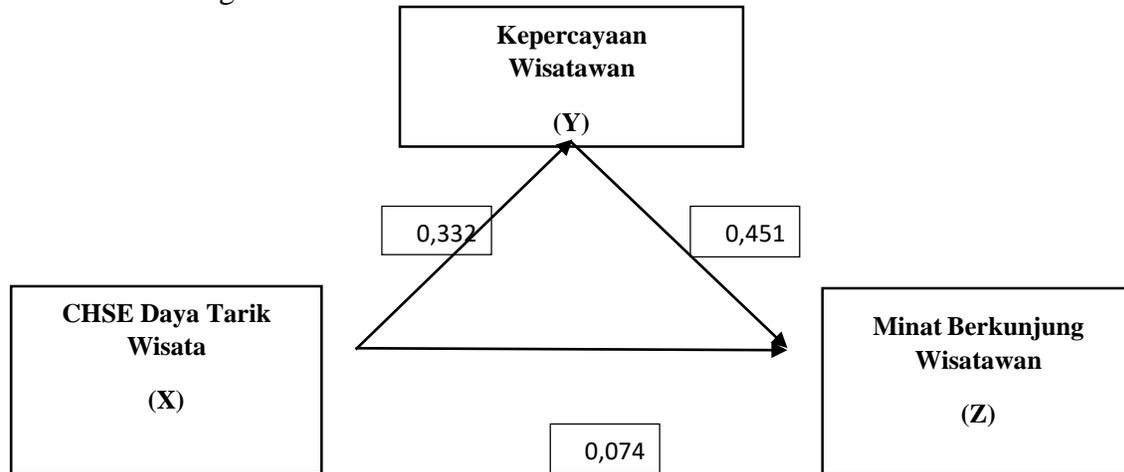
c. Menentukan t-tabel

Tabel dapat dilihat dari Tabel statistik signifikansi dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $210-2-1 = 207$, hasil diperoleh untuk t Tabel sebesar 1,960 (Lihat pada lampiran t Tabel).

d. Kriteria Pengujian

Jika $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ Tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ Tabel}$ maka H_0 diterima. Jika $-t \text{ hitung} > -t \text{ Tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ Table}$ maka H_0 ditolak.

e. Berdasarkan Signifikansi



Tabel 18 Kepercayaan Wisatawan Memediasi Pengaruh Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung

Perhitungan koefisien jalur:

$$\begin{aligned} \text{Koefisien Tak langsung (TL)} &= 0,332 \times 0,451 \\ = 0,150 & \text{Koefisien Langsung (L)} = 0,074 \end{aligned}$$

Dengan demikian pengaruh Tak langsung $0,150 >$ langsung $0,074$. Sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima, bahwa Kepercayaan wisatawan memediasi pengaruh Penerapan CHSE daya tarik wisata terhadap Minat Berkunjung.

PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan disampaikan 3 hasil uji t dan satu hasil ujimediasi, sebagai berikut:

1. Pengaruh Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata Terhadap Kepercayaan Wisatawan

Hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa Penerapan CHSE daya tarik wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepercayaan wisatawan. Dengan demikian semakin CHSE daya tarik wisata diterapkannya maka semakin meningkatkan kepercayaan wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian variabel Penerapan CHSE daya tarik wisata mendapatkan rata-rata variabel sebesar 4,71 artinya wisatawan menyatakan positif dan sangat setuju bahwa daya tarik wisata harus menerapkan CHSE agar dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan. Penerapan CHSE daya tarik wisata diukur dalam 4 dimensi yaitu dimensi kebersihan, kesehatan, keamanan dan keberlanjutan lingkungan (Liu et al., 2019). Di dalam variabel Penerapan CHSE daya tarik wisata tanggapan responden tertinggi pada dimensi kebersihan (*Cleanlines*) dengan rata-rata skor 4,85. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan setuju untuk mencuci tangan menggunakan sabun atau hand sanitizer sebelum berwisata asalkan pengelola daya tarik wisata menyediakan tempat cuci tangan, toilet, dan tempat sampah yang bersih, serta pembersihan ruang dan barang publik secara rutin (Musqari & Huda, 2018). Daya Tarik wisata yang menerapkan

