

## Pengaruh Program CHSE terhadap Citra, Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pengunjung Masa Pandemi Covid-19 di DTW Pantai Melasti Ungasan Bali

I Ketut Surya Diarta\*

Prodi Agribisnis Universitas Udayana

DOI: <https://doi.org/10.24843/JKB.2023.v13.i01.p12>

### Abstract

#### The Influence of the CHSE Program on Image, Trust, Satisfaction, and Loyalty of Visitors during the Covid-19 Pandemic at Melasti Beach Ungasan Bali

Implementation of the Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability (CHSE) program at the Melasti Beach Ungasan Bali tourist destination is intended to boost visitor trust. This study examined visitor views of the implementation of CHSE at Melasti Beach and the consequent effects on destination image, trust, satisfaction, and loyalty. SEMPLS assessed data gathered through the surveying of 100 respondents. CHSE is well-implemented, and visitors trust the destination. Visitors are incredibly satisfied and loyal to the site. CHSE improves visitor trust and satisfaction but does not affect a destination's image. Image influences visitor trust but not satisfaction. Visitors' loyalty is unaffected by visitors' trust. Visitor loyalty is highly influenced by visitor satisfaction. The data reveals that the CHSE program is still vital during the COVID-19 pandemic because it boosts tourist trust and satisfaction.

**Keywords:** CHSE; image; trust; satisfaction; loyalty

### 1. Pendahuluan

Tercapainya kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap daya tarik wisata (DTW) merupakan aspek penting dalam mendukung keberlanjutan usaha wisata. Pengunjung yang loyal merupakan aset sangat berharga untuk menopang keberlanjutan destinasi pariwisata karena mendatangkan manfaat jangka panjang (Ismail & Safa, 2014). Biasanya, loyalitas pengunjung sendiri didorong oleh adanya kepuasan (Rajesh, 2013) dan kepercayaan (Kiyani et al., 2012) terhadap destinasi pariwisata bersangkutan. Keberhasilan menjaga

\* Penulis Koresponden: [suryadiarta@unud.ac.id](mailto:suryadiarta@unud.ac.id)

Artikel Diajukan: 14 Agustus 2022; Diterima: 22 Februari 2023

loyalitas, kepuasan, dan kepercayaan pengunjung yang merupakan aspek perilaku wisatawan terhadap destinasi sangat menentukan keberlanjutan aktivitas dan industri kepariwisataan di destinasi pariwisata (Diarta dan Pitana, 2020; Deng et al., 2010; Ahmed et al., 2014; Parvez & Akbar, 2009).

Merebaknya pandemi Covid-19 telah memukul perekonomian Indonesia (Susilawati et al., 2020) termasuk industri pariwisata Bali (Kusuma, 2020). Sebagai gambaran betapa dahsyatnya dampak pandemi Covid-19 ini bagi kepariwisataan Bali dapat dilihat dari pencatatan Badan Pusat Statistik Bali dimana wisatawan mancanegara yang datang langsung ke Bali pada September 2020 tercatat 83 kunjungan sedangkan bulan September 2019 sejumlah 590.565 kunjungan (turun minus 711,52 persen).

Tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang pada September 2020 sebesar 5,28 persen sedangkan September 2019 mencapai 63,22 persen (turun sedalam minus 57,94 persen). Sedangkan rata-rata lama menginap tamu total (asing dan domestik) mengalami penurunan sedalam minus 1,10 poin yaitu dari 2,97 hari pada bulan September 2019 menjadi 1,87 hari pada bulan September 2020 (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2020).

Pandemi Covid-19 telah membuat citra destinasi Bali menjadi kurang baik karena banyaknya kasus masyarakat yang terinfeksi Covid-19. Citra destinasi yang kurang baik ini juga berakibat pengunjung menjadi tidak puas, karena keinginan menikmati atraksi wisata di destinasi menjadi tertunda bahkan dilarang. Padahal, citra destinasi sangat menentukan kepercayaan (Su et al., 2017) dan kepuasan (Albaity & Melhem, 2017) pengunjung terhadap destinasi yang pada gilirannya menentukan loyalitasnya pada destinasi (Pratminingsih et al., 2014).

Pemerintah Indonesia melalui Kemenparekraf berupaya membangun kembali citra destinasi pariwisata termasuk Bali dengan meluncurkan program “Panduan Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata” yang lebih dikenal sebagai “Program CHSE (*cleanliness, healthy, safety, and environment sustainability*)”. Program CHSE ini mulai digagas sejak Agustus 2020 sampai sekarang. CHSE merupakan panduan operasional tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian Covid-19 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Pelaksanaan program CHSE bagi destinasi pariwisata Bali telah dilaksanakan di berbagai DTW utama seperti di Pantai Melasti Ungasan yang mengimplementasikan sejak September 2020. Diharapkan program CHSE ini mampu menumbuhkan citra positif DTW sehingga membangun rasa percaya dan membantu mewujudkan kepuasan pengunjung destinasi. Kepercayaan dan kepuasan yang kembali dipulihkan pada akhirnya diharapkan mampu menumbuhkan loyalitas pengunjung pada destinasi.

Menurut Cong (2016), untuk menumbuhkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi, maka kepuasan (*satisfaction*) wisatawan memegang peranan penting. Namun, ada kalanya walaupun wisatawan puas, hampir setengahnya akhirnya beralih juga (*switcher*) kepada destinasi lainnya. Hanya menekankan kepuasan wisatawan saja tidak menjamin mereka tetap loyal, oleh karenanya kepercayaan (*trust*) memegang peranan penting dalam meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi pariwisata (Parvez & Akbar, 2009).

Penerapan program CHSE adalah upaya awal mengembalikan kepercayaan pengunjung pada destinasi, membangun citra positif destinasi, menumbuhkan kepuasan pengunjung, dan pada akhirnya membentuk sikap loyalitas pengunjung pada destinasi Bali, termasuk di DTW Pantai Melasti Ungasan.

Salah satu DTW yang telah menerapkan CHSE adalah Pantai Melasti Ungasan, Kuta Selatan, Badung, Bali. Penerapan CHSE di DTW Pantai Melasti selain untuk mengikuti himbauan pemerintah dalam menghadapi Pandemi Covid-19 di destinasi pariwisata, juga secara spesifik didorong oleh keinginan pengelola DTW agar tetap dikunjungi sekaligus dapat menjaga kesehatan semua pengunjung. Walaupun masa pandemi, pengelola DTW Pantai Melasti tetap berusaha menjamin kepuasan pengunjung dan menciptakan loyalitasnya. Namun, sejauh mana program CHSE ini mampu mencapai cita-cita sebagaimana diuraikan di atas belum ada gambaran dari DTW yang dijadikan sasaran proyek percontohan pemulihan pariwisata di destinasi utama Indonesia yaitu Bali dan khususnya di DTW Pantai Melasti Ungasan.

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Menganalisis tingkat persepsi pengunjung terhadap program CHSE, citra destinasi, kepercayaan pada destinasi, kepuasan pengunjung pada destinasi, dan loyalitas pengunjung pada DTW Pantai Melasti era pandemi Covid-19, dan; (2) Menganalisis pengaruh program CHSE terhadap citra, kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pengunjung pada DTW Pantai Melasti era pandemi Covid-19.

Urgensi penelitian ini terutama bagi pengelola DTW dan pemerintah untuk mendapatkan gambaran empiris efektivitas implementasi CHSE dalam membangun kepercayaan, dan kepuasan pengunjung serta citra destinasi sehingga pengelola dapat menyusun strategi pemulihan destinasi masa dan pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini memberikan perspektif alternatif dalam melihat dampak pandemi Covid-19 terhadap destinasi pariwisata yang sebelumnya telah diteliti di Bali baik menyangkut dampaknya terhadap *brand loyalty* Bali (Wisnawa, 2021), kebijakan pemerintah dan reaksi masyarakat Bali (Subadra, 2021), peran perangkat adat (*pecalang*) dalam penerapan CHSE (Semara et al., 2020), dan strategi bertahan hotel di Bali dalam menghadapi Covid-19 (Nuruddin et al., 2020)

## 2. Tinjauan Pustaka

CHSE merupakan panduan yang ditujukan bagi pengusaha dan/atau pengelola, karyawan, dan pemandu wisata lokal dalam memenuhi kebutuhan pengunjung akan produk dan pelayanan pariwisata yang bersih, sehat, aman, dan ramah lingkungan pada masa pandemi Covid-19 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Secara umum CHSE terdiri atas beberapa panduan, diantaranya yaitu: (a) panduan untuk manajemen DTW, (b) panduan untuk karyawan DTW, dan (c) panduan bagi pengunjung DTW. Inti dari program CHSE ini adalah panduan bagi DTW dalam menghadapi, mengendalikan, dan menekan penyebaran Covid-19 agar tidak meluas sehingga DTW aman bagi pengunjung.

Penelitian mengenai penerapan CHSE di Bali telah diteliti oleh beberapa ilmuwan sebelumnya. Wisnawa (2021) menemukan bahwa walaupun dalam masa pandemi Covid-19 *brand loyalty* Bali sebagai destinasi pariwisata tetap tinggi bagi wisatawan dan tetap akan merekomendasikan Bali sebagai tujuan wisata bagi orang lain. Subadra (2021) memaparkan reaksi pemerintah Bali menutup semua DTW saat puncak merebaknya Covid-19 dan saat melandainya Covid-19 pemerintah mengizinkan beroperasinya DTW dengan penerapan CHSE dan protokol kesehatan yang ketat yang diikuti oleh pengelola DTW baik yang dikelola masyarakat adat maupun pemerintah sendiri. Konteks keterlibatan masyarakat adat ini juga dibahas oleh Semara et al (2020) dimana *pecalang* akan menurunkan loyalitas pengunjung pada DTW karena memperketat penerapan CHSE sehingga membatasi aktivitas wisatawan.

Nuruddin et al. (2020) memaparkan kajiannya mengenai strategi hotel di Bali dalam menghadapi pandemi Covid-19 diantaranya memberhentikan karyawan sementara tanpa batas waktu yang jelas, membatasi penggunaan fasilitas hotel untuk menekan biasa operasi, efisiensi pengeluaran hotel, penjualan produk non-kamar secara online kepada kenalan dan mantan pengguna kamar hotel, melakukan penjualan dengan model “*pay now stay later*”, dan melakukan penolakan pengembalian uang *booking* dengan mengganti *reschedule* kunjungan.

Citra (*image*) destinasi tidak hanya berupa persepsi terhadap atribut destinasi tetapi juga berupa kesan holistik yang dibuat oleh destinasi. Citra destinasi terdiri dari karakteristik fungsional, menyangkut aspek yang berwujud dari destinasi, dan karakteristik psikologis, menyangkut aspek yang tidak berwujud (Pratminingsih et al., 2014).

Citra destinasi juga dimaknai sebagai persepsi keseluruhan wisatawan tentang destinasi, atau sebagai gambaran mental wisatawan tentang destinasi tertentu (Lee, 2009). Citra destinasi biasanya dianggap sebagai aspek kunci dari proses pengambilan keputusan berkunjung wisatawan (Lee, 2009; Bové-

sans & Ramírez, 2013). Ketika wisatawan memiliki persepsi yang umumnya positif tentang suatu destinasi, kemungkinan mereka memilih destinasi tersebut meningkat. Telah terbukti bahwa citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Josee Bloemer & Ruyter, 2017). Selain itu, banyak penelitian telah menyimpulkan bahwa citra destinasi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku kunjungan wisatawan di masa mendatang (Lee, 2009).

Kepercayaan (*trust*), dalam bisnis, dipandang sangat penting untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Parvez & Akbar, 2009). Kepercayaan (*trust*) adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Ciri utama terbentuknya kepercayaan adalah persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman (Prayitno, 2015). Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) (Subekti, 2020).

Kepuasan (*satisfaction*) merupakan respon atau pendapat konsumen mengenai sebuah produk atau layanan yang menyediakan tingkat kesenangan, apakah produk tersebut memenuhi, tidak memenuhi, atau melebihi tingkat kesenangan konsumen (Song et al., 2012; Agyeiwaah et al., 2016; Neal & Gursoy, 2008). Kim (2018) mendefinisikan kepuasan sebagai respon pemenuhan pelanggan. Menurut model ekspektasi-konfirmasi, kepuasan meningkat ketika kinerja yang dirasakan sama dengan atau lebih besar dari kinerja yang diharapkan. Namun, ketika kinerja yang dirasakan jatuh di bawah kinerja yang diharapkan, diskonfirmasi negatif terjadi, dan pelanggan tidak puas. Dalam literatur pariwisata, paradigma konfirmasi-ekspektasi ini telah banyak digunakan untuk meneliti kepuasan pengunjung.

