



INTENSITAS TERPAAN INFORMASI REGULASI PEMERINTAH TENTANG PERUBAHAN DURASI KARANTINA DI INDONESIA PADA MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP MINAT BERWISATA KAUM MILLENNIAL KE LUAR NEGERI

Luh Eka Susanti^{1*)}, I Wayan Suadnyana^{2*)}

^{1*)}D3 Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

^{2*)}D4 Manajemen Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Jl. Kecak No.12, Tonja, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80239, Indonesia

^{1*)}ekasusanti@ipb-intl.ac.id, ^{2*)}iwsuadnyana@ipb-intl.ac.id

*Corresponding author

Received: July, 2023

Revised: October, 2023

Accepted: March, 2023

Abstract

As long as Indonesia was exposed with Covid-19 pandemic, government regulations regarding quarantine changes had adjusted several times. The frequency in which the information is published or reported in electronic media has an influence on the interest of millennials to visit abroad. This study aims to identify the effect of the intensity of exposure to government regulatory information regarding quarantine changes, especially in electronic media, on millennial travel interest abroad. The method used is a questionnaire distributed to 38 people (millennials) with purposive sampling technique. Data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) in which the type used is Smart PLS. The relationship between exposure to government regulatory information on changes in quarantine duration (X) and millennial travel interest abroad (Y) is significant with a T-Statistic of 8,214 (> 1.96). The original sample estimate value is positive, which is 0.653 which indicates that the direction of the relationship between exposure to government regulatory information on changes in quarantine duration (X) millennial travel interest abroad (Y) is positive. In other words, there is a positive impact between exposure to information on changes in quarantine and millennials' interest in traveling abroad.

Keywords: *intensity, exposure, interest, travel, millennials*

Abstrak

Selama Indonesia dilanda Pandemi Covid 19, regulasi pemerintah tentang perubahan karantina sudah beberapa kali mengalami perubahan. Seringnya informasi ini dimuat atau diberitakan di media elektronik memberikan pengaruh terhadap minat kaum milenial untuk berkunjung ke luar negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh intensitas terpaan informasi regulasi pemerintah tentang perubahan karantina khususnya pada media elektronik terhadap minat berwisata kaum milenial ke luar negeri. Metode yang digunakan adalah kuesioner yang disebarkan ke 38 orang (kaum milenial) dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) dimana jenis yang digunakan yaitu Smart PLS. Hubungan antara terpaan informasi regulasi

pemerintah perubahan durasi karantina (X) dengan minat berwisata kaum millennial ke luar negeri (Y) adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar 8.214 ($> 1,96$). Nilai original sample estimate adalah positif yaitu sebesar 0.653 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara terpaan informasi regulasi pemerintah perubahan durasi karantina (X) minat berwisata kaum millennial ke luar negeri (Y) adalah positif. Dengan kata lain, terdapat pengaruh yang positif antara terpaan informasi perubahan karantina terhadap minat berwisata kaum milenial ke luar negeri..

Kata kunci: intensitas, eksposur, minat, perjalanan, milenium

1. PENDAHULUAN

Tahun 2020 - 2021, dunia telah dihadapkan pada pandemic global, COVID-19 yang telah memporak-porandakan segala aspek perekonomian, industri, dan bisnis yang mengharuskan masyarakat dunia memasuki yang disebut "A Whole New World" (Fatahillah et al., 2020). Masyarakat dunia telah menghadapi pergeseran industri yang disebut sebagai *Industry Megashifts*. Perubahan yang tidak terbayangkan sebelumnya sehingga masyarakat dunia dipaksa untuk dapat menyesuaikan diri dan beradaptasi dengan perubahan tersebut. Pandemi Covid-19 menimbulkan ketakutan dan kepanikan di masyarakat dunia, tanpa terkecuali masyarakat Indonesia.

Dikutip dari buku *Diskursus Covid-19 dalam Perspektif Komunikasi* (2020), Covid-19 juga menginisiasi munculnya empat poin dalam *Mega Shifts Consumer Behavior*, yakni 1) *Stay At Home Lifestyle* (menyarankan masyarakat agar mencari solusi agar aktivitas bisa dikerjakan di rumah), 2) *Bottom of the Pyramid* (keadaan dimana kebutuhan akan sehat dan selamat menjadi prioritas), 3) *Go Virtual* (mengerjakan segala aktivitas berdasarkan *internet-based*), dan 4) *Emphatic Society* (melahirkan masyarakat yang penuh empati terhadap lingkungan sekitar (Wijayanti et al., 2020).

Pandemi COVID-19 merupakan tantangan kesehatan terbesar dalam sejarah Indonesia (Noviyanti et al., 2021) dimana menyebabkan negara-negara di

dunia menutup segala akses ke dalam dan keluar negara tersebut (*lockdown*). Akses antarnegara ditutup dan dampaknya maskapai penerbangan internasional terpaksa menutup rute. Kondisi ini menjadikan tantangan yang berat bagi industri pariwisata tak terkecuali bisnis perhotelan sebagai imbas dari berkurangnya wisatawan internasional, tingkat okupansi hotel di Indonesia mengalami penurunan yang signifikan. Berdasarkan buku *Trend Pariwisata