dimensi *cleanlines* atau peduli kebersihan dengan baik akan meningkatkan kepercayaan wisatawan. Dalam dimensi kebersihan terdapat penilaian paling rendah pada indikator kebersihan sarana publik, hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat meningkatkan kepercayaan maka wisatawan mengharapkan sarana publik yang dipergunakan secara bersama-sama harus sangat dijaga kebersihannya. Dalam variabel Penerapan CHSE dimensi selanjutnya yang dinilai oleh wisatawan memiliki skor tinggi ke dua yaitu 4,71 adalah dimensi *Environment Sustainability*. Agar wisatawan memiliki kepercayaan terhadap daya tarik wisata maka wisatawan mengharapkan destinasi dan daya tarik wisata menerapkan dimensi keberlanjutan lingkungan yaitu pentingnya penggunaan perlengkapan dan bahan yang ramah lingkungan, pemanfaatan air, sumber energi secara efisien dan sehat untuk menjaga keseimbangan ekosistem, pengelolaan dan pengolahan sampah dan limbah cair yang dilakukan secara benar, sehat, dan ramah lingkungan, memastikan lingkungan daya tarik wisata asri dan nyaman baik secara alami maupun dengan rekayasa teknik, dan daya tarik wisata diharapkan memantau dan mengevaluasi secara rutin terkait penerapan panduan dan pelaksanaan SOP Protokol CHSE.

Kepercayaan wisatawan juga dipengaruhi oleh penerapan CHSE dalam dimensi *health* yang mendapatkan skor 4,67. Untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan maka daya tarik wisata perlu menerapkan dimensi *health* yaitu dalam indikator pengelola DTW melakukan pembatasan kunjungan agar dapat menghindari kontak fisik, melakukan pengaturan jarak aman, serta mencegah terjadinya kerumunan. Pengelola juga rutin melakukan pemeriksaan suhu tubuh sebelum wisatawan memasuki kawasan DTW, wisatawan dan pengelola mengenakan APD yang diperlukan setidaknya masker sesuai standar kesehatan. Wisatawan juga mengharapkan pengelola memastikan bahwa makanan dan minuman bersih dan higienis, sirkulasi udara dapat bekerja dengan baik baik di area publik maupun area tertutup, serta adanya sistem mitigasi penangan cepat pengunjung dari gangguan kesehatan saat beraktivitas di DTW. Indikator yang dinilai rendah oleh wisatawan adalah pernyataan tentang pemakaian APD Wisatawan, hal ini menunjukkan bahwa pemakaian alat pelindung diri setidaknya masker wajib dikenakan baik oleh pengelola, masyarakat sekitar DTW dan wisatawan, karena hal ini akan semakin meningkatkan kepercayaan wisatawan. Penerapan dimensi kesehatan ini akan semakin meningkatkan kepercayaan wisatawan. Dimensi penerapan CHSE berikutnya yaitu *safety* mendapatkan skor 4,66. Dimensi tersebut menyatakan aktivitas yang berkaitan dengan keamanan di area DTW. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya daya tarik wisata wajib menjaga keamanan kegiatan baik itu wisatawan maupun pengelola. Butir terendah adalah pada prosedur evakuasi artinya perlunya latihan rutin mengenai prosedur evakuasi. Sehingga wisatawan semakin percaya terhadap pengelola daya tarik wisata (Aji et al., 2021).

2. Pengaruh Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan

Uji hipotesis ke dua menyatakan bahwa penerapan CHSE daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Dengan demikian penerapan CHSE daya tarik wisata yang dilakukan oleh pengelola belum efektif mempengaruhi minat wisatawan berkunjung wisatawan. Walaupun saat ini CHSE mulai diterapkan di berbagai

DTW di Jawa Tengah namun sebagian besar wisatawan belum dapat dipengaruhi untuk berminat berkunjung di era pandemi. Nilai tertinggi pada variabel minat berkunjung terdapat pada dimensi minat preferensial yang menunjukkan bahwa wisatawan akan makin selektif dalam memilih DTW yang akan dikunjungi di era Pandemi. Nilai terendah dalam variabel minat berkunjung adalah dalam minat referensial. Hal ini menunjukkan saat pandemi ini wisatawan tidak berminat merekomendasikan orang lain atau keluarganya untuk melakukan perjalanan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak wisatawan yang menyatakan belumberencana melakukan wisata di era pandemi, sehingga minattransaksionalnya sangat rendah (Bahar & Marpaung, 2002).

