

Perjalanan Udara Pasca-Pandemi: Pergeseran Perilaku Perjalanan

Harry Wiyanto¹

¹Sekolah Tinggi Manajemen Labora, Jakarta

¹e-mail: harrywiyanto4665@yahoo.com

Abstract

This study aims to examine whether behavioral modification factors—such as attitude, subjective norms, perceived behavioral control, perceived risk, and perceived trust—significantly influence the intention of aviation passengers to travel in the post-pandemic era. These behavioral changes stem from the introduction of new procedures, practices, and restrictions that have impacted aviation operations. By incorporating perceived risk and trust, this research extends the Theory of Planned Behavior (TPB), providing deeper insights into behavioral changes and their effects on travel intentions. Data were collected through self-administered questionnaires targeting individuals with post-pandemic aviation travel experience. The analysis, conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with maximum likelihood estimation in AMOS, revealed that behavioral modification factors significantly affect travel intentions. The findings offer valuable guidance for airlines to adapt and redesign their offerings in response to evolving passenger behaviors.

Keywords: post-pandemic aviation travel; Attitude; Subjective norm; Perceived behavioral control; Perceived risk; Perceived trust; intention to travel

1. Pendahuluan

Coronavirus disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh *severe acute respiratory syndrome coronavirus* (SARS-CoV-2). COVID-19 pertama kali terdeteksi pada November 2019 di Tiongkok. Penyakit ini menyebar dengan cepat dan pada 11 Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan COVID-19 sebagai pandemi. Berdasarkan laporan WHO, per 1 April 2020, terdapat 823.626 kasus terkonfirmasi di seluruh dunia dengan 40.598 kematian (WHO, 2020). Sebagian besar negara mengambil langkah-langkah kesehatan tambahan yang berdampak besar pada lalu lintas domestik dan internasional.

Berbagai upaya dilakukan di sektor penerbangan sipil untuk mengadopsi prosedur standar baru yang bertujuan mengurangi penyebaran COVID-19. Sebagai contoh, Organisasi Penerbangan Sipil Internasional (ICAO) menerbitkan analisis resmi tentang dampak ekonomi pandemi terhadap penerbangan sipil. *Airport Council International* mengembangkan praktik dan prosedur standar untuk bandara yang beroperasi selama pandemi, sementara Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) menyediakan panduan cepat untuk prosedur baru dalam penanganan darat selama COVID-19. WHO juga bekerja sama dengan IATA untuk menerbitkan pedoman bagi awak kabin dan pekerja bandara (WHO, 2020).

Namun, penerapan prosedur, praktik, dan pembatasan baru ini telah menyebabkan dampak signifikan pada industri penerbangan. Pembatasan perjalanan, karantina massal, dan kebijakan jaga jarak sosial mengakibatkan permintaan perjalanan internasional dan domestik menurun drastis. Banyak pelancong memilih membatalkan perjalanan mereka karena pembatasan baru serta perubahan perilaku yang dipicu oleh pandemi. Situasi ini menciptakan tantangan besar bagi bisnis maskapai, yang mengalami kerugian finansial, mengurangi karyawan, dan menyebabkan peningkatan tajam tingkat pengangguran di sektor penerbangan.

Saat industri penerbangan memasuki era pasca-pandemi, otoritas lokal dan maskapai mulai merancang strategi untuk memulai kembali perjalanan serta memulihkan pertumbuhan ekonomi. Persiapan ini membutuhkan transformasi besar di sektor pariwisata dan penerbangan, termasuk reorganisasi dan integrasi prosedur dan praktik baru. Peraturan baru, seperti sertifikat vaksinasi digital, tes COVID-19, asuransi perjalanan COVID-19, dan langkah-langkah seperti pengurangan kursi dalam penerbangan,

waktu tunggu lebih lama, serta proses imigrasi yang diperketat, dapat membuat pelancong internasional maupun domestik merasa terbebani (EHL Insights, 2023; Sofian, 2023). Prosedur baru ini menciptakan kondisi perjalanan yang penuh kendala, di mana pelancong menghadapi tantangan tambahan sebelum mencapai tujuan mereka (Wang et al., 2022).