Loyalitas merupakan ukuran kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan (Tong dan Hawley, 2009). Menurut Rios dan Requelme (2008), dikaitkan dengan kepariwisataan dari perspektif attitudinal, menurut definisi di atas maka wisatawan dapat dikatakan loyal terhadap destinasi bersangkutan jika wisatawan memiliki hasrat untuk melanjutkan hubungan atau keterkaitannya di masa depan dengan destinasi tersebut. Sisi lain, dari perspektif behavioral, wisatawan dikatakan loyal kepada destinasi pariwisata jika wisatawan memiliki pola mengulang kunjungan, mengulang pembelian paket wisata, atau mengulang pembelian produk yang ditawarkan oleh destinasi bersangkutan dibandingkan destinasi lainnya.

### 3. Metode dan Teori

#### 3.1 Metode

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif yang diperkuat dengan deskriptif kualitatif. Besaran sampel penelitian didekati dengan persyaratan alat analisis yang akan dipakai untuk model persamaan struktural (SEM) berbasis varian atau *partial least square* (PLS) yang diatur bahwa jumlah sampel yang direkomendasikan berkisar antara minimal 30 responden sampai 100 responden (Ghozali, 2014). Penentuan responden yang terpilih di lokasi penelitian dilakukan dengan teknik *convenience sampling* dimana responden yang diwawancarai berdasarkan pengunjung yang ditemui di DTW saat penelitian lapang dilakukan dan responden bersedia diwawancarai.

Penelitian dilaksanakan di DTW Pantai Melasti Ungasan Badung Bali dari bulan April sampai November 2021. Sumber data primer berasal dari survei terhadap 100 orang pengunjung menyangkut aspek: (a) karakteristik responden, (b) persepsi terhadap program CHSE yang terdiri atas 33 indikator pengukuran, (c) persepsi terhadap citra DTW yang terdiri atas 19 indikator pengukuran, (d) persepsi terhadap kepercayaan pada DTW yang terdiri atas 8 indikator pengukuran, (e) persepsi terhadap kepuasan pengunjung yang terdiri atas 16 indikator pengukuran, dan (f) persepsi atas loyalitas pengunjung pada DTW yang terdiri atas 5 indikator pengukuran.

Tujuan penelitian pertama dianalisis dengan interval kelas kategori persepsi dan dinarasikan dengan deskriptif kualitatif. Tingkat persepsi pengunjung diukur dengan skor Skala Likert (skala 1 sampai 5). Rata-rata interval kelas persentase dari persentase maksimal yang dicapai yaitu 20%-35,99% (sangat rendah), interval 36%-53,99% (rendah), interval 54%-67,99% (sedang), interval 68%-83,99% (tinggi), dan interval 84%-100% (sangat tinggi). Tujuan penelitian kedua dianalisis menggunakan model persamaan struktural berbasis PLS (*Partial Least Square*) dan dianalisis dengan SEM PLS dengan WarpPLS 3.0 dengan pengujian terhadap sembilan hipotesis yaitu: (1) H1: Program CHSE berpengaruh signifikan terhadap citra DTW, (2) H2: Program CHSE berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada DTW, (3) H3: Program CHSE berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada DTW, (4) H4: Citra DTW berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada DTW, (5) H5: Citra DTW berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada DTW, (6) H6: Kepercayaan pada DTW berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada DTW, (7) H7: Kepuasan pada DTW berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada DTW, (8) H8: Program CHSE berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada DTW melalui citra DTW, (9) H9: Program CHSE berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada DTW melalui citra DTW.



H1 sampai H7 merupakan pengujian hipotesis pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen sedangkan H8 dan H9 merupakan pengujian dengan menggunakan variabel antara (*intervening*) sehingga menjadi pengujian pengaruh tidak langsung.

### 3.2 Teori

Teori pokok yang dipakai menganalisis adalah teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen (dalam studi ini adalah wisatawan) menurut Swarbrooke dan Horner (2007) didefinisikan sebagai “studi mengenai mengapa orang [wisatawan] membeli suatu produk [memilih suatu destinasi wisata] yang mereka suka, dan bagaimana mereka membuat keputusan mengenai hal tersebut’.

Lebih lanjut menurut Bateson dan Hoffman (2011) perilaku konsumen mempunyai paling tidak tiga sifat, yaitu: (a) Perilaku konsumen bersifat dinamis dimana seorang konsumen, grup konsumen, serta masyarakat terus berubah sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk satu jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu; (b) Agar memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku) dan apa serta di mana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen; (c) Hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen adalah pertukaran di antara individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan akan pentingnya pertukaran. Kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran (Bateson dan Hoffman, 2011).

Memahami perilaku wisatawan memungkinkan kita mengintervensi di bagian mana yang dianggap diperlukan agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Memahami perilaku konsumen oleh karenanya menjadi sangat penting dalam pemasaran agar lebih sukses (Swarbrooke dan Horner, 2007). Lebih lanjut dikatakan bahwa memahami perilaku konsumen juga berguna dalam pengembangan produk dan layanan agar dapat memenuhi atau mendekati ekspektasi konsumennya.

Perilaku wisatawan sekarang telah menjadi hal penting dalam strategi pemasaran destinasi pariwisata. Memilih, membeli, dan mengkonsumsi produk pariwisata termasuk destinasi pariwisata melibatkan perangkat proses psikologis dan pengaruh individu dan lingkungan yang harus diperhatikan

pemasar (Kozak dan Decrop, 2009). Secara umum, menurut Kozak dan Decrop (2009) proses pengambilan keputusan sebagai perilaku wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisata dapat digolongkan ke dalam tiga tahapan yaitu: (a) Tahap pra-pembelian. Tahap ini ditandai oleh wisatawan potensial memiliki motivasi, kebutuhan, dan keinginan untuk berlibur atau berkunjung. Mereka berusaha mencari informasi beragam destinasi pariwisata dan mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia untuk memilih salah satu destinasi yang dianggap paling baik. Beragam faktor penawaran dan permintaan akan mempengaruhi apakah calon wisatawan pergi atau tidak ke suatu destinasi seperti faktor psikologis, ekonomi, sosial, politik, geografi dan demografi; (b) Tahap mengkonsumsi. Tahap ini wisatawan menikmati berkunjung di destinasi dengan produk dan pelayanannya. Tahap ini terdiri atas serangkaian peristiwa dan aktivitas yang membantu wisatawan memaknai, menghubungkan dan mengekspresikan nilai simbolik ke dalam pilihan-pilihan dan kegiatan yang dilakukan selama berkunjung di destinasi.

Pengalaman wisatawan di destinasi sangatlah bersifat subjektif dan tercipta karena adanya sensasi, emosi, dan interaksi sosial yang berujung pada proses pembelajaran dan pemahaman akan situasi riil di destinasi; (c) Tahap setelah mengkonsumsi. Setelah memiliki pengalaman berkunjung secara utuh maka wisatawan mengevaluasi pengalamannya tersebut dengan menyandingkannya antara informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan pengalaman riilnya sendiri.

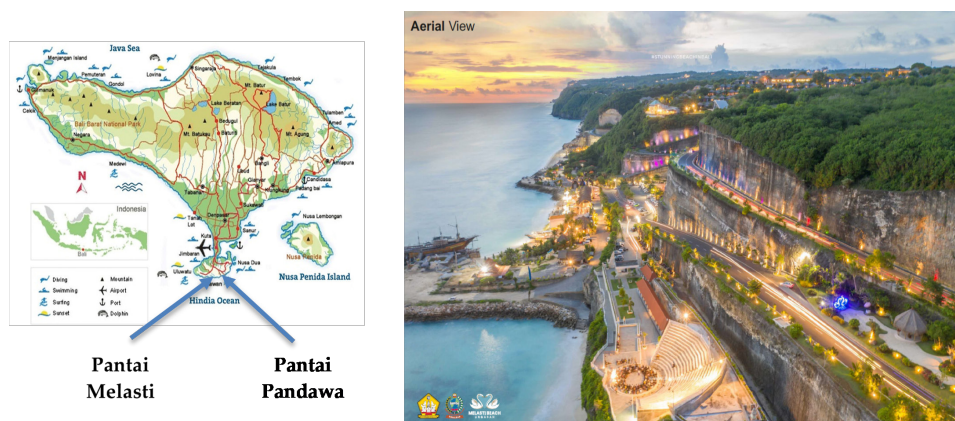
Hasil evaluasi wisatawan biasanya berupa perasaan puas atau tidak puas yang berujung kepada keputusan atau hasrat untuk kembali berkunjung ke destinasi tersebut atau mengalihkan ke destinasi lainnya. Hasil lainnya biasanya berupa merekomendasikan atau tidak merekomendasikan kepada sahabat atau keluarga berdasarkan pengalamannya untuk berkunjung atau tidak berkunjung ke destinasi yang bersangkutan (Kozak dan Decrop, 2009).

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

##### **4.1 Gambaran Umum DTW Pantai Melasti Ungasan**

DTW Pantai Melasti terletak di Desa Ungasan, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali (Figur 1). Pantai Melasti persis terletak di ujung paling selatan Pulau Bali sebelah barat Pantai Pandawa Desa Kutuh. Sejak awal, Pantai Melasti dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Adat Ungasan untuk berbagai kepentingan. Utamanya, sebagaimana namanya Pantai Melasti, maka fungsi utama pantai ini dipergunakan untuk kegiatan Upacara Melasti yaitu penyucian benda-benda suci (*pretima*) dan upacara keagamaan lainnya seperti *ngaben*, *ngangkid*, *ngulapin*, dan sebagainya (Diarta dan Pitana, 2020).





Figur 1. Peta Pulau Bali dan Foto Pantai Melasti Ungasan di Kecamatan Kuta Selatan Badung (Sumber: Gambar Pulau Bali dari <https://jadiberita.com/63390/asal-mula-nama-bali-yang-indah-itu-ternyata.html>; Foto Pantai Melasti: Koleksi BUPDA Ungasan)

Sejak tahun 1993 sampai 2017 dilakukan rintisan pembuatan jalan akses ke Pantai Melasti untuk mempermudah pelaksanaan upacara adat dan agama dengan membelah tebing kapur sampai ke sisi pasir putih pantai menuju Pura Segara. Tahun 2017 terjadi suksesi kepemimpinan kepala Desa Adat Ungasan (*Bendesa Adat*) yang baru. Bersama beberapa tokoh masyarakat adat secara bersama-sama mewujudkan ide pengembangan DTW Pantai Melasti dengan membangun kelembagaan ekonomi desa adat yang diberi nama BUMDA (*Bhaga Utsaha Manunggal Desa Adat*) pada tahun 2018. Lembaga ini kemudian diubah nomenklaturnya menjadi BUPDA (*Bhaga Utsaha Pedruwen Desa Adat*) pada tahun 2020 mengikuti ketentuan Perda Prov. Bali No. 4 tahun 2019 tentang Desa Adat di Bali.

Daya Tarik Wisata (DTW) Pantai Melasti ditangani BUPDA melalui Pengelola Usaha Kawasan Pantai Melasti (PUKPM) sejak Agustus 2018 sampai dengan sekarang. DTW Pantai Melasti milik Desa Adat Ungasan sendiri beroperasi berdasarkan Peraturan Bupati Badung No.4 tahun 2018 tanggal 1 Februari 2018 tentang Penetapan Kawasan Pantai Melasti, Pancoran Solas Taman Mumbul dan Water Blow Peninsula Nusa Dua sebagai Daya Tarik Wisata.

Pengembangan atraksi dan daya tarik wisata di Pantai Melasti terutama untuk memenuhi aspek-aspek dasar yang diinginkan pengunjung yaitu: (1) *something to see*, berupa lanskap tebing dan pantai yang eksotis, spot foto *instagramable* berupa Taman Angsoka, Tebing Kembar dan tiap titik menjadi spot foto menarik, (2) *something to do*, berupa aktivitas wisata *pre-wedding*, berjemur di pasir putih, mandi, *sunrise* dan *sunset*, menikmati atraksi budaya

Tari Kecak dan gamelan *beleganjur*, prosesi Upacara Melasti dan adat lainnya, kuliner, sewa *helicopter*, berfoto dan sebagainya, (3) *something to buy*, berupa kuliner dan oleh-oleh di pasar rakyat, dan (4) *something to experience and share* berupa penyediaan wifi gratis dan jaringan telekomunikasi selular dengan baik.



Figur 2. Fluktuasi Jumlah Pengunjung Pantai Melasti Bulan Agustus 2018 sampai Februari 2020 (PUKPM Pantai Melasti, 2020)



Foto 1. Suasana DTW Pantai Melasti Ungasan Bali (Foto: Koleksi Pribadi Peneliti)

Figur 2 memperlihatkan fluktuasi kunjungan wisatawan yang secara umum masa puncak kunjungan berkisar pada akhir tahun dan awal tahun berikutnya, kenaikan juga terjadi masa pertengahan tahun berjalan. Namun, sejak merebaknya pandemi Covid-19 di Indonesia termasuk Bali, pemerintah melarang semua DTW di Bali menerima kunjungan mulai bulan Maret 2020 sehingga berdampak juga kepada DTW Pantai Melasti yang juga terpaksa tidak

menerima kunjungan wisatawan. Namun, Pantai Melasti sudah dibuka secara terbatas dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat mulai Agustus 2020 dan penerapan CHSE September 2020 sampai sekarang. Foto 1 menunjukkan suasana DTW Pantai Melasti saat dilaksanakan upacara *Melasti* setelah diizinkan dibuka kembali oleh pemerintah.

