

ABSTRACT

The COVID 19 Pandemic situation has had a significant impact on the tourism industry, resulting in a drastic decline in the number of tourists and tourism income globally. The new normal situation has changed travel habits significantly. The COVID-19 pandemic has significantly changed the way people travel, both in terms of travel preparations and experiences while at tourist destinations. Digital applications can help tourists adapt to this new habit by providing accurate and real-time information about the conditions of tourist attractions, applicable health protocols, and online ticket bookings. Research on tourism adaptation models based on digital smartphone applications can help the tourism industry to recover and develop in the new normal era. Digital applications can help increase the efficiency and effectiveness of tourism business operations, as well as attract new tourists by offering a more personalized and integrated travel experience.

This research has two main objectives, first, to analyze the factors that most influence the use of digital smartphone applications as a form of adaptation to travel behavior in the new normal period, and second, to analyze changes in travel behavior as a form of adaptation to travel in the new normal period. . This research combines TAM and TPB to provide a more comprehensive understanding of the behavior of using digital tourism applications during the pandemic. TAM explains factors related to perceived usefulness and ease of application use, while TPB provides a framework that involves psychological and social factors in explaining individual intentions and behavior.

This research uses quantitative methods. Data collection was carried out using digital survey methods, interviews and field observations. The data includes tourism profiles, tourist opinions. The sampling method is purposive sampling, with a sample size of 208 respondents. Data is processed with Smart PLS and SPSS. The results obtained from this research are (1) usability, behavioral control and trust factors are significant factors behind the use of digital smartphone applications by tourists when traveling in the new normal period (2) The pandemic situation has caused changes in behavior in traveling as a form of adaptation from the existing situation which includes how to travel, tourist activities, choice of tourist destinations and the use of services without direct contact via digital applications on smartphones.

Keywords: smartphone, digital applications, intentions, behavior, domestic tourists

ABSTRAK

Situasi Pandemic Covid 19 telah membawa dampak yang cukup signifikan terhadap industri pariwisata yang mengakibatkan penurunan drastis dalam jumlah wisatawan dan pendapatan pariwisata secara global. Situasi new normal telah mengubah kebiasaan berwisata secara signifikan. Pandemi COVID-19 telah secara signifikan mengubah cara orang berwisata, baik dari segi persiapan perjalanan hingga pengalaman saat berada di destinasi wisata. Aplikasi digital dapat membantu wisatawan untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru ini dengan menyediakan informasi yang akurat dan real-time tentang kondisi tempat wisata, protokol kesehatan yang berlaku, dan pemesanan tiket secara online. Penelitian tentang model adaptasi berwisata berbasis aplikasi digital smartphone dapat membantu industri pariwisata untuk pulih dan berkembang di era new normal. Aplikasi digital dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi bisnis pariwisata, serta menarik wisatawan baru dengan menawarkan pengalaman berwisata yang lebih personal dan terintegrasi.

Penelitian ini memiliki dua tujuan utama, yaitu, pertama, untuk menganalisa faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi digital smartphone sebagai bentuk adaptasi perilaku berwisata di masa new normal, dan kedua, untuk menganalisa perubahan perilaku berwisata sebagai bentuk adaptasi berwisata di masa new normal. Penelitian ini menggabungkan TAM dan TPB untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan aplikasi digital pariwisata di masa pandemi. TAM menjelaskan faktor-faktor yang terkait dengan persepsi kegunaan dan kemudahan dari penggunaan aplikasi, sedangkan TPB memberikan kerangka kerja yang melibatkan faktor-faktor psikologis dan sosial dalam menjelaskan niat dan perilaku individu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei digital, wawancara dan observasi lapangan. Data tersebut mencakup profil wisata, pendapat wisatawan, Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel 208 responden. Data diolah dengan Smart PLS dan SPSS. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) faktor kegunaan, kontrol perilaku dan trust merupakan faktor signifikan yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi digital smartphone oleh wisatawan saat berwisata di masa new normal (2) Situasi pandemic telah menyebabkan adanya perubahan perilaku dalam berwisata sebagai bentuk adaptasi dari situasi yang ada yang meliputi cara berwisata, aktivitas berwisata, pilihan destinasi wisata serta penggunaan layanan tanpa kontak langsung melalui aplikasi digital di smartphone.

Kata kunci : smartphone, aplikasi digital, niat, perilaku, wisatawan nusantara