Selain itu, perilaku pelancong juga telah berubah. Persepsi risiko, keyakinan pribadi, dan tekanan sosial selama pandemi telah mengubah niat mereka untuk bepergian (Gupta et al., 2022). Tekanan sosial dari keluarga, teman, dan media turut memengaruhi perkembangan perilaku pencegahan pelancong (Seong et al., 2022). Eksposur terhadap COVID-19 dapat memengaruhi sikap pelancong terhadap perjalanan, baik secara positif maupun negatif (Thomas et al., 2021). Pandemi juga menimbulkan ketakutan yang berdampak signifikan pada perilaku kesehatan umum (Vann et al., 2022). Prosedur baru dan pembatasan dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pelancong terhadap kebijakan serta langkah-langkah kesehatan yang diterapkan (Shin et al., 2022).

Melihat dinamika ini, rencana pemulihan maskapai perlu berfokus pada penyesuaian terhadap perubahan perilaku dan permintaan pelancong. Pelaku industri penerbangan harus mengantisipasi tren baru dengan berinovasi pada produk dan layanan yang menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan, sekaligus memanfaatkan peluang untuk memulihkan permintaan perjalanan. Penelitian tentang perubahan perilaku pelancong sangat diperlukan untuk memahami karakteristik baru dalam permintaan perjalanan (Brouder, 2020; Dube, 2022).

Setelah munculnya COVID-19, banyak penelitian mengeksplorasi fenomena ini dan dampaknya terhadap industri perjalanan dan pariwisata. Sebagian besar studi berfokus pada perspektif sisi penawaran, mengevaluasi kerugian yang ditimbulkan, memproyeksikan perubahan, serta merancang ulang penawaran wisata. Namun, hanya sedikit penelitian yang menyoroti tanda-tanda pemulihian konsumen dan kesiapan mereka untuk kembali bepergian (Gössling et al., 2020; Zencker & Kock, 2020). Dalam konteks ini, penelitian ini mengadopsi perspektif sisi permintaan untuk menganalisis perubahan perilaku dan permintaan perjalanan di kalangan pelancong. Dengan memeriksa niat awal mereka, seperti persepsi risiko, sikap, kepercayaan, dan norma subjektif, studi ini bertujuan membantu maskapai menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi perubahan perilaku dan permintaan konsumen, serta memproyeksikan pemulihran industri penerbangan. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang kecepatan pemulihran niat perjalanan pelancong dan peluang untuk memprediksi pemulihran industri penerbangan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Sikap (Attitude, AT)

Sikap mengacu pada kecenderungan psikologis yang diekspresikan melalui evaluasi positif atau negatif terhadap suatu perilaku (Ajzen, 1991; Schiffman & Kanuk, 1994; Kraus, 1995). Sikap pelancong terdiri dari tiga komponen utama: kognitif, afektif, dan perilaku (Vincent & Thompson, 2002). Respon kognitif melibatkan evaluasi yang membentuk sikap, respon afektif mencerminkan preferensi psikologis terhadap suatu entitas, sedangkan komponen perilaku merupakan indikasi niat untuk melakukan aktivitas tertentu (Ajzen, 1991; Lee, 2007).

Dalam konteks perjalanan udara, eksposur informasi tentang COVID-19 dapat memengaruhi sikap pelancong terhadap penerbangan, baik memperbaiki maupun memperburuknya. Sikap yang lebih positif terhadap suatu perilaku cenderung meningkatkan niat untuk melakukannya (Ajzen, 1991). Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas layanan, seperti respons yang cepat dan layanan yang proaktif, dapat meningkatkan sikap positif pelancong (Moon & Armstrong, 2020). Sikap juga merupakan prediktor yang efektif dalam keputusan perjalanan ke suatu destinasi (Ragheb & Tate, 1993; Jalilvand & Samiei, 2012).

Hipotesis 1: Sikap pelancong secara signifikan memengaruhi niat untuk bepergian pasca-pandemi COVID-19.

2.2 Norma Subjektif (Subjective Norm, SN)

Norma subjektif adalah persepsi seseorang tentang tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan (Fishbein & Ajzen, 1977). Dalam konteks pandemi, tekanan sosial dari keluarga, teman dekat, atau media mengenai risiko COVID-19 dapat memengaruhi niat pelancong untuk bepergian. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa norma sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pencegahan selama pandemi COVID-19 (Aschwanden et al., 2021).

Namun, dalam periode pasca-pandemi, peran norma sosial mungkin berkurang karena individu cenderung lebih mengandalkan penilaian pribadi daripada asumsi orang lain (Duong et al., 2022).