#### 4.2 Karakteristik Responden

Gambaran mengenai karakteristik responden pengunjung DTW Pantai Melasti Ungasan yang diambil datanya dari 100 responden dalam survei penelitian ini yaitu: (1) 59% berasal dari luar Bali dan sisanya 41% berasal dari Bali; (2) Rata-rata umur 28,62 tahun dengan rentang minimal 17 tahun dan maksimum 60 tahun; (3) 56% responden laki-laki dan sisanya 44% perempuan; (4) dilihat dari tingkat pendidikan, 46% responden tamat perguruan tinggi 29% tamat SMA dan sisanya 5% orang tamat SMP; (5) Frekuensi kunjungan responden rata-rata 3,56 kali dengan rentang 1 kali sampai 10 kali; (6) Pengikut kunjungan rata-rata 4,21 orang dengan rentang 1 orang sampai 15 orang; (7) Pendapatan bulanan mayoritas Rp 2-3 juta/perbulan (17%) diikuti rentang Rp 1-2 juta/bulan (16%) dan Rp 3-4 juta/bulan (16%).

#### 4.3 Persepsi Pengunjung DTW Pantai Melasti Ungasan

Persepsi pengunjung DTW Pantai Melasti Ungasan masuk dalam kategori sangat baik. Adapun pencapaian rata-rata skor dan kategori persepsi pengunjung dapat disimak dalam Tabel 1.

Tabel 1. Persepsi Pengunjung DTW Pantai Melasti Ungasan terhadap Variabel Penelitian

No.	Variabel	Persentase Pencapaian Skor dari Skor Maksimal	Kategori Persepsi
1.	Implementasi program CHSE (X1)	78,40 <sup>a)</sup>	Sesuai
2.	Citra DTW (Y1)	81,80 <sup>b)</sup>	Baik
3.	Kepercayaan pada DTW (Y2)	82,40 <sup>c)</sup>	Dipercaya
4.	Kepuasan pada DTW (Y3)	87,80 <sup>d)</sup>	Sangat Puas
5.	Loyalitas pada DTW (Y4)	90,60 <sup>e)</sup>	Sangat Loyal
	Rata-rata persepsi semua variabel	84,20	Sangat Baik

Keterangan: <sup>a)</sup> = Lampiran 1, <sup>b)</sup> = Lampiran 2, <sup>c)</sup> = Lampiran 3, <sup>d)</sup> = Lampiran 4, <sup>e)</sup> = Lampiran 5

Secara persepsional, DTW Pantai Melasti dapat dikatakan sangat baik karena pelaksanaan CHSE yang sesuai ketentuan, citra DTW yang terbangun di

benak pengunjung tergolong baik, DTW Pantai Melasti yang sudah dipercaya oleh pengunjung, sangat puasnya pengunjung pada DTW Pantai Melasti, dan sangat loyalnya pengunjung pada DTW Pantai Melasti Ungasan.

Dilihat lebih rinci, implementasi program CHSE di DTW Pantai Melasti masuk kategori sesuai anjuran pemerintah yang dilakukan oleh pengelola DTW terutama dibentuk oleh parameter X1.3 (sudah menyediakan dan memasang himbauan dan larangan tertulis untuk pengunjung agar mencegah penularan Covid-19), X1.9 (menyediakan sarana untuk penanganan kondisi darurat kesehatan, keselamatan, dan keamanan bagi pengunjung DTW Pantai Melasti), dan X1.11 (sudah menciptakan kondisi lingkungan fisik di lokasi DTW menjadi asri dan nyaman bagi pengunjung).

Dari sisi karyawan parameter yang berkontribusi besar yaitu X1.15 (selalu memakai alat pelindung diri sesuai keperluan, seperti masker), X1.17 (mematuhi dan laksanakan SOP pencegahan penularan Covid-19 yang berlaku di DTW), dan X1.19 (menyediakan tempat sampah yang tertutup kembali setelah digunakan). Dari sisi pengunjung sendiri, terutama dibentuk oleh parameter X1.21 (selalu minimal memakai masker dengan benar selama di DTW Pantai Melasti), X1.24 (sudah memarkirkan kendaraan sesuai dengan petunjuk dan aturan yang ada untuk mencegah kerumunan dan penukaran Covid-19), dan X1.28 (membuang sampah pada tempatnya dan memastikan tempat sampah tertutup kembali setelah digunakan).

Citra DTW yang baik terutama bentuk oleh parameter Y1.6 (DTW Pantai Melasti sudah menerapkan standar protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 dengan sangat baik), Y1.7 (sudah menyediakan dan memasang himbauan dan larangan tertulis untuk pengunjung agar mencegah penularan Covid-19 dengan sangat baik), Y1.8 (menyediakan peralatan dan perlengkapan kebersihan dan kesehatan di DTW seperti tempat cuci tangan dengan sabun dan tissue dengan sangat baik), Y1.15 (sudah melaksanakan standar keselamatan sehingga pengunjung yakin akan sehat dan selamat selama kunjungan dengan sangat baik), Y1.13 (sudah terlihat memiliki tim khusus penanganan kondisi darurat kesehatan, keselamatan, dan keamanan dengan sangat baik), Y1.17 (sudah melakukan penanganan sampah dan limbah secara sehat dan ramah lingkungan dengan sangat baik sehingga tidak menyebabkan sumber penyebaran baru Covid-19), dan Y1.18 (memiliki kondisi lingkungan yang asri, nyaman dan tertata dengan sangat baik).

Kepercayaan pengunjung pada DTW Pantai Melasti yang tergolong dipercaya terutama dibentuk oleh parameter Y2.1 (mampu memberikan kepercayaan kepada pengunjung akan tetap sehat dan aman dalam berkunjung walau masa Pandemi Covid-19), Y2.2 (mampu memberikan pelayanan yang tetap prima walaupun dalam masa pandemi Covid-19), Y2.4 (memberikan



perhatian kepada pengunjung terutama dalam urusan pengendalian pandemi Covid-19), Y2.5 (memberikan empati yang baik terhadap pengunjung ketika memiliki masalah dan kesulitan selama kunjungan walaupun dalam masa pandemic Covid-19), Y2.8 (memberikan informasi akurat mengenai fasilitas, harga, dan dan wahana yang disediakan terutama yang terkait upaya menghadapi pandemi Covid 19), dan Y2.7 (bersikap jujur pada pengunjung mengenai kondisi DTW dalam menghadapi Pandemi Covid-19).

Pengunjung DTW Pantai Melasti yang sangat puas dibentuk oleh parameter Y3.5 (puas dengan penataan lingkungan di DTW Pantai Melasti selama pandemi Covid-19), Y3.1 (puas dengan upaya DTW Pantai Melasti dalam menerapkan protokol kesehatan dalam masa Pandemi Covid 19), Y3.4 (puas dengan fasilitas keamanan yang disediakan DTW Pantai Melasti selama pandemi Covid-19), Y3.7 (puas dengan kebersihan, kerapian, dan kenyamanan yang menunjukkan DTW dikelola dengan profesional), Y3.8 (puas dengan fasilitas penunjang DTW yang baik, bersih dan estetik yang diperlukan pengunjung selama berwisata di DTW), Y3.12 (puas dengan rasa aman selama beraktivitas wisata di DTW dibandingkan dengan DTW lainnya), Y3.9 (puas dengan keunikan DTW yang berbeda dengan DTW lainnya), Y3.13 (puas terhadap keseluruhan penataan lanskap DTW Pantai Melasti), Y3.14 (puas terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan DTW Pantai Melasti), Y3.16 (pelayanan DTW Pantai Melasti yang melebihi ekspektasi atau harapan saya), dan Y3.15 ( penataan lanskap DTW Pantai Melasti melebihi ekspektasi atau harapan saya).

Sangat loyalnya responden terhadap DTW Pantai Melasti disebabkan oleh beberapa parameter yang dominan yaitu Y4.5 (Setelah berkunjung akan memposting cerita positif dan baik tentang DTW di media sosial), Y4.1 (akan menceritakan hal positif mengenai penerapan protokol kesehatan di DTW kepada teman, keluarga, atau kolega saya agar jangan ragu untuk berkunjung), Y4.3 (akan merekomendasikan DTW Pantai Melasti karena memenuhi standar keamanan untuk dikunjungi masa pandemic Covid-19), dan Y4.4 (akan berkunjung kembali kesini walaupun masih masa pandemi Covid-19).

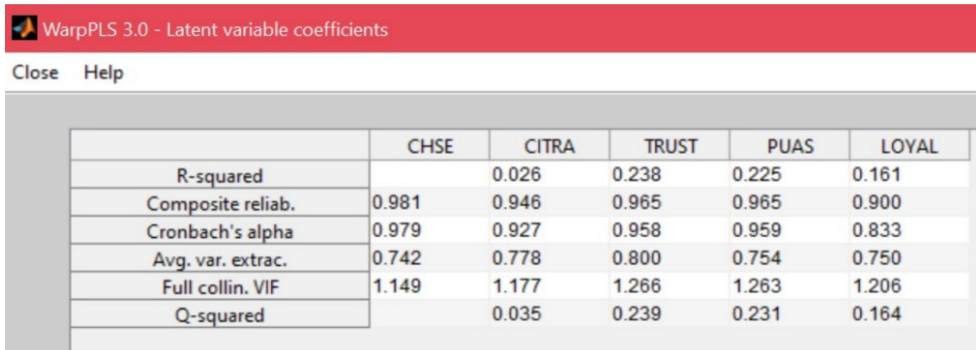
#### 4.4 Uji Kelayakan Model Penelitian

Menurut Solihin dan Ratmono (2013) ukuran kelayakan model persamaan struktural menggunakan WarpPLS menyangkut koefisien determinasi ( $R^2$ ), reliabilitas instrumen, validitas diskriminan, *full collinearity test*, dan validitas prediktif ( $Q^2$ ).

Berdasarkan hasil analisis seperti Figur 3, terlihat bahwa koefisien determinasi (*R-Squared*) variabel CITRA sebesar 0,026, TRUST sebesar 0,238, PUAS sebesar 0,225, dan LOYAL sebesar 0,161. Hal ini berarti bahwa: (1)

Varian variabel citra DTW Pantai Melasti (CITRA) dapat dijelaskan sebesar 2,6% oleh varian variabel CHSE sedang sisanya berasal dari variabel yang tidak dimasukkan dalam model. Sebagai catatan, penelitian ini memang menguji hanya pengaruh variabel CHSE terkait masa Pandemi Covid-19 yang melanda DTW Pantai Melasti.

Hasil analisis ini juga menunjukkan untuk membangun model yang lengkap perlu dimasukkan variabel endogenus yang lain selain CHSE; (2) Varian variabel kepercayaan pada DTW Pantai Melasti (TRUST) dapat dijelaskan sebesar 23,8% oleh varian variabel CHSE dan varian variabel CITRA sedang sisanya berasal dari variabel yang tidak dimasukkan dalam model; (3) Varian variabel kepuasan pada DTW Pantai Melasti (PUAS) dapat dijelaskan sebesar 22,5% oleh varian variabel CHSE dan varian variabel CITRA sedang sisanya berasal dari variabel yang tidak dimasukkan dalam model, dan; (4) Varian variabel loyalitas pada DTW Pantai Melasti (LOYAL) dapat dijelaskan sebesar 16,1% oleh varian variabel TRUST dan varian variabel PUAS sedang sisanya berasal dari variabel yang tidak dimasukkan dalam model.



WarpPLS 3.0 - Latent variable coefficients

Close Help

	CHSE	CITRA	TRUST	PUAS	LOYAL
R-squared		0.026	0.238	0.225	0.161
Composite reliab.	0.981	0.946	0.965	0.965	0.900
Cronbach's alpha	0.979	0.927	0.958	0.959	0.833
Avg. var. extrac.	0.742	0.778	0.800	0.754	0.750
Full collin. VIF	1.149	1.177	1.266	1.263	1.206
Q-squared		0.035	0.239	0.231	0.164

Figur 3. *Goodness of Fit* Persamaan Struktural Penelitian

Menurut Ghozali (2014) nilai *R-Squared* dikatakan lemah (*weakly*) apabila *range* nilainya 0,19-0,32, dikatakan moderat (*moderately*) apabila nilainya 0,33-0,66, dan dikatakan kuat (*substantially*) apabila nilainya >0,67. Berdasarkan kriteria ini, hasil analisis *R-Squared* CITRA sebesar 0,026 tergolong lemah, TRUST sebesar 0,238 tergolong lemah, PUAS sebesar 0,225 tergolong lemah, dan LOYAL sebesar 0,161 tergolong lemah juga. Konsekuensi ke depannya pemodelan sebaiknya memasukkan beberapa variabel tambahan selain CHSE dalam membangun citra destinasi selama Pandemi Covid-19. Namun, penelitian ini memfokuskan pada pengaruh CHSE sehingga tetap penting mendapatkan informasi pengaruhnya terhadap citra, kepercayaan, kepuasan pengunjung ke DTW Pantai Melasti.