Meskipun CHSE telah diterapkan di berbagai DTW, namun kedepan wisatawan yang makin selektif ini memiliki minat eksploratif yang makin menguat, yaitu wisatawan akan lebih mencari informasi sebelum memutuskan untuk melakukan wisata. Minat preferensial juga menunjukkan bahwa wisatawan akan memilih wisata yang menerapkan protokol kesehatan dengan baik dan memiliki informasi yang dapat dipercaya serta positif. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian (Manimbaga et al., 2021), yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke obyek wisata.

3. Pengaruh Variabel Kepercayaan Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Wisatawan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan wisatawan maka minat wisatawan berkunjung akan semakin meningkat. Semakin wisatawan memiliki kepercayaan akan semakin tinggi pula minat berwisatanya. Variabel kepercayaan wisatawan diukur dalam dimensi kepercayaan wisatawan kepada pengelola, karyawan, agen atau biro perjalanan, percaya kepada masyarakat sekitar DTW dan percaya kepada wisatawan lainnya. Dimensi kepercayaan yang memiliki skor tertinggi dalam mempengaruhi minat adalah kepercayaan wisatawan terhadap karyawan Artinya wisatawan memiliki kepercayaan bahwa karyawan mampumenunjukkan sikap dapat diandalkan, ramah dan professional terhadap wisatawan. Wisatawan juga memiliki skor kepercayaan yang cukup tinggi kepada pengelola bahwa pengelola memiliki aturan kunjungan yang baik, menerapkan kebijakan ramah wisatawan dan kemampuan dalam menyediakan keamanan bagi wisatawan dan karyawannya (Rani, 2014).

Namun wisatawan menilai dimensi dengan skor terendah adalah kepercayaan wisatawan terhadap wisatawan lainnya, khususnya dalam hal sikap ramah, bersahabat, serta sikap-sikap yang dapat dipercaya di era pandemi, seperti menjaga jarak, tidak berkerumun, memakai masker, serta rajin cuci tangan dengan sabun atau memakai handsanitizer. Wisatawan juga memiliki kepercayaan yang kurang terhadap masyarakat di DTW. Terkait keramahaman, kejujuran, sikap melayani, serta keamanan dalam berinteraksi dengan masyarakat setempat terutama terkait dengan rasa kurang percaya kedisiplinan penerapan protokol kesehatan oleh masyarakat di sekitar DTW. Hal ini sesuai dengan penelitian (Marinao Artigas et al., 2017), yang menyatakan bahwa kepercayaan wisatawan terhadap destinasi merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas sehingga turis berkunjung Kembali.

4. Variabel Kepercayaan Wisatawan Memediasi Pengaruh Penerapan CHSE DTW Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa kepercayaan wisatawan memediasi pengaruh penerapan CHSE DTW terhadap Minat Wisatawan Berkunjung (Kanuk, 2007). Hal ini menunjukkan pentingnya peran penerapan CHSE dalam membangun kepercayaan wisatawan terlebih dulu kemudian wisatawan yang memiliki kepercayaan akhirnya akan berminat untuk berkunjung. Penerapan CHSE baik dalam dimensi Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan Keberlanjutan Lingkungan dapat mempengaruhi tumbuhnya kepercayaan wisatawan. Setelah wisatawan memiliki kepercayaan bahwa CHSE diterapkan maka wisatawan akan berminat untuk melakukan perjalanan wisata (Bachriansyah, 2011). Kepercayaan wisatawan tersebut ditujukan pada pengelola, karyawan, agen atau biro perjalanan, percaya pada masyarakat sekitar DTW maupun percaya kepada sesama wisatawan lainnya. Wisatawan yang telah tumbuh kepercayaannya tersebut yang kemudian akan berminat di kemudian hari untuk melakukan wisata di era Pandemi (Meyers, 2009).