Hipotesis 2: Norma subjektif secara signifikan memengaruhi niat untuk bepergian pasca-pandemi COVID-19.

2.3 Kontrol Perilaku Persepsi (Perceived Behavioural Control, PBC)

PBC mengacu pada persepsi individu tentang kemudahan atau hambatan dalam melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Pada masa pasca-pandemi, pembatasan perjalanan mungkin masih diberlakukan, yang dapat menjadi kendala bagi pelancong. Faktor-faktor ini dapat memengaruhi keyakinan pelancong terhadap kemampuan mereka untuk melakukan perjalanan (Ajzen, 1985).

Meskipun kendala perjalanan dapat memengaruhi persepsi kontrol, keyakinan terhadap kemampuan pribadi untuk mengatasi hambatan tersebut tetap menjadi faktor penting dalam menentukan niat bepergian.

Hipotesis 3: Kontrol perilaku persepsi secara signifikan memengaruhi niat untuk bepergian pasca-pandemi COVID-19.

2.4 Risiko Persepsi (Perceived Risk, PR)

Persepsi risiko mencakup dua faktor utama, yaitu kerentanan yang dirasakan dan tingkat keparahan yang dirasakan (Brewer et al., 2007). Ketika pelancong merasa berisiko terpapar COVID-19 atau menganggap ancamannya serius, mereka cenderung mengadopsi perilaku perlindungan diri, yang memengaruhi keputusan mereka untuk bepergian (Vann et al., 2022).

Namun, ketakutan pandemi yang mencapai puncaknya pada 2020 mulai menurun secara bertahap setelah 2021 (Mertens et al., 2023). Meskipun demikian, persepsi risiko tetap menjadi faktor yang relevan dalam memengaruhi niat bepergian.

Hipotesis 4: Risiko persepsi secara signifikan memengaruhi niat untuk bepergian pasca-pandemi COVID-19.

2.5 Kepercayaan Persepsi (Perceived Trust, PT)

Kepercayaan dalam konteks ini mencerminkan keyakinan pelancong terhadap kemampuan, niat baik, dan integritas maskapai penerbangan (Chen, 2006). Layanan yang transparan, jujur, dan menunjukkan nilai-nilai integritas dapat meningkatkan kepercayaan pelancong terhadap maskapai (Busser & Shulga, 2019).

Pada masa pasca-pandemi, kebijakan perjalanan baru dan langkah pencegahan kesehatan harus menunjukkan keandalan maskapai dalam memastikan keselamatan dan kenyamanan pelancong.

Hipotesis 5: Kepercayaan persepsi secara signifikan memengaruhi niat untuk bepergian pasca-pandemi COVID-19.

2.6 Niat untuk Bepergian (Intention to Travel, IT)

Dalam penelitian ini, **niat untuk bepergian** mengukur rencana atau keinginan pelancong untuk melakukan penerbangan selama pandemi COVID-19. Literatur sebelumnya menunjukkan bahwa alasan utama orang mengembangkan niat bepergian adalah karena faktor pribadi dan informasi (Li & Chai, 2012; Khan et al., 2017; Wachyuni & Kusumaningrum, 2020). Niat untuk bepergian juga dapat dipengaruhi oleh faktor risiko dan persepsi keselamatan (Wachyuni & Kusumaningrum, 2020). Faktor risiko ini dapat memicu ketakutan dan kecemasan perjalanan terhadap kemungkinan apa yang mungkin terjadi selama perjalanan dan konsekuensi yang mungkin mereka alami setelah perjalanan selesai.

Persepsi dan pemikiran pelancong merupakan perhatian penting yang memerlukan perhatian dan pemahaman. Namun, masalah ini saat ini belum ditangani dengan baik dan telah menyebabkan kehancuran di industri penerbangan sejak pandemi COVID-19. Oleh karena itu, **Theory of Planned Behaviour (TPB)** diajukan untuk menangani masalah ini, karena TPB telah banyak digunakan untuk memahami pemikiran wisatawan dalam melakukan perjalanan. Banyak literatur sebelumnya mengakui hubungan antara tiga konstruk TPB dan niat bepergian dalam konteks perjalanan dan pariwisata (Borhan et al., 2019; Pan & Truong, 2018). Meskipun demikian, pengaruh komparatif dari ketiga antecedents tersebut terhadap niat bepergian dapat berbeda tergantung pada keadaan dan perilaku (Ajzen, 1991).