Sebuah model yang baik harus memiliki nilai *Q-Squared* >0 atau harus memiliki validitas prediktif lebih besar dari nol. Berdasarkan Figur 3, terlihat semua nilai *Q-Squared* memenuhi syarat (*Q-Squared* >0) yang menunjukkan



validitas prediktif yang baik. Figur 3 juga menunjukkan *Composite Reliability* semua variabel lebih besar dari 0,70 demikian juga *Cronbach's Alpha* semua variabel lebih besar dari 0,70 yang berarti model yang dianalisis tergolong baik (Lampiran 8). Nilai AVE seluruh variabel lebih besar dari 0,5 sehingga dapat dikatakan model yang diajukan tergolong baik (Lampiran 7 dan Figur 3). Berdasarkan Figur 3, terlihat nilai *Full Collinearity VIF* model pengukuran semuanya lebih rendah dari 3,3 yang berarti model yang diajukan terbebas dari masalah kolinearitas (Solihin dan Ratmono, 2013).

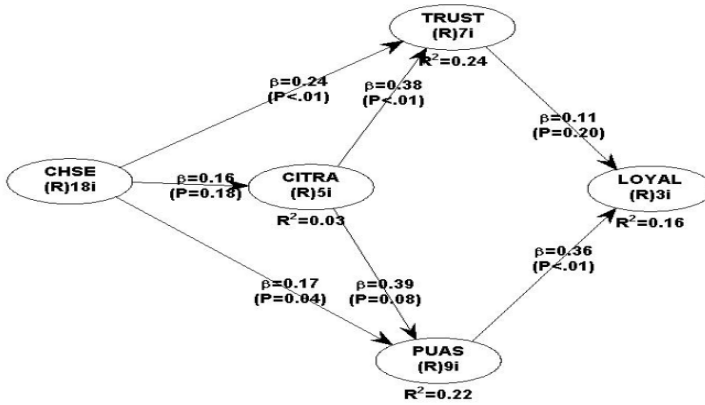
#### 4.5 Analisis Model Pengukuran

Analisis pada model pengukuran (*measurement / outer model*) menunjukkan peranan indikator-indikator dalam merefleksikan variabel yang dibentuknya. Indikator yang bersifat reflektif seperti dalam penelitian ini maka nilai-nilai penduga dapat dilihat dari nilai *outer loading*-nya. Berdasarkan hasil analisis didapat hasil sebagai berikut.

Hasil uji pengukuran pada variabel implementasi program CHSE menunjukkan bahwa terdapat 18 dari 33 indikator yang diajukan yang sangat signifikan (*p value* <0,001) (Lampiran 10). Terdapat 5 dari 19 indikator dari variabel Citra DTW sangat signifikan (*P value* <0,001) (Lampiran 11). Terdapat 7 dari 8 indikator dari variabel kepercayaan pada DTW sangat signifikan (*P value* <0,001) (Lampiran 12). Terdapat 9 dari 16 indikator dari variabel kepuasan pada DTW sangat signifikan (*P value* <0,001) (Lampiran 13). Dan terakhir, terdapat 3 dari 5 indikator dari variabel loyalitas pada DTW sangat signifikan (*P value* <0,001) (Lampiran 14).

#### 4.6 Analisis Model Struktural

Analisis model struktural didahului oleh analisis konfirmatif dari *output* model persamaan struktural yang dikembangkan setelah dilakukan analisis melalui *bootstrapping* sebagaimana dapat disimak dalam Figur 4 dan Lampiran 9.



Figur 4. Output Model Persamaan Struktural Penelitian

4.6.1 Pengaruh Langsung Variabel Eksogen terhadap Endogen

Terdapat tujuh pengukuran pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model penelitian sebagaimana dihipotesiskan sebelumnya dan hasilnya dapat disimak Tabel 2.

Tabel 2. Pengaruh Langsung Variabel Eksogen terhadap Variabel Endogen

Hipo tesis	Var. Exogenous > Endogenous	Path Coefficient	Effect Size	Standar Error	P Value	Keputusan
H1	CHSE (X1) > Citra DTW (Y1)	0,162	0,026	0,177	0,182	Tidak signifikan
H2	CHSE (X1) > Kepercayaan (Y2)	0,243	0,077	0,096	0,006	Signifikan
H3	CHSE (X1) > Kepuasan (Y3)	0,171	0,050	0,098	0,042	Signifikan
H4	Citra (Y1) > Kepercayaan (Y2)	0,377	0,160	0,075	<0,001	signifikan
H5	Citra (Y1) > Kepuasan (Y3)	0,392	0,175	0,277	0,080	Tidak signifikan
H6	Kepercayaan (Y2) > Loyalitas (Y4)	0,111	0,023	0,133	0,204	Tidak signifikan
H7	Kepuasan (Y3) > Loyalitas (Y4)	0,357	0,138	0,086	<0,001	signifikan

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa terdapat beberapa pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen yang diuji hipotesisnya sebagai berikut.

**a. Pengaruh Implementasi Program CHSE terhadap Pembentukan Citra DTW Pantai Melasti Masa Pandemi Covid 19**

Berdasarkan hasil uji statistik, *path coefficient* pengaruh variabel penerapan CHSE (X1) terhadap variabel citra DTW Pantai Melasti Ungasan (Y1) yaitu sebesar 0,162 dimana  $p=0,182 > \alpha=0,05$  yang tidak berpengaruh signifikan. Hal ini terjadi karena berdasarkan pendapat responden, kedatangan atau kunjungan mereka ke Pantai Melasti disebabkan oleh citra DTW Pantai Melasti yang sudah terbentuk sebelum pandemi Covid-19 melanda. Demikian juga, kunjungan mereka karena merasa puas dengan situasi Pantai Melasti yang indah, asri, bersih dan tertata rapi.

Pandemi Covid-19 sebenarnya tidak begitu berpengaruh bagi keputusan berkunjung. Kalau masa Pandemi Covid-19 tidak ada larangan berkunjung, mereka sebenarnya tetap mau berwisata ke Pantai Melasti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, karena Pandemi Covid-19 ini bersifat global yang terjadi di seluruh belahan dunia dan menjadi isu yang tidak berdampak terhadap salah satu destinasi saja tetapi melanda semua destinasi di dunia. Lain persoalan jika misalnya, isu ini hanya terjadi di Bali maka hal ini akan memukul semua daya tarik wisata (DTW) di Bali jika dibandingkan dengan destinasi di luar Bali.

Jadi, dapat ditarik pembelajaran penting bahwa, jika isu bersifat global maka selaku pengelola destinasi atau DTW maka situasinya dalam pembentukan citra tidak berpengaruh apa-apa karena destinasi lain di dunia juga berada dalam kondisi yang sama.

Citra destinasi atau DTW pembentukannya sama saja seperti dalam kondisi normal. Kecuali, destinasi lain sudah mampu terbebas Pandemi Covid-19 sedangkan DTW Pantai Melasti tidak mampu mengendalikannya, barulah kondisi ini menjadi faktor penentu yang signifikan dalam menentukan pembentukan citra destinasi atau DTW masing-masing.

**b. Pengaruh Implementasi Program CHSE terhadap Kepercayaan pada DTW Pantai Melasti pada Masa Pandemi Covid 19**

Uji statistik menunjukkan bahwa *path coefficient* pengaruh variabel penerapan CHSE (X1) terhadap variabel kepercayaan pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y2) yaitu sebesar 0,243 dimana  $p=0,006 < \alpha=0,01$  yang berarti berpengaruh signifikan. Besarnya *effect size* yaitu 0,077 yang menunjukkan pengaruh CHSE selaku variabel prediktor tergolong menengah dalam menentukan kepercayaan pada DTW Pantai Melasti dan berpengaruh sangat signifikan. Hal ini mengingat pengunjung sebelum berkunjung ternyata memastikan dulu sebelumnya bahwa DTW sudah menerapkan standar protokol kesehatan. Secara individual, ternyata pengunjung ingin kunjungannya ke DTW Pantai Melasti tidak menjadi sebab tertularnya mereka oleh virus Covid-19.

Secara teoritis, pengunjung akan melakukan kunjungan ke suatu destinasi atau DTW hanya jika pengunjung percaya terhadap destinasi atau DTW paling tidak mampu mengurangi resiko bahaya atas kesehatan pengunjung selama melakukan aktivitas wisata di DTW. Menurut pengunjung, mereka berkunjung ke DTW Pantai Melasti untuk tujuan melepaskan kepenatan, kesibukan, suasana rutinitas, dan rasa terlalu bosan di rumah tetapi mereka juga ingin mendapat kepastian akan keselamatan terutama dari sisi kesehatannya.

Pengunjung tidak mau setelah kunjungannya ke DTW lalu pulang terkena virus Covid-19. Oleh karenanya, implementasi program CHSE oleh DTW menjadi hal yang sangat penting bagi pengunjung untuk membangun kepercayaan pengunjung pada DTW Pantai Melasti Ungasan.

### *c. Pengaruh Implementasi Program CHSE terhadap Kepuasan pada DTW Pantai Melasti Masa Pandemi Covid 19*

Berdasarkan hasil analisis, *path coefficient* pengaruh variabel penerapan CHSE (X1) terhadap variabel kepuasan pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y3) yaitu sebesar 0,171 dimana  $p=0,042 < \alpha=0,05$ ) yang berarti berpengaruh signifikan. Besarnya *effect size* yaitu 0,050 menunjukkan pengaruh CHSE selaku variabel prediktor tergolong menengah dalam menentukan kepuasan pada DTW Pantai Melasti dan berpengaruh signifikan.

Sama seperti pengaruh implementasi CHSE untuk membangun kepercayaan, maka dalam kasus ini, implementasi CHSE juga signifikan pengaruhnya untuk membentuk kepuasan pengunjung pada DTW Pantai Melasti. Hal ini disebabkan oleh bukti nyata implementasi CHSE yang dapat dilihat, dirasakan dan dinikmati selama melakukan kunjungan di Pantai Melasti sudah dilaksanakan sesuai aturan pemerintah. Pengunjung dapat melihat langsung bahwa DTW Pantai Melasti sudah menyediakan perlengkapan sesuai protokol kesehatan bagi karyawan dan pengunjung di lapangan. DTW Pantai Melasti sangat memperhatikan kebersihan kawasan, menyediakan sarana dan ruang kesehatan tingkat pertama di lokasi wisata, menyediakan sarana penunjang keselamatan seperti posko *lifeguard* beserta tugasnya yang sudah terlatih dengan baik.

Kondisi DTW Pantai Melasti memuaskan karena penataannya dan sarana penunjang yang sangat baik, sehingga terkesan telah dikelola secara profesional. Datangnya pandemi Covid-19 berdampak ke semua DTW di Bali bahkan sampai adanya larangan operasional. Tapi, begitu diizinkan kembali beroperasi, DTW Pantai Melasti Ungasan sudah siap dengan mengimplementasikan program CHSE pada September 2020. Hal inilah yang menyebabkan pengunjung semakin puas dengan cara pengelola dalam menangani pandemi Covid-19 di DTW Pantai Melasti.

**d. Pengaruh Citra DTW Pantai Melasti terhadap Pembentukan Kepercayaan Pengunjung pada DTW Pantai Melasti Masa Pandemi Covid 19**

Berdasarkan analisis, *path coefficient* pengaruh variabel citra DTW Pantai Melasti (Y1) terhadap variabel kepercayaan pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y2) sebesar 0,377 dimana  $p < 0.001$  yang berarti berpengaruh signifikan. Besarnya *effect size* yaitu 0,160 yang menunjukkan pengaruh variabel Citra DTW selaku variabel prediktor tergolong kuat dalam menentukan kepercayaan pada DTW Pantai Melasti dan berpengaruh sangat signifikan.

Hal ini terjadi karena rasa percaya pengunjung terbentuk baik secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung terbentuk ketika pengunjung secara riil menikmati, mengalami, dan mengkonsumsi pengalaman wisatanya di DTW Pantai Melasti. Hal ini misalnya terjadi ketika masa Pandemi Covid 19 ini, DTW Pantai Melasti sudah menerapkan protokol kesehatan di destinasi yang dapat dilihat langsung, dimanfaatkan langsung, serta dibandingkan langsung oleh pengunjung. Pengunjung percaya pada DTW Pantai Melasti Ungasan sebagai DTW yang aman dan nyaman dikunjungi dan memiliki resiko penyebaran Covid-19 yang dapat ditekan. Hal ini akan secara langsung dapat membangun rasa percaya pengunjung sehingga tidak ragu-ragu untuk berkunjung pada kesempatan berikutnya.