Namun untuk saat ini Penerapan CHSE saja tidak bisa menjadi faktor penyebab wisatawan berminat berkunjung, di era pandemi masih terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwisata antara lain atraksi, aksesibilitas, amenities, promosi dan yang sangat penting adalah peraturan pemerintah terhadap pembatasan mobilitas masyarakat di era pandemi. Hal-hal tersebut tidak menjadi variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan penelitian (Su et al., 2020), yang menyatakan motif wisatawan mempengaruhi kepercayaan terhadap destinasi dan minat berkunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan perusahaan yang ada. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Pertama, penerapan CHSE Daya Tarik Wisata dengan dimensi Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan Keberlanjutan Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Wisatawan Jawa Tengah. Dimana dimensi kebersihan merupakan dimensi yang dinilai paling penting dalam mempengaruhi kepercayaan wisatawan tersebut. Kedua, penerapan CHSE Daya Tarik Wisata dengan dimensi Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan Keberlanjutan Lingkungan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Jawa Tengah. Penerapan CHSE di berbagai daya tarik bukan menjadi faktor penentu wisatawan untuk berminat, hal ini disebabkan peraturan pemerintah sangat ketat dalam mengatur mobilitas masyarakat di era pandemi. Ketiga, kepercayaan wisatawan baik dalam dimensi kepercayaan terhadap pengelola, karyawan, agen atau biro perjalanan, masyarakat sekitar DTW dan wisatawan lainnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Jawa Tengah. Wisatawan yang memiliki kepercayaan akan berminat untuk melakukan kunjungan ke DTW. Minat yang paling menguat pada wisatawan adalah minat preferensial dimana kedepan wisatawan akan semakin selektif dalam memilih destinasi yang dipercaya untuk aman dikunjungi, wisatawan juga akan memiliki minat eksploratif yang tinggi yaitu semakin mencari-cari informasi penting tentang DTW yang akan dikunjungi. Kepercayaan Wisatawan memediasi pengaruh Penerapan CHSE terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Jawa Tengah. Penerapan CHSE dipergunakan untuk dapat mempengaruhi kepercayaan wisatawan terlebih dulu, kemudian wisatawan yang memiliki kepercayaan akan mendorong mereka untuk berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B. S., Wulandari, F., Yusriyah, G., Annisa, I. R., Widhy, L. R., Annisa, L., Suwandi, M., Satrio, M. I., Syarifah, N., & Ginting, S. K. B. (2021). Perilaku Penerapan Protokol Kesehatan Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat (Pengmaskemas)*, 1(2).
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47–50.
- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian (Revisi 201)*. PT Rineka Cipta.
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Faculty of Economics and Business > Department of Management*, 9–65.
- Bahar, H., & Marpaung, H. (2002). Pengantar Pariwisata. *Bandung: Alfabeta*.
- Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen (7th ed.). *Jakarta: Indeks*.
- Kememparekraf, R. I. (2019). *Panduan Pelaksanaan Kelestarian Lingkungan di Hotel*. vol.
- Khairunnisa, S. M. (2020). Pandemi, Kunjungan Wisaman Tahun 2020 Turun Hingga 74,7 Persen. *Kompas.Com*.
- Liu, J., Wang, C., Fang, S., & Zhang, T. (2019). Scale development for tourist trust toward a tourism destination. *Tourism Management Perspectives*, 31, 383–397. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.07.001>
- Manimbaga, F., Sondakh, J. J., & Pinatik, S. (2021). Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Kinerja Keuangan Daerah Pemerintah Kota Bitung Tahun Anggaran 2014-2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Marinao Artigas, E., Yrigoyen, C. C., Moraga, E. T., & Villalón, C. B. (2017). Determinants of trust towards tourist destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 327–334. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.003>
- Meyers, K. (2009). *Pengertian Pariwisata Menurut Para Ahli*.
- Musqari, N., & Huda, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat). *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 2(1), 34–53. <https://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1469>
- Mustofa, A. (2020). *Tanah Lot Menggeliat, Sehari Kunjungan Wisatawan Tembus 2.000 lebih*.
- Pavule, G. (2006). International tourism market for camping sites in Latvia. *Bornemouth University. Hochschule Heilbronn*.
- Pratiwi, R., Rama, R., & Sulistiyanti, N. (2021). Building the trust for the tourism destination resiliency in new normal society (the role of wellness tourism system). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1–9.
- Rani, D. P. M. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412–421.
- RENGKUNG, C., TAMPI, G., & LONDA, V. (2021). Komunikasi Publik Pemerintah Kota Manado dalam Penanganan Covid-19. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(102).
- Su, L., Lian, Q., & Huang, Y. (2020). How do tourists' attribution of destination social responsibility motives impact trust and intention to visit? The moderating role of destination

Pengaruh Penerapan Chse Daya Tarik Wisata Terhadap Kepercayaan Wisatawan Yang Berdampak Pada Minat Berkunjung

- reputation. *Tourism Management*, 77, 103970.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103970>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, M. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Konsep dasar Riset Pemasaran & perilaku Konsumen: Yogyakarta*. Penerbit Caps Publishing.