2.7 Kerangka Teoritis

Model yang diperkenalkan dalam penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) (Ajzen, 1985; 1991), yang merupakan alat analisis yang berhasil digunakan untuk berbagai perilaku, terutama yang berkaitan dengan tindakan berisiko atau terkait kesehatan (Conner et al., 2003). Kerangka TPB, yang dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Ajzen & Fishbein, 1980), mendefinisikan tindakan manusia sebagai kombinasi dari tiga dimensi: kepercayaan perilaku, kepercayaan normatif, dan kepercayaan kontrol.

- **Kepercayaan perilaku** (behavioural beliefs): keyakinan tentang hasil dari suatu tindakan yang menghasilkan sikap positif atau negatif terhadap perilaku tersebut.
- **Kepercayaan normatif** (normative beliefs): merujuk pada norma subjektif atau tekanan sosial yang dirasakan.
- **Kepercayaan kontrol** (control beliefs): menghasilkan kontrol perilaku persepsi.

Semua dimensi ini memengaruhi niat untuk berperilaku (Ajzen, 2002), yang merupakan penentu awal dari perilaku itu sendiri.

Kuesioner yang dikembangkan dalam studi ini didasarkan pada spesifikasi model TPB dan dirancang khusus untuk pelancong udara. Pertanyaan-pertanyaan dibuat berdasarkan pedoman *TACT* (target, action, context, time) yang dijelaskan oleh Ajzen (2002). Variabel-variabelnya dibangun dengan mengelompokkan item-item kuesioner sesuai dengan formulasi *expectancy-value* oleh Fishbein dan Ajzen (1974).

Perjalanan udara domestik dan internasional dipilih sebagai produk/jasa berbasis pariwisata yang diselidiki dalam penelitian ini karena mode transportasi ini banyak digunakan untuk bepergian ke seluruh dunia. Meskipun perjalanan udara domestik dan internasional memiliki beberapa potensi risiko, mode transportasi ini belum menjadi subjek risiko yang tak terkendali atau penurunan permintaan baru-baru ini. Oleh karena itu, perjalanan udara dianggap representatif terhadap isu keselamatan COVID-19 dan pergeseran perilaku konsumsi.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan lebih lanjut studi TPB dengan memanfaatkan persepsi risiko dan kepercayaan terhadap maskapai penerbangan, yang akan meningkatkan pemahaman

terhadap pergeseran perilaku dan niat bepergian di kalangan pelancong. Pengetahuan mengenai persepsi risiko dan kepercayaan pelancong akan menjadi bagian dari langkah-langkah strategis melalui implementasi TPB untuk menghasilkan pemahaman perilaku yang khas terkait perubahan perilaku baru ini.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan **desain penelitian kuantitatif** yang dilakukan secara daring dengan kuesioner yang diisi sendiri oleh responden. Data dikumpulkan menggunakan metode **random sampling**. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah **255 pelancong domestik dan internasional** yang memiliki pengalaman bepergian melalui sistem penerbangan pasca-pandemi. Responden dihubungi melalui telepon, WhatsApp, atau email untuk mengonfirmasi partisipasi dalam penelitian ini. Selanjutnya, pelancong diberikan kuesioner daring atau dilakukan secara langsung. Tidak ada kuesioner yang ditolak karena tanggapan yang tidak lengkap atau masalah lainnya. Jumlah kuesioner yang dianalisis dalam penelitian ini dianggap memadai karena 255 responden melebihi jumlah sampel minimum yang diperlukan, yang ditentukan melalui analisis **G*Power** (Faul et al., 2009). Dalam penelitian ini, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah **138**, berdasarkan ukuran efek f^2 sebesar 0,15, probabilitas kesalahan alfa (α) sebesar 0,05, kekuatan statistik (1- β error probability) sebesar 0,95, dan 5 prediktor.

Lebih dari setengah responden adalah pria (**55,69 persen; n=142**). Sebanyak **65,49 persen** responden adalah pelancong muda (berusia antara 20-29 tahun), **12,55 persen** adalah pelancong dewasa (berusia antara 40-49 tahun), dan **12,16 persen** adalah pelancong paruh baya (berusia 30-39 tahun). Berdasarkan demografi, distribusi responden cukup merata. Oleh karena itu, penelitian ini mengasumsikan bahwa sampel tersebut secara wajar mewakili populasi umum pelancong meskipun cenderung didominasi oleh pelancong muda.