Kepercayaan secara tidak langsung pada pengunjung terbentuk karena adanya promosi, baik yang dilakukan sendiri (di media promosi yang dimiliki oleh DTW Pantai Melasti yaitu: [www.pantaimelasti.com](http://www.pantaimelasti.com)) maupun yang dilakukan oleh pengunjung (media sosial oleh pengunjung lainnya yang memposting pengalamannya selama berkunjung di DTW Pantai Melasti Ungasan). Promosi dan postingan di media sosial pengunjung membentuk citra DTW Pantai Melasti di benak calon pengunjung lainnya sehingga percaya akan mendapatkan pengalaman sama sebagaimana mereka simak dalam media sosial yang diposting oleh pengunjung lainnya. Perlu dipahami bahwa walaupun Citra DTW mampu membangun kepercayaan pada DTW Pantai Melasti namun bukan berarti secara otomatis akan menyebabkan pengunjung puas. Orang yang percaya terhadap sebuah DTW karena terbangun dari citra yang dibentuk oleh usaha pemasaran atau promosi mungkin saja akan tidak puas setelah mengunjunginya karena melihat kenyataan di DTW yang tidak memenuhi ekspektasinya.

**e. Pengaruh Citra DTW Pantai Melasti terhadap Kepuasan Pengunjung pada DTW Pantai Melasti pada Masa Pandemi Covid 19**

*Path coefficient* pengaruh variabel citra DTW Pantai Melasti (Y1) terhadap variabel kepuasan pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y3) yaitu sebesar 0,392 dimana  $p = 0.080 > \alpha = 0,05$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Hal

ini berarti dalam kasus di DTW Pantai Melasti kepuasan pengunjung tidak ditentukan oleh citra DTW. Kepuasan terbentuk dengan cara lain yaitu secara nyata menghadirkan sumber pengalaman yang dapat dilihat dan dialami pengunjung baik dengan CHSE langsung, penataan atribut dan layanan DTW Pantai Melasti.

Kepuasan pada DTW Pantai Melasti lebih kuat disebabkan oleh faktor dari DTW sendiri seperti atribut DTW yang eksotis (misalnya lanskap, pemandangan laut yang indah, penataan lanskap yang bagus, kebersihan DTW, dan sejenisnya). Kepuasan juga dibentuk oleh penyediaan atraksi wisata yang disediakan DTW Pantai Melasti seperti bermain pasir putih dan air laut yang bersih dan menyenangkan, aktivitas berfoto di banyak spot foto yang telah disediakan DTW Pantai Melasti, pertunjukan kesenian kecak dan kegiatan agama dan adat serta aktivitas lainnya.

Demikian juga kepuasan pengunjung lebih dikarenakan adanya fasilitas penunjang kegiatan wisata di DTW Pantai Melasti seperti penyediaan warung kuliner rakyat, *beach club* yang memadai yaitu Origano, Palmilla dan Mino serta satu lagi yang sedang dikerjakan Catamaran Beach Club. Fasilitas penunjang lainnya adalah tersedianya tempat ibadah, toilet, ruang ganti *pre-wedding*, *shower*, parkir luas dan nyaman, posko kesehatan, posko keselamatan, posko keamanan, dan taksi. Demikian juga infrastruktur menuju ke DTW Pantai Melasti yang sudah sangat baik seperti jalan *hotmix* yang cukup lebar dan kondisinya sangat baik, petunjuk jalan yang cukup baik dan kenyamanan pembayaran digital di loket tiket masuk.

#### ***f. Pengaruh Kepercayaan pada DTW Pantai Melasti terhadap Loyalitas Pengunjung pada DTW Pantai Melasti Masa Pandemi Covid 19***

Berdasarkan analisis, *path coefficient* pengaruh variabel kepercayaan pada DTW Pantai Melasti (Y2) terhadap variabel loyalitas pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y4) yaitu sebesar 0,111 dimana  $p=0,204 > \alpha=0,05$  yang tidak berpengaruh signifikan. Hal ini terjadi karena loyalitas terbentuk dari pengalaman dan evaluasi atas pengalaman berkunjung sebelumnya di DTW Pantai Melasti. Jika pengalaman tersebut memuaskan maka besar kemungkinannya pengunjung akan loyal yang salah satunya dicirikan oleh kunjungan berulang. Di lain pihak, tidak signifikannya pengaruh kepercayaan pengunjung pada DTW Pantai Melasti terhadap loyalitas karena kepercayaan tidak cukup dalam membangun keputusan akhir pengunjung untuk loyal atau tidak.

Menurut pengunjung, bisa saja kita percaya terhadap suatu destinasi wisata tetapi sebenarnya kita tidak pernah ke sana atau tidak pernah mengunjungi sebelumnya sehingga kondisi riil tidak tahu sama sekali. Hal ini tentu tidak akan cukup untuk mendorong pengunjung untuk berkunjung.



Lain halnya, jika pengunjung sudah ke DTW dan mengalami pengalaman berwisata sebelumnya maka ada kemungkinan mereka puas atau tidak puas atas pengalamannya tersebut yang menentukan apakah mereka akan loyal atau tidak dalam rencana kunjungan ke depannya. Intinya, pengunjung tidak begitu saja puas kalau tidak langsung ke Pantai Melasti.

***g. Pengaruh Kepuasan pada DTW Pantai Melasti terhadap Loyalitas Pengunjung pada DTW Pantai Melasti Masa Pandemi Covid 19***

Berdasarkan analisis, *path coefficient* pengaruh variabel kepuasan pada DTW Pantai Melasti (Y3) terhadap variabel loyalitas pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y4) yaitu sebesar 0,357 dimana  $p < 0,001$  yang berarti berpengaruh signifikan. Besarnya *effect size* yaitu 0,138 yang menunjukkan pengaruh variabel kepuasan pada DTW selaku variabel prediktor tergolong kategori kuat dalam menentukan loyalitas pengunjung pada DTW Pantai Melasti dan berpengaruh sangat signifikan.

Hal ini memungkinkan mengingat loyalitas pengunjung pada DTW Pantai Melasti menurut pengunjung sangat ditentukan oleh evaluasinya terhadap pengalaman berkunjungnya sebelumnya. Jika kunjungan sebelumnya ke DTW Pantai Melasti memuaskan, maka pengunjung cenderung akan loyal kepada DTW Pantai Melasti. Mereka umumnya bukanlah pengunjung yang baru pertama kali ke DTW Pantai Melasti tetapi merupakan pengunjung yang telah berulang-ulang melakukan kunjungan ke DTW Pantai Melasti. Hal ini berarti sangat logis dimana hasil analisis menunjukkan kepuasan terbukti membangun loyalitas pengunjung terhadap DTW Pantai Melasti.

***4.6.2 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Eksogen terhadap Endogen***

Penelitian ini hanya menguji dua pengaruh tidak langsung dari variabel endogen CHSE (X1) terhadap kepercayaan (Y2) melalui citra DTW (Y1), dan pengaruh variabel CHSE (X1) terhadap kepuasan (Y3) melalui citra DTW (Y1) sebagaimana dapat disimak dalam Tabel 3.

Tabel 3. Pengaruh Tidak Langsung dari Hubungan Variabel Endogen terhadap Variabel Eksogen

Var. Var. Exogenous > Endogenous	Path Coefficient	Effect Size	Standar Error	P Value	Keputusan
CHSE (X1) > Citra (Y1) > Kepercayaan (Y2)	0,061	0,019	0,067	0,184	Tidak signifikan
CHSE (X1) > Citra (Y1) > Kepuasan (Y3)	0,063	0,019	0,081	0,219	Tidak Signifikan

Adapun pengaruh tidak langsung dari variabel eksogen ke variabel endogenus dalam penelitian sebagai berikut.

**a. Pengaruh Program CHSE terhadap Kepercayaan Pengunjung pada DTW Pantai Melasti Melalui Pembentukan Citra DTW Masa Pandemi Covid 19**

Berdasarkan hasil analisis, *path coefficient* pengaruh variabel implementasi program CHSE di DTW Pantai Melasti (X1) terhadap variabel kepercayaan pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y2) melalui variabel citra DTW (Y1) yaitu sebesar 0,061 dimana  $p=0,184 > \alpha=0,05$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan dan tidak adanya efek mediasi oleh variabel Citra (Y1) dari variabel CHSE ke variabel kepercayaan pada DTW.

Hal ini berarti variabel citra DTW yang dibentuk dari implementasi program CHSE sebagai variabel *intervening* menjadi variabel yang menyebabkan tidak signifikannya pengaruh CHSE terhadap terbentuknya kepercayaan pengunjung pada DTW Pantai Melasti. Padahal, implementasi CHSE secara langsung pengaruhnya sangat signifikan dalam membangun kepercayaan pengunjung terhadap DTW Pantai Melasti. Demikian juga jika dilihat pengaruh citra DTW Pantai Melasti sangat signifikan pengaruhnya pada pembentukan kepercayaan pengunjung pada DTW Pantai Melasti tetapi sebagaimana sudah dibahas sebelumnya, citra yang terbentuk disini bukan disebabkan oleh implementasi program CHSE.

Hasil penelitian ini menunjukkan untuk membangun kepercayaan pengunjung DTW Pantai Melasti tidak hanya melalui implementasi program CHSE yang secara sangat signifikan memang berpengaruh langsung pada kepercayaan pengunjung, tetapi perlu dibarengi dengan pengembangan produk dan layanan DTW Pantai Melasti karena hal ini juga memberikan kontribusi terhadap pembentukan kepercayaan pengunjung DTW. Hanya pengunjung yang mendapat pengalaman berwisata yang memuaskan, baik karena produk atau layanan DTW, yang mampu membangun kepercayaan pada DTW dan jika pengalaman berwisata di DTW bersangkutan tetap memuaskan secara konsisten maka pengunjung bisa membangun loyalitas kepada DTW.

**b. Pengaruh Program CHSE terhadap Kepuasan Pengunjung pada DTW Pantai Melasti Melalui Pembentukan Citra DTW Masa Pandemi Covid 19**

Berdasarkan hasil analisis, *path coefficient* pengaruh variabel implementasi program CHSE di DTW Pantai Melasti (X1) terhadap variabel kepuasan pada DTW Pantai Melasti Ungasan (Y3) melalui variabel citra DTW (Y1) yaitu sebesar 0,063 dimana  $p=0,219 > \alpha=0,05$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Karena hasil uji pengaruh tidak langsung ini juga tidak signifikan maka dapat dikatakan tidak adanya efek mediasi oleh variabel Citra (Y1) dari variabel CHSE ke variabel kepuasan pada DTW.

Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa citra DTW sebagai variabel *intervening* atau variabel antara menyebabkan tidak signifikannya pengaruh program CHSE terhadap pembentukan kepuasan pengunjung pada DTW Pantai Melasti. Padahal, secara parsial program CHSE berpengaruh nyata terhadap pembentukan kepuasan pengunjung pada DTW Pantai Melasti. Hal ini menunjukkan bahwa dalam membangun kepuasan pengunjung lebih terpengaruh oleh apa yang pengunjung secara riil lihat, saksikan, alami, dan evaluasi di DTW dibandingkan dengan karena adanya citra yang baik yang dimiliki oleh DTW. Citra mungkin saja dibentuk melalui promosi yang baik namun pengunjung belum bisa dibuat puas hanya dengan citra yang dibentuk dengan cara ini tetapi perlu terkonfirmasi melalui pengalaman kunjungan nyata menikmati produk dan layanan nyata di DTW bersangkutan.

## 5. Simpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu: Pertama, persepsi pengunjung DTW Pantai Melasti Ungasan pada masa pandemi Covid 19, yaitu: (a) implementasi program CHSE tergolong kategori sesuai ketentuan, (b) citra DTW tergolong kategori sangat baik, (c) kepercayaan pada DTW tergolong kategori dipercaya, (d) kepuasan pada DTW tergolong kategori sangat puas, dan (e) loyalitas pada DTW tergolong kategori sangat loyal.

Kedua, pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel penelitian yaitu: (a) implementasi program CHSE tidak berpengaruh signifikan terhadap pembentukan citra DTW, (b) implementasi program CHSE berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung, (c) implementasi program CHSE berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (d) citra DTW berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung, (e) citra DTW tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (f) kepercayaan pada DTW tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, (g) kepuasan pada DTW berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, (h) implementasi program CHSE tidak berpengaruh signifikan terhadap terbentuknya kepercayaan pengunjung melalui variabel citra DTW, dan (i) implementasi program CHSE tidak berpengaruh signifikan terhadap terbentuknya kepuasan pengunjung melalui variabel citra DTW.

Penelitian ini berkontribusi pada pemangku kepentingan di sektor pariwisata terutama yang terkait dengan pengelolaan DTW bahwa implementasi program CHSE penting dilaksanakan mengingat pengaruhnya secara signifikan mampu membangun kepercayaan dan kepuasan pengunjung terhadap DTW dalam masa Pandemi Covid 19.

Limitasi penelitian ini terutama terfokus pada pengaruh implementasi CHSE sebagai satu-satunya variabel eksogen mengingat fokus penelitian ini ingin melihat antisipasi DTW dalam menghadapi pandemi Covid 19. Hal ini mensimplifikasi kondisi empiris di lokasi penelitian sehingga diperlukan penelitian lanjutan yang memasukkan variabel lainnya misalnya atribut DTW, layanan DTW, dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Demikian juga limitasi penelitian hanya di satu DTW sehingga diperlukan studi lebih lanjut terhadap DTW lainnya yang menjalankan dan tidak menjalankan implementasi DTW baik di Bali atau luar Bali.