Skala autentik dari penelitian sebelumnya digunakan untuk mengukur konstruk penelitian.

- Konstruk '**Attitude**', '**Subjective Norm**', dan '**Perceived Behavioural Control**' diukur berdasarkan **Theory of Behaviour Control** oleh Ajzen (1985; 1991).
- Konstruk '**Perceived Risk**' diukur melalui lima item yang sebelumnya digunakan oleh Slovic (1992).
- Konstruk '**Perceived Trust**' diukur melalui empat item yang dirancang oleh Frewer et al. (1996).

Semua item dalam konstruk dinilai menggunakan skala Likert 5 poin, dengan pilihan mulai dari 1 (**sangat tidak setuju**) hingga 5 (**sangat setuju**).

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua nilai skewness dan kurtosis berada di antara -2 dan 2, yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Uji reliabilitas yang dilakukan mengungkapkan bahwa nilai Cronbach's alpha (α) untuk semua variabel lebih dari 0,7, yang menunjukkan bahwa data tersebut reliabel (Nunnally, 1978).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis data dilakukan dengan **Structural Equation Model (SEM)** menggunakan Amos Graphic. **Confirmatory Factor Analysis (CFA)** dilaksanakan untuk memastikan konsistensi skala dalam mengukur setiap konstruk dan memvalidasi model pengukuran. Konsistensi masing-masing konstruk diuji secara bergantian untuk menghapus item yang tidak memenuhi syarat (Sethi & King, 1994). Dalam analisis ini, tidak ada item yang dihapus karena hasil CFA menunjukkan model yang memiliki kecocokan baik.

Nilai chi-square CFA adalah **695,625** dengan derajat kebebasan **260** ($p < .001$), **Relative chi-square** kurang dari 5, **comparative fit index (CFI) = .941**, **incremental fit index (IFI) = .941**, **standardized root mean square residual (RMR) < .08**, dan **root mean square error of approximation (RMSEA) = .080**, yang menunjukkan kecocokan model yang baik. Setidaknya empat indeks kecocokan terpenuhi, sehingga model dianggap fit (Hair et al., 2017).

Loading faktor dari semua konstruk sama dengan atau lebih besar dari 0,80. Semua loading faktor signifikan pada $p < .001$, dengan nilai t berkisar antara **16,157 hingga 23,847**.

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif dan ukuran terkait untuk konstruk. Validitas konvergen dan reliabilitas konstruk diverifikasi menggunakan CFA. **Reliabilitas komposit** ditampilkan pada diagonal yang ditebalkan, **korelasi (r)** ditampilkan di atas diagonal yang ditebalkan, dan **korelasi kuadrat (R²)** ditampilkan di bawah diagonal yang ditebalkan.

Untuk memenuhi validitas konvergen, **average variance extracted (AVE)** harus lebih besar dari 0,50 untuk semua konstruk (Bagozzi & Yi, 1988). Untuk mencapai validitas diskriminan, korelasi kuadrat (R²) antara sepasang konstruk harus lebih rendah daripada AVE masing-masing konstruk (Fornell & Larcker, 1981). Merujuk pada **Tabel 1**, nilai **average variance extracted (AVE)** untuk semua konstruk lebih besar dari 0,50, menunjukkan validitas konvergen. Selain itu, semua nilai **korelasi kuadrat (R²)** antara sepasang konstruk lebih rendah dari AVE masing-masing konstruk, yang menunjukkan validitas diskriminan.

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Variabel	AVE	AT	SN	PCB	PR	PT	IT
AT	.784	.936	.83	.82	.58	.74	.73
SN	.792	.689	.958	.80	.61	.76	.73

4.2 Pengujian Hipotesis

Tabel 2 menampilkan semua koefisien jalur terstandarisasi dan nilai t dari penelitian ini. Tidak semua hipotesis yang mengajukan hubungan antara atribut terkait perilaku dengan niat untuk bepergian didukung.

- **Hipotesis H1**, yang memproyeksikan hubungan positif antara sikap (**attitude**) dan niat untuk bepergian, didukung dengan hasil menunjukkan koefisien terstandarisasi sebesar **0,254** ($t = 3,129$, $p < 0,05$).
- **Hipotesis H5**, yang memproyeksikan hubungan positif antara kepercayaan persepsi (**perceived trust**) dan niat untuk bepergian, juga didukung dengan hasil menunjukkan koefisien terstandarisasi sebesar **0,504** ($t = 5,723$, $p < 0,05$). Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki signifikansi tertinggi dalam memengaruhi niat pelancong dengan koefisien terstandarisasi **B = 0,504**.

Sebaliknya:

- **Hipotesis H2**, yang memproyeksikan hubungan positif antara norma subjektif (**subjective norm**) dan niat untuk bepergian, **tidak didukung** ($t = 1,755$, $p = 0,079$).
- **Hipotesis H4**, yang memproyeksikan hubungan positif antara risiko persepsi (**perceived risk**) dan niat untuk bepergian, juga **tidak didukung** ($t = 1,552$, $p = 0,121$).
- **Hipotesis H3**, yang memproyeksikan hubungan positif antara kontrol perilaku persepsi (**perceived behaviour control**) dan niat untuk bepergian, juga **tidak didukung** ($t = 0,681$, $p =$

0,496). Kontrol perilaku persepsian merupakan kontributor dengan signifikansi terendah dengan koefisien terstandarisasi $B = 0,086$.

Tabel 2. Uji Hipotesis

Jalur (Paths)	Estimasi Terstandarisasi (Standardized Estimated)	Nilai-t (t- value)	Hipotesis (Hypotheses)
SN → IT	0,155	1,755	Tidak Didukung
PCB → IT	0,086	0,681	Tidak Didukung
AT → IT	0,254	3,129	Didukung
PR → IT	0,118	1,552	Tidak Didukung
PT → IT	0,504	5,723	Didukung

5. Kesimpulan dan Implikasi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah atribut perilaku seperti sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, persepsi risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pelancong untuk bepergian pasca-pandemi. Hubungan hipotesis antara atribut perilaku yang memengaruhi niat pelancong didasarkan pada tinjauan pustaka yang telah disajikan sebelumnya. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan lebih lanjut studi **Theory of Planned Behaviour (TPB)** dengan menyertakan persepsi risiko dan kepercayaan terhadap maskapai penerbangan dan poin kunci di sektor penerbangan, sehingga meningkatkan pemahaman tentang pergeseran perilaku pasca-pandemi.

Hubungan positif antara sikap dan niat untuk bepergian telah teridentifikasi, menunjukkan bahwa kecenderungan psikologis yang diungkapkan melalui evaluasi positif atau negatif pelancong dapat memiliki dampak besar pada rencana mereka untuk bepergian. Sikap mendorong pelancong untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu (Sparks, 2007). Dalam hal ini, kualitas layanan dianggap penting karena merupakan faktor utama dalam membangun sikap positif (Moon & Armstrong, 2020). Maskapai harus menyediakan layanan yang tepat waktu dan responsif, meskipun ini menjadi tantangan karena prosedur, pembatasan, dan praktik perjalanan baru dapat menghambat penyampaian layanan secara tepat waktu. Maskapai perlu mengadopsi sistem layanan proaktif yang menghubungkan dengan pelancong melalui berbagai saluran untuk memberikan pengalaman yang dipersonalisasi secara real-time. Dengan melakukan ini, maskapai diharapkan mampu memberikan layanan berkualitas secara personal sekaligus mematuhi prosedur dan pembatasan baru. Praktik ini pada akhirnya akan meningkatkan sikap positif di antara pelancong, yang pada gilirannya mendorong niat mereka untuk bepergian.

Hubungan signifikan juga ditemukan antara kepercayaan persepsian dan niat untuk bepergian, di mana kepercayaan menjadi faktor paling kuat yang memengaruhi niat pelancong. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan tentang keandalan maskapai dapat secara signifikan meningkatkan niat untuk bepergian. Maskapai harus menampilkan nilai-nilai layanan yang baik, seperti transparansi dan integritas, serta menunjukkan langkah-langkah keamanan dan kebersihan yang memadai untuk membangun kepercayaan pelancong. Menampilkan keterbukaan dan kejujuran melalui informasi yang rinci tentang layanan perjalanan juga dapat meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan pelancong terhadap maskapai.

Sebaliknya, tidak ditemukan hubungan signifikan antara norma subjektif, risiko persepsi, dan kontrol perilaku persepsi dengan niat untuk bepergian. Hal ini dapat dijelaskan oleh menurunnya rasa takut dan persepsi risiko terhadap infeksi selama perjalanan pasca-pandemi (Mertens et al., 2023). Selain itu, pelancong menjadi lebih percaya diri terhadap kemampuan mereka untuk menjalani prosedur perjalanan dan mencapai tujuan mereka. Namun, atribut perilaku ini tetap penting dan tidak boleh diabaikan, karena dapat memengaruhi rencana dan niat untuk bepergian di masa depan.