## Daftar Pustaka

- Agyeiwaah, E., Adongo, R., Dimache, A., & Wondirad, A. (2016). Make a customer, not a sale: Tourist satisfaction in Hong Kong. *Tourism Management*, 57, 68–79. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.014>
- Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M., & Haq, M. (2014). Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 306–326. <https://doi.org/10.5296/jsr.v5i1.6568>
- Albaity, M., & Melhem, S. B. (2017). Novelty seeking, image, and loyalty—The mediating role of satisfaction and moderating role of length of stay: International tourists' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 23, 30–37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.04.001>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2020). Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2020. *Bali.Bps.Go.Id*, 2019(64), 1–8.
- Bateson, John E.G dan K. Douglas Hoffman. (2011). *Services Marketing*. Canada: Cengage Learning.
- Bové-sans, M. À., & Ramírez, R. L. (2013). Destination Image Analysis for Tarragona Cultural Heritage, 5, 103–126.
- Cong, L. C. (2016). A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.12.002>
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4), 289–300. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2009.10.001>
- Diarta, IKS dan Pitana, G. (2020). *Peran Bumda dan Pokmasta sebagai Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Implikasinya bagi Kepuasan Pengunjung*. Laporan Penelitian PUU Universitas Udayana.

- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling metode alternative dengan partial least squares (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ismail, M. A., & Safa, N. S. (2014). Trust, Satisfaction, and Loyalty Formation in Electronic Commerce. *Journal of Industrial and Intelligent Information*, 2(3), 228–232. <https://doi.org/10.12720/jiii.2.3.228-232>
- Josef Bloemer, & Ruyter, K. de. (2017). On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty. *European Journal of Marketing*, 32(5), 499–513.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata.
- Kim, J. H. (2018). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856–870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
- Kiyani, T. M., Niazi, M. R. U. K., Rizvi, R. A., & Khan, I. (2012). the Relationship Between Brand Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. (Evidence From Automobile Sector of Pakistan). *Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), 489–502.
- Kozakm Metin dan Alain Decrop. (2009). *Handbook of Tourist Behavior: Theory & Practice*. New York: Routledge
- Kusuma, I. D. G. (2020). Wacana Pariwisata Bali Dalam Pusaran Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*. <https://doi.org/10.47532/jic.v3i2.199>
- Lee, T. H. (2009). A structural model for examining how destination image and interpretation services affect future visitation behavior: A case study of Taiwan's Taomi eco-village. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 727–745. <https://doi.org/10.1080/09669580902999204>
- Neal, J. D., & Gursoy, D. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47(1), 53–62. <https://doi.org/10.1177/0047287507312434>
- Nuruddin , Putu Eka Wirawan , Sri Pujiastuti, N. N. S. A. (2020). Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 10(2), 579. <https://doi.org/10.24843/jkb.2020.v10.i02.p11>
- Parvez, N., & Akbar, M. M. (2009). Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customer loyalty. *ABAC Journal*, 29(1), 24–38.
- Pratminingsih Sri Astuti, Christina Lipuringtyas Rudatin, T. R. (2014). Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. <https://doi.org/10.7763/ijimt.2014.v5.479>

- Prayitno, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3), 321–328.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.039>
- Rios, Rosa E. dan Hernan E. Riquelme. (2008). Brand Equity for Online Companies. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.26 (7) pp.719-742
- Semara, M. T., & Nyoman Sunarta dan Made Sudjana. (2020). Intervensi Kebudayaan Lokal melalui Keterlibatan Pecalang dalam Mempengaruhi Penerapan Protokol Kesehatan CHSE terhadap Loyalitas Wisatawan ke Desa Budaya Kertalangu Denpasar. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 10(23), 537.
- Song, H., van der Veen, R., Li, G., & Chen, J. L. (2012). The Hong Kong tourist satisfaction index. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 459–479. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.06.001>
- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Su, L. J., Hsu, M. K., & Swanson, S. (2017). The Effect of Tourist Relationship Perception on Destination Loyalty at a World Heritage Site in China: The Mediating Role of Overall Destination Satisfaction and Trust. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 41(2), 180–210. <https://doi.org/10.1177/1096348014525630>
- Subadra, I. N. (2021). Cultural Tourism and the Covid-19 Pandemic: Understanding Government Policies and Balinese Reactions. *Journal of Bali Studies*, 11(1), 1–22.
- Subekti, D. D. (2020). *Pengaruh Dimensi Customer Experience dan Kepercayaan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pengunjung Dira Kencong Jember*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>
- Swarbrooke, Jhon dan Susan Horner. (2007). *Consumer Behavior in Tourism (Second Edition)*. Oxford: Elsevier Ltd
- Tong, Xiao dan Jana M. Hawley. (2009). Measuring Customer-Based Brand Equity: Empirical Evidence from the Sportswear Market in China. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 18 (4), pp.262-271.



Wisnawa, I. M. B. (2021). Dimensions of Bali's Brand Loyalty as a Tourist Destination for Indonesian Tourists during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Bali Studies*, 11(1).

### Profil Penulis

**I Ketut Surya Diarta.** Dosen di Prodi S1 Agribisnis, S2 Agribisnis, dan S2 Pariwisata Universitas Udayana Bali. Menyelesaikan studi S1 di FP Unud tahun 1996 dengan konsentrasi Sosiologi Pedesaan, S2 di Department of Sociology School of Social Science, University of Hawaii at Manoa USA dengan konsentrasi Sosiologi Pariwisata tamat tahun 2007 dan studi S3 Pariwisata di Unud dengan konsentrasi Perencanaan Pariwisata tamat tahun 2017. Menulis beberapa buku pariwisata seperti *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Andi Offset Yogyakarta, 2009), *Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali* (Book Chapter, S2 Pariwisata Unud, 2015), *Brand Destinasi Pariwisata: Pengantar Teori dan Pengukuran* (Raja Grafindo, 2018), *Sosiologi Pariwisata* (Universitas Terbuka, 2019), *Ekonomi Hijau dalam Pariwisata: Sebuah Teladan dari Desa Pemuteran Bali* (Kemenpar RI, 2013). Penulis juga aktif meneliti baik dalam skema Penelitian Unggulan Udayana, Penelitian Hibah Bersaing, dan Penelitian Strategis Nasional serta yang didanai oleh Kementerian Pariwisata RI. Tulisan ilmiah berupa artikel tersebar dalam berbagai jurnal ilmiah nasional baik yang terakreditasi maupun tidak terakreditasi. Email: suryadiarta@unud.ac.id.

**Lampiran 1.****Persepsi Pengunjung DTW Pantai Melasti terhadap Implementasi Program CHSE**

No.	Kode	Penerapan CHSE oleh Pengelola DTW Pantai Melasti	Persentase dari Skor Maksimal	Kategori Persepsi
1.	(X1.1)	Pengelola Pantai Melasti sudah mematuhi instruksi Pemerintah terkait pencegahan Covid-19 di destinasi wisata	77,40	Sesuai
2.	(X1.2)	Pengelola Pantai Melasti sudah menjalankan pencegahan Covid-19 melalui program kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan (CHSE)	78,60	Sesuai
3.	(X1.3)	Pengelola Pantai Melasti sudah menyediakan dan memasang himbauan dan larangan tertulis untuk pengunjung agar mencegah penularan Covid-19	81,40	Sesuai
4.	(X1.4)	Pengelola Pantai Melasti sudah menyediakan peralatan dan perlengkapan kebersihan dan kesehatan di DTW seperti tempat cuci tangan dengan sabun dan tisu	79,20	Sesuai
5.	(X1.5)	Pengelola Pantai Melasti sudah memastikan semua orang sebelum masuk dan beraktivitas di DTW Pantai Melasti menggunakan masker.	77,00	Sesuai
6.	(X1.6)	Pengelola Pantai Melasti sudah melakukan pemeriksaan suhu tubuh kepada semua orang yang memasuki DTW dengan suhu $\geq 37,3^{\circ}\text{C}$ tidak diperkenankan masuk.	70,00	Sesuai
7.	(X1.7)	Pengelola Pantai Melasti melakukan pengaturan untuk memastikan tidak ada kerumunan di dalam dan sekitar DTW Pantai Melasti	69,20	Sesuai
8.	(X1.8)	Pengelola Pantai Melasti menyediakan pembayaran nontunai untuk menghindari kerumunan dan kontak fisik.	66,00	Netral
9.	(X1.9)	Pengelola Pantai Melasti menyediakan sarana untuk penanganan kondisi darurat kesehatan, keselamatan, dan keamanan bagi pengunjung DTW Pantai Melasti	83,60	Sesuai
10.	(X1.10)	Pengelola Pantai Melasti sudah melakukan penanganan sampah dan limbah secara sehat dan ramah lingkungan agar tidak menyebabkan sumber penyebaran baru Covid-19.	79,40	Sesuai
11.	(X1.11)	Pengelola Pantai Melasti sudah menciptakan kondisi lingkungan fisik di lokasi DTW menjadi asri dan nyaman bagi pengunjung	80,80	Sesuai
Skor Variabel Penerapan CHSE oleh Pengelola DTW Pantai Melasti			76,60	Sesuai
12.	(X1.12)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan DTW Pantai Melasti saat bekerja dalam kondisi sehat	77,40	Sesuai

13.	(X1.13)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan tidak melakukan kontak fisik dengan pengunjung DTW Pantai Melasti	77,20	Sesuai
14.	(X1.14)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan tetap menjaga jarak aman minimal 1 (satu) meter dengan orang lain	75,00	Sesuai
15.	(X1.15)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan minimal memakai alat pelindung diri sesuai keperluan, seperti masker	80,80	Sesuai
16.	(X1.16)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan memberikan salam atau menyapa dengan cara mengatupkan kedua telapak tangan di dada sebagai pengganti berjabat tangan	76,80	Sesuai
17.	(X1.17)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan mematuhi dan laksanakan SOP pencegahan penularan Covid-19 yang berlaku di DTW	79,00	Sesuai
18.	(X1.18)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan menjaga kamar mandi/toilet dalam kondisi higienis, bersih, kering, dan tidak bau.	75,80	Sesuai
19.	(X1.19)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan menyediakan tempat sampah yang tertutup kembali setelah digunakan.	78,00	Sesuai
20.	(X1.20)	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan mengingatkan pengunjung jika tidak mematuhi protokol kesehatan.	76,60	Sesuai
Skor Variabel Penerapan CHSE oleh Karyawan DTW Pantai Melasti (X2)			77,40	Sesuai
21.	(X1.21)	<b>Saya sebagai Pengunjung selalu minimal memakai masker dengan benar selama di DTW Pantai Melasti</b>	82,40	<b>Sesuai</b>
22.	(X1.22)	Saya sebagai Pengunjung selalu memastikan diri sehat secara mandiri sebelum memutuskan mengunjungi DTW Pantai Melasti	82,00	Sesuai
23.	(X1.23)	Saya sebagai Pengunjung sudah memastikan DTW Pantai Melasti menerapkan protokol kesehatan dan/atau program CHSE sebagai pencegahan Covid-19 sebelum memutuskan berkunjung	80,60	Sesuai
24.	(X1.24)	<b>Saya sebagai Pengunjung sudah memarkirkan kendaraan sesuai dengan petunjuk dan aturan yang ada untuk mencegah kerumunan dan penularan Covid-19</b>	83,80	<b>Sesuai</b>
25.	(X1.25)	Saya sebagai Pengunjung tidak berkerumun di satu tempat atau titik kumpul untuk mencegah penularan Covid-19	80,80	Sesuai
26.	(X1.26)	Saya sebagai Pengunjung bersedia atas kesadaran sendiri diperiksa suhu tubuhnya dan mengikuti petunjuk selanjutnya dari pengelola DTW Pantai Melasti	82,00	Sesuai

27.	(X1.27)	Saya sebagai Pengunjung menggunakan kamar mandi/toilet dan menjaga tetap dalam kondisi higienis, bersih, kering, dan tidak bau setelah digunakan.	80,00	Sesuai
28.	(X1.28)	<b>Saya sebagai Pengunjung membuang sampah pada tempatnya dan memastikan tempat sampah tertutup kembali setelah digunakan</b>	84,40	<b>Sangat sesuai</b>
29.	(X1.29)	Saya sebagai Pengunjung Dalam antrean menuju loket dan area DTW, tetap menjaga jarak dengan orang lain minimal 1 (satu) meter dan tidak berkerumun	79,00	Sesuai
30.	(X1.30)	Saya sebagai Pengunjung memilih melakukan pembayaran secara nontunai (secara elektronik) di DTW Pantai Melasti	80,40	Sesuai
31.	(X1.31)	Saya sebagai Pengunjung membawa membawa <i>hand sanitizer</i> dan masker sendiri selama di DTW Pantai Melasti	79,00	Sesuai
32.	(X1.32)	Saya sebagai Pengunjung berusaha tidak menyentuh barang publik yang berpotensi disentuh juga oleh orang banyak atau pengunjung lainnya di DTW Pantai Melasti	76,60	Sesuai
33.	(X1.33)	Saya sebagai Pengunjung mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan DTW Pantai Melasti dan Pemerintah	83,60	Sesuai
<b>Skor Variabel Penerapan CHSE oleh Pengunjung DTW Pantai Melasti</b>			81,20	<b>Sesuai</b>
<b>Skor Variabel Penerapan CHSE</b>			78,40	<b>Sesuai</b>