Melihat temuan ini, rencana pemulihan maskapai harus berfokus pada penyesuaian terhadap perubahan perilaku dan permintaan pelancong. Sistem penerbangan perlu mempertimbangkan tren baru yang muncul, dengan penyesuaian pada produk dan sistem layanan yang memenuhi kebutuhan baru sambil tetap mematuhi prosedur perjalanan. Maskapai yang merespons perubahan ini dapat memanfaatkan peluang untuk mendominasi pasar penerbangan dan memulihkan kondisi perusahaan. Penelitian ini telah membantu maskapai dalam mengembangkan atau mengubah penawaran mereka untuk memenuhi kebutuhan pelancong terbaru. Temuan ini juga memberikan wawasan tentang niat pelancong untuk bepergian, sehingga meningkatkan peluang maskapai dalam memproyeksikan pemulihan industri penerbangan.

6. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, kurangnya analisis antecedent pada variabel independen membatasi kemampuan untuk menganalisis, misalnya, apa yang menyebabkan pelancong memiliki sikap negatif atau kurang percaya terhadap maskapai. Penelitian di masa depan dapat memperluas analisis dengan menyertakan antecedent dalam kerangka penelitian. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada periode pasca-pandemi tanpa menyertakan analisis selama periode pandemi. Akibatnya, perbandingan perilaku pelancong selama pandemi dan pasca-pandemi tidak dapat dilakukan, yang dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang bagaimana perilaku pelancong berubah sepanjang periode pandemi. Fitur-fitur ini mungkin memiliki dampak signifikan pada pembentukan niat pelancong.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Aschwanden, D., Strickhouser, J. E., Sesker, A. A., & et al. (2021). Psychological and behavioural responses to coronavirus disease 2019 (COVID-19): The role of personality. *European Journal of Personality*, 35(1), 51–66. <https://doi.org/10.1002/per.2281>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Borhan, M. N., Ibrahim, A. N. H., & Aziz, A. (2019). Modelling travel behavior using the Theory of Planned Behavior and Structural Equation Model (SEM). *Transportation Research Procedia*, 37, 332–339. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2018.12.195>
- Busser, J. A., & Shulga, L. V. (2019). Involvement in consumer-generated advertising: Effects of organizational transparency and brand authenticity on loyalty and trust. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(4), 1763–1784. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2017-0563>

- Conner, M., Norman, P., & Bell, R. (2003). The theory of planned behavior and healthy eating. *Health Psychology, 21*(2), 194–201. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.21.2.194>
- Duong, H. T., Truong, N. T., & Pan, S. (2022). Destination health risk image and its impacts on travel decision-making during the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management, 25*, 100656. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100656>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Khan, M., Chelliah, S., & Ahmed, S. (2017). Factors influencing destination image and revisit intention among young women travelers: Role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 22*(11), 1139–1155. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1391308>
- Mertens, G., Gerritsen, L., Duijndam, S., Salemink, E., & Engelhard, I. M. (2023). Fear of the coronavirus (COVID-19): Predictors in an online study conducted in March 2020. *Journal of Anxiety Disorders, 74*, 102258. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102258>
- Moon, J., & Armstrong, R. W. (2020). Service quality and satisfaction: The moderating role of consumer attitudes. *Journal of Consumer Marketing, 37*(2), 213–223. <https://doi.org/10.1108/JCM-11-2019-3535>
- Slovic, P. (1992). Perception of risk: Reflections on the psychometric paradigm. In S. Krimsky & D. Golding (Eds.), *Social theories of risk* (pp. 117–152). Praeger.
- Sparks, B. A. (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. *Tourism Management, 28*(5), 1180–1192. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.11.003>
- Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Mohd Shamsudin, M. F., & Aljaberi, M. A. (2021). Corporate social responsibility and consumer loyalty in controversial industry: Mediating role of positive emotions and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services, 60*, 102483. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102483>
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science, 33*(4), 67–76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>
- Wang, S., Fu, X., & Li, M. (2022). Travel constraints and recovery in post-COVID-19 tourism. *Annals of Tourism Research, 94*, 103370. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103370>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management, 81*, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>