## Lampiran 2.

Persepsi Pengunjung terhadap Citra DTW Pantai Melasti masa Pandemi Covid 19

No.	Kode	Aspek Cleanliness (Kebersihan) DTW Pantai Melasti	Persentase dari Skor Maksimal	Kategori Persepsi
1.	Y1.1	Kebersihan loket masuk DTW Pantai Melasti sangat baik	90,00	Sangat baik
2.	Y1.2	Kebersihan pasir dan pantai DTW Pantai Melasti sangat baik	83,40	Baik
3.	Y1.3	Kebersihan lanskap DTW Pantai Melasti sangat baik	89,80	Sangat baik
4.	Y1.4	Kebersihan stand pedagang di DTW Pantai Melasti sangat baik	85,60	Sangat baik
5.	Y1.5	Kebersihan toilet DTW Pantai Melasti sangat baik	82,20	Baik
Rata-rata			86,20	Sangat baik
		<b>Aspek Healthy (Kesehatann) DTW Pantai Melasti</b>		
6	Y1.6	DTW Pantai Melasti sudah menerapkan standar protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 dengan sangat baik	87,80	Sangat baik

7	Y1.7	DTW Pantai Melasti sudah menyediakan dan memasang himbauan dan larangan tertulis untuk pengunjung agar mencegah penularan Covid-19 dengan sangat baik	85,80	Sangat baik
8	Y1.8	DTW Pantai Melasti sudah menyediakan peralatan dan perlengkapan kebersihan dan kesehatan di DTW seperti tempat cuci tangan dengan sabun dan tissue dengan sangat baik	85,40	Sangat baik
9	Y1.9	DTW Pantai Melasti sudah melakukan pengaturan pengunjung agar mencegah kerumunan dengan sangat baik	78,80	Baik
10	Y1.10	DTW Pantai Melasti menyediakan pembayaran non tunai untuk mencegah kontak fisik langsung dengan sangat baik	68,40	Baik
11	Y1.11	Karyawan DTW Pantai Melasti sudah menerapkan protokol kesehatan selama bekerja di DTW untuk menghindari pandemi Covid-19 dengan sangat baik	82,80	Netral
Rata-rata			81,60	baik
<b>Aspek Safety (Keselamatan) DTW Pantai Melasti</b>				
12	Y1.12	DTW Pantai Melasti sudah menyediakan peralatan dan perlengkapan keselamatan dan keamanan pengunjung selama di DTW dengan sangat baik	77,40	Baik
13	Y1.13	DTW Pantai Melasti sudah terlihat memiliki tim khusus penanganan kondisi darurat kesehatan, keselamatan, dan keamanan dengan sangat baik	79,20	Baik
14	Y1.14	DTW Pantai Melasti bertanggung jawab terhadap keselamatan pengunjung dengan sangat baik	78,40	Baik
15	Y1.15	DTW Pantai Melasti sudah melaksanakan standar keselamatan sehingga pengunjung yakin akan sehat dan selamat selama kunjungan dengan sangat baik	79,40	Baik
Rata-rata			78,60	Baik
<b>Aspek Environment sustainability (Keberlanjutan Lingkungan) DTW Pantai Melasti</b>				
16	Y1.16	DTW Pantai Melasti memanfaatkan air dan sumber energi listrik secara efisien dan dengan sangat baik untuk menjaga keseimbangan dan keberlanjutan lingkungan di DTW	77,00	Baik
17	Y1.17	DTW Pantai Melasti sudah melakukan penanganan sampah dan limbah secara sehat dan ramah lingkungan dengan sangat baik sehingga tidak menyebabkan sumber penyebaran baru Covid-19	80,00	Baik

18	Y1.18	DTW Pantai Melasti memiliki kondisi lingkungan yang asri, nyaman dan tertata dengan sangat baik	85,20	Sangat baik
19	Y1.19	Penataan Lanskap DTW Pantai Melasti sudah menerapkan usaha menjaga keberlanjutan lingkungan dalam pengelolaannya dengan baik	82,00	Baik
		Rata-rata	81,00	Baik
Skor Variabel Citra DTW Pantai Melasti masa Pandemi Covid-19			81,80	Baik

### Lampiran 3.

#### Kepercayaan Pengunjung terhadap DTW Pantai Melasti masa Pandemi Covid 19

No.	Kode	Ability	Persentase dari Skor Maksimal	Kategori Kepercayaan
1	Y2.1	DTW Pantai Melasti mampu memberikan kepercayaan kepada pengunjung akan tetap sehat dan aman dalam berkunjung walau masa Pandemi Covid-19	85,40	Sangat dipercaya
2	Y2.2	DTW Pantai Melasti mampu memberikan pelayanan yang tetap prima walaupun dalam masa pandemic Covid-19	80,40	Dipercaya
3	Y2.3	DTW Pantai Melasti mampu memberikan jaminan keamanan dan keselamatan selama berkunjung walaupun dalam masa pandemic Covid	76,20	Dipercaya
Rata-rata			80,60	Dipercaya
<b>Benevolence</b>				
4	Y2.4	DTW Pantai Melasti memberikan perhatian kepada pengunjung terutama dalam urusan pengendalian pandemi Covid-19	84,60	Sangat percaya
5	Y2.5	DTW Pantai Melasti memberikan empati yang baik terhadap pengunjung ketika memiliki masalah dan kesulitan selama kunjungan walaupun dalam masa pandemic Covid-19	82,40	Dipercaya
Rata-rata			83,60	Dipercaya
<b>Integrity</b>				
6	Y2.6	DTW Pantai Melasti memberikan informasi secara terbuka mengenai kesiapan DTW menghadapi Pandemi Covid-19	80,80	Dipercaya
7	Y2.7	DTW Pantai Melasti bersikap jujur pada pengunjung mengenai kondisi DTW dalam menghadapi Pandemi Covid-19	84,00	Dipercaya



8	Y2.8	DTW Pantai Melasti memberikan informasi akurat mengenai fasilitas, harga, dan dan wahana yang disediakan terutama yang terkait upaya menghadapi Pandemi Covid 19	85,00	Sangat dipercaya
Rata-rata			83,20	Dipercaya
Skor Rata-rata Variabel Kepercayaan DTW Pantai Melasti Masa Pandemi Covid-19			82,40	Dipercaya

#### Lampiran 4.

#### Kepuasan Pengunjung terhadap DTW Pantai Melasti masa Pandemi Covid 19

No.	Kode	Expectation	Persentase dari Skor Maksimal	Kategori Kepercayaan
1	Y3.1	Sebagai pengunjung, saya puas dengan upaya DTW Pantai Melasti dalam menerapkan protokol kesehatan dalam masa Pandemi Covid 19	89,20	Sangat Puas
2	Y3.2	Sebagai pengunjung, saya puas dengan penanganan kebersihan lanskap dan fasilitas penunjang DTW Pantai Melasti dalam masa Pandemi Covid-19	83,80	Puas
3	Y3.3	Sebagai pengunjung, saya puas dengan fasilitas kesehatan yang disediakan DTW Pantai Melasti selama pandemi Covid-19	84,40	Sangat Puas
4	Y3.4	Sebagai pengunjung, saya puas dengan fasilitas keamanan yang disediakan DTW Pantai Melasti selama pandemi Covid-19	88,80	Sangat Puas
5	Y3.5	Sebagai pengunjung, saya puas dengan penataan lingkungan di DTW Pantai Melasti selama pandemi Covid-19	92,20	Sangat Puas
Rata-rata			87,60	Sangat Puas
<i>Performance</i>				Sangat Puas
6	Y3.6	Sebagai pengunjung, saya puas dengan penampilan staff dan karyawan yang menunjukkan mereka paham akan protokol kesehatan dalam pandemic Covid-19	84,80	Sangat Puas
7	Y3.7	Sebagai pengunjung, saya puas dengan kebersihan, kerapian, dan kenyamanan yang menunjukkan DTW dikelola dengan profesional	89,00	Sangat Puas
8	Y3.8	Sebagai pengunjung, saya puas dengan fasilitas penunjang DTW yang baik, bersih dan estetik yang diperlukan pengunjung selama berwisata di DTW	85,00	Sangat Puas
Rata-rata			86,20	Sangat Puas
<i>Comparison</i>				Sangat Puas
9	Y3.9	Sebagai pengunjung, saya puas dengan keunikan DTW yang berbeda dengan DTW lainnya	89,00	Sangat Puas

10	Y3.10	Sebagai pengunjung, saya puas karena DTW sudah menerapkan protokol kesehatan dalam pandemic Covid-19 dibandingkan DTW lainnya	88,40	Sangat Puas
11	Y3.11	Sebagai pengunjung, saya puas dengan pengalaman yang didapatkan di DTW dibandingkan DTW lainnya yang pernah saya dikunjungi	88,20	Sangat Puas
12	Y3.12	Sebagai pengunjung, saya puas dengan rasa aman selama beraktivitas wisata di DTW dibandingkan dengan DTW lainnya	92,40	Sangat Puas
		Rata-rata	89,60	Sangat Puas
		<i>Confirmation</i>		Sangat Puas
13	Y3.13	Sebagai pengunjung, saya puas terhadap keseluruhan penataan lanskap DTW Pantai Melasti	91,60	Sangat Puas
14	Y3.14	Sebagai pengunjung, saya puas terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan DTW Pantai Melasti	88,20	Sangat Puas
		Rata-rata	90,00	Sangat Puas
		<i>Disconfirmation</i>		Sangat Puas
15	Y3.15	Sebagai pengunjung, penatan lanskap DTW Pantai Melasti melebihi ekspektasi atau harapan saya	86,40	Sangat Puas
16	Y3.16	Sebagai pengunjung, pelayanan DTW Pantai Melasti yang melebihi ekspektasi atau harapan saya	85,20	Sangat Puas
		Rata-rata	85,80	Sangat Puas
		Rata-rata variabel kepuasan terhadap DTW Pantai Melasti masa Pandemi Covid-19	87,80	Sangat Puas

### Lampiran 5.

#### Loyalitas Pengunjung terhadap DTW Pantai Melasti masa Pandemi Covid 19

No.	Kode	Indikator Loyalitas	Persentase dari Skor Maksimal	Kategori Loyalitas
1	Y4.1	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan menceritakan hal positif mengenai penerapan protokol kesehatan di DTW kepada teman, keluarga, atau kolega saya agar jangan ragu untuk berkunjung	91,40	Sangat loyal
2	Y4.2	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan merekomendasikan DTW Pantai Melasti karena memenuhi standar kesehatan untuk dikunjungi di masa pandemic Covid-19	85,20	Sangat loyal
3	Y4.3	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan Merekomendasikan DTW Pantai Melasti karena memenuhi standar keamanan untuk dikunjungi masa pandemic Covid-19	89,60	Sangat loyal

4	Y4.4	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan berkunjung kembali kesini walaupun masih masa pandemic Covid-19	89,60	Sangat loyal
5	Y4.5	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan memposting cerita positif dan baik tentang DTW di media sosial	97,20	Sangat loyal
		Rata-rata variabel Loyalitas terhadap DTW Pantai Melasti	90,60	Sangat loyal

### Lampiran 6.

#### Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Penelitian

*****								Y1.1	-0.049	0.896	-0.005	0.142	0.033	0.078	<0.001
* Combined loadings and cross-loadings *								Y1.3	-0.004	0.929	-0.029	0.059	0.084	0.077	<0.001
*****								Y1.5	-0.075	0.887	-0.035	-0.052	-0.109	0.034	<0.001
							Y1.7	-0.044	0.925	0.005	-0.063	0.014	0.053	<0.001	
							Y1.12	0.202	0.762	0.076	-0.101	-0.032	0.075	<0.001	
	CHSE	CITRA	TRUST	PUAS	LOYAL	SE	P value	Y2.1	-0.032	0.017	0.950	-0.052	0.100	0.052	<0.001
X1.1	0.881	0.017	0.063	0.065	-0.080	0.071	<0.001	Y2.2	0.184	-0.084	0.845	0.017	-0.045	0.081	<0.001
X1.2	0.836	0.050	-0.074	0.075	0.015	0.065	<0.001	Y2.4	-0.078	-0.014	0.949	-0.027	0.008	0.059	<0.001
X1.3	0.881	-0.049	-0.022	-0.064	0.049	0.058	<0.001	Y2.5	-0.121	0.095	0.850	-0.013	-0.061	0.039	<0.001
X1.4	0.841	0.069	0.024	0.014	-0.076	0.062	<0.001	Y2.6	0.120	-0.017	0.832	0.015	-0.061	0.093	<0.001
X1.5	0.861	0.050	-0.115	-0.021	0.047	0.067	<0.001	Y2.7	-0.021	-0.016	0.912	0.063	0.028	0.055	<0.001
X1.10	0.838	0.103	0.070	-0.013	-0.051	0.057	<0.001	Y2.8	-0.032	0.017	0.915	0.002	0.015	0.060	<0.001
X1.11	0.869	0.036	0.066	-0.018	-0.035	0.058	<0.001	Y3.1	0.048	0.142	-0.039	0.814	-0.097	0.079	<0.001
X1.12	0.882	-0.014	-0.072	-0.038	0.043	0.069	<0.001	Y3.5	0.071	0.066	0.008	0.898	0.060	0.095	<0.001
X1.13	0.911	0.030	-0.040	0.063	-0.013	0.065	<0.001	Y3.6	-0.064	-0.163	0.017	0.868	0.004	0.057	<0.001
X1.14	0.867	0.094	-0.031	0.029	-0.022	0.072	<0.001	Y3.7	-0.121	0.006	0.011	0.835	0.068	0.075	<0.001
X1.16	0.848	-0.179	0.042	-0.023	0.032	0.061	<0.001	Y3.8	0.031	-0.082	0.011	0.901	-0.137	0.057	<0.001
X1.18	0.890	-0.092	0.039	-0.079	-0.033	0.070	<0.001	Y3.11	-0.066	0.003	0.089	0.877	0.088	0.076	<0.001
X1.19	0.874	-0.059	0.014	-0.010	0.003	0.068	<0.001	Y3.12	0.028	0.064	-0.043	0.880	0.058	0.088	<0.001
X1.20	0.818	-0.051	0.103	-0.002	-0.104	0.060	<0.001	Y3.13	0.034	0.055	0.001	0.854	-0.012	0.095	<0.001
X1.23	0.815	-0.058	0.036	-0.058	0.040	0.081	<0.001	Y3.14	0.034	-0.078	-0.058	0.886	-0.033	0.079	<0.001
X1.26	0.850	-0.088	-0.035	-0.007	0.082	0.063	<0.001	Y4.1	-0.077	0.057	-0.091	0.046	0.864	0.087	<0.001
X1.27	0.860	0.100	-0.024	-0.004	0.079	0.060	<0.001	Y4.2	0.083	-0.059	0.081	0.037	0.858	0.087	<0.001
X1.29	0.876	0.039	-0.034	0.086	0.021	0.061	<0.001	Y4.3	-0.005	0.001	0.010	-0.082	0.875	0.081	<0.001

Note: P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

### Lampiran 7.

#### AVE dan Akar AVE Variabel Penelitian

Average variances extracted					
-----					
CHSE	CITRA	TRUST	PUAS	LOYAL	
0.742	0.778	0.800	0.754	0.750	
*****					
* Correlations among latent variables *					
*****					
Latent variable correlations					
-----					
	CHSE	CITRA	TRUST	PUAS	LOYAL
CHSE	0.861	0.125	0.263	0.273	0.243
CITRA	0.125	0.882	0.371	0.200	0.153
TRUST	0.263	0.371	0.895	0.270	0.202
PUAS	0.273	0.200	0.270	0.868	0.376
LOYAL	0.243	0.153	0.202	0.376	0.866

Note: Square roots of average variances extracted (AVE's) shown on diagonal.

**Lampiran 8.**  
 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Composite reliability coefficients				
-----				
CHSE	CITRA	TRUST	PUAS	LOYAL
0.981	0.946	0.965	0.965	0.900
Cronbach's alpha coefficients				
-----				
CHSE	CITRA	TRUST	PUAS	LOYAL
0.979	0.927	0.958	0.959	0.833

**Lampiran 9.**  
 Output Model Persamaan Struktural Penelitian

```

*****
* Path coefficients and P values *
*****

Path coefficients
-----
          CHSE  CITRA  TRUST  PUAS  LOYAL
CHSE
CITRA  0.162
TRUST  0.243  0.377
PUAS   0.171  0.392
LOYAL                0.111  0.357

P values
-----
          CHSE  CITRA  TRUST  PUAS  LOYAL
CHSE
CITRA  0.182
TRUST  0.006  <0.001
PUAS   0.042  0.080
LOYAL                0.204  <0.001
    
```

**Lampiran 10.**  
 Output Model Pengukuran dari Variabel Penerapan CHSE di Pantai Melasti

No.	Kode	Outer Loading	Indikator	Standar Error	P Value
1	X1.1	0.881	Pengelola Pantai Melasti sudah mematuhi instruksi Pemerintah terkait pencegahan Covid-19 di destinasi wisata	0.071	<0.001
2	X1.2	0.836	Pengelola Pantai Melasti sudah menjalankan pencegahan Covid-19 melalui program kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan (CHSE)	0.065	<0.001
3	X1.3	0.881	Pengelola Pantai Melasti sudah menyediakan dan memasang himbauan dan larangan tertulis untuk pengunjung agar mencegah penularan Covid-19	0.058	<0.001

4	X1.4	0.841	Pengelola Pantai Melasti sudah menyediakan peralatan dan perlengkapan kebersihan dan kesehatan di DTW seperti tempat cuci tangan dengan sabun dan tisu	0.062	<0.001
5	X1.5	0.861	Pengelola Pantai Melasti sudah memastikan semua orang sebelum masuk dan beraktivitas di DTW Pantai Melasti menggunakan masker.	0.067	<0.001
6	X1.10	0.838	Pengelola Pantai Melasti sudah melakukan penanganan sampah dan limbah secara sehat dan ramah lingkungan agar tidak menyebabkan sumber penyebaran baru Covid-19.	0.057	<0.001
7	X1.11	0.869	Pengelola Pantai Melasti sudah menciptakan kondisi lingkungan fisik di lokasi DTW menjadi asri dan nyaman bagi pengunjung	0.058	<0.001
8	X1.12	0.882	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan DTW Pantai Melasti saat bekerja dalam kondisi sehat	0.069	<0.001
9	X1.13	0.911	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan tidak melakukan kontak fisik dengan pengunjung DTW Pantai Melasti	0.065	<0.001
10	X1.14	0.867	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan tetap menjaga jarak aman minimal 1 (satu) meter dengan orang lain	0.072	<0.001
11	X1.16	0.848	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan memberikan salam atau menyapa dengan cara mengatupkan kedua telapak tangan di dada sebagai pengganti berjabat tangan	0.061	<0.001
12	X1.18	0.890	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan menjaga kamar mandi/toilet dalam kondisi higienis, bersih, kering, dan tidak bau.	0.070	<0.001
13	X1.19	0.874	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan menyediakan tempat sampah yang tertutup kembali setelah digunakan.	0.068	<0.001
14	X1.20	0.818	Sepanjang pengalaman berkunjung saya, Karyawan mengingatkan pengunjung jika tidak mematuhi protokol kesehatan.	0.060	<0.001
15	X1.23	0.815	Saya sebagai Pengunjung sudah memastikan DTW Pantai Melasti menerapkan protokol kesehatan dan/atau program CHSE sebagai pencegahan Covid-19 sebelum memutuskan berkunjung	0.081	<0.001
16	X1.26	0.850	Saya sebagai Pengunjung bersedia atas kesadaran sendiri diperiksa suhu tubuhnya dan mengikuti petunjuk selanjutnya dari pengelola DTW Pantai Melasti	0.063	<0.001
17	X1.27	0.860	Saya sebagai Pengunjung menggunakan kamar mandi/toilet dan menjaga tetap dalam kondisi higienis, bersih, kering, dan tidak bau setelah digunakan.	0.060	<0.001

18	X1.29	0.876	Saya sebagai Pengunjung Dalam antrean menuju loket dan area DTW, tetap menjaga jarak dengan orang lain minimal 1 (satu) meter dan tidak berkerumun	0.061	<0.001
----	-------	-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	--------

### Lampiran 11.

Output Model Pengukuran dari Variabel Citra DTW Pantai Melasti Ungasan

No.	Kode	Outer Loading	Indikator	Standar Error	P Value
1	Y1.1	0.896	Kebersihan loket masuk DTW Pantai Melasti sangat baik	0.078	<0.001
2	Y1.3	0.929	Kebersihan lanskap DTW Pantai Melasti sangat baik	0.077	<0.001
3	Y1.5	0.887	Kebersihan toilet DTW Pantai Melasti sangat baik	0.034	<0.001
4	Y1.7	0.925	DTW Pantai Melasti sudah menyediakan dan memasang himbauan dan larangan tertulis untuk pengunjung agar mencegah penularan Covid-19 dengan sangat baik	0.053	<0.001
5	Y1.12	0.762	DTW Pantai Melasti sudah terlihat memiliki tim khusus penanganan kondisi darurat kesehatan, keselamatan, dan keamanan dengan sangat baik	0.075	<0.001

### Lampiran 12.

Output Model Pengukuran dari Variabel Kepercayaan pada DTW Pantai Melasti Ungasan

No.	Kode	Outer Loading	Indikator	Standar Error	P Value
1	Y2.1	0.950	DTW Pantai Melasti mampu memberikan kepercayaan kepada pengunjung akan tetap sehat dan aman dalam berkunjung walau masa Pandemi Covid-19	0.052	<0.001
2	Y2.2	0.845	DTW Pantai Melasti mampu memberikan pelayanan yang tetap prima walaupun dalam masa pandemic Covid-19	0.081	<0.001
3	Y2.4	0.949	DTW Pantai Melasti memberikan perhatian kepada pengunjung terutama dalam urusan pengendalian pandemi Covid-19	0.059	<0.001
4	Y2.5	0.850	DTW Pantai Melasti memberikan empati yang baik terhadap pengunjung ketika memiliki masalah dan kesulitan selama kunjungan walaupun dalam masa pandemic Covid-19	0.039	<0.001
5	Y2.6	0.832	DTW Pantai Melasti memberikan informasi secara terbuka mengenai kesiapan DTW menghadapi Pandemi Covid-19	0.093	<0.001



6	Y2.7	0.912	DTW Pantai Melasti bersikap jujur pada pengunjung mengenai kondisi DTW dalam menghadapi Pandemi Covid-19	0.055	<0.001
7	Y2.8	0.915	DTW Pantai Melasti memberikan informasi akurat mengenai fasilitas, harga, dan dan wahana yang disediakan terutama yang terkait upaya menghadapi Pandemi Covid 19	0.060	<0.001

### Lampiran 13.

Output Model Pengukuran dari Variabel Kepuasan pada DTW Pantai Melasti Ungasan

No.	Kode	<i>Outer Loading</i>	Indikator	<i>Standar Error</i>	<i>P Value</i>
1	Y3.1	0.814	Sebagai pengunjung, saya puas dengan upaya DTW Pantai Melasti dalam menerapkan protokol kesehatan dalam masa Pandemi Covoid 19	0.079	<0.001
2	Y3.5	0.898	Sebagai pengunjung, saya puas dengan penataan lingkungan di DTW Pantai Melasti selama pandemi Covid-19	0.095	<0.001
3	Y3.6	0.868	Sebagai pengunjung, saya puas dengan penampilan staff dan karyawan yang menunjukkan mereka paham akan protokol kesehatan dalam pandemic Covid-19	0.057	<0.001
4	Y3.7	0.835	Sebagai pengunjung, saya puas dengan kebersihan, kerapian, dan kenyamanan yang menunjukkan DTW dikelola dengan profesional	0.075	<0.001
5	Y3.8	0.901	Sebagai pengunjung, saya puas dengan fasilitas penunjang DTW yang baik, bersih dan estetik yang diperlukan pengunjung selama berwisata di DTW	0.057	<0.001
6	Y3.11	0.877	Sebagai pengunjung, saya puas dengan pengalaman yang didapatkan di DTW dibandingkan DTW lainnya yang pernah saya dikunjungi	0.076	<0.001
7	Y3.12	0.880	Sebagai pengunjung, saya puas dengan rasa aman selama beraktivitas wisata di DTW dibandingkan dengan DTW lainnya	0.088	<0.001
8	Y3.13	0.854	Sebagai pengunjung, saya puas terhadap keseluruhan penataan lanskap DTW Pantai Melasti	0.095	<0.001
9	Y3.14	0.886	Sebagai pengunjung, saya puas terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan DTW Pantai Melasti	0.079	<0.001

**Lampiran 14.****Output Model Pengukuran dari Variabel Loyalitas pada DTW Pantai Melasti  
Ungasan**

<b>No.</b>	<b>Kode</b>	<b>Outer Loading</b>	<b>Indikator</b>	<b>Standar Error</b>	<b>P Value</b>
1	Y4.1	0.864	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan menceritakan hal positif mengenai penerapan protokol kesehatan di DTW kepada teman, keluarga, atau kolega saya agar jangan ragu untuk berkunjung	0.087	<0.001
2	Y4.2	0.858	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan merekomendasikan DTW Pantai Melasti karena memenuhi standar kesehatan untuk dikunjungi di masa pandemic Covid-19	0.087	<0.001
3	Y4.3	0.875	Setelah berkunjung ke DTW Pantai Melasti, saya akan Merekomendasikan DTW Pantai Melasti karena memenuhi standar keamanan untuk dikunjungi masa pandemic Covid-19	0.081	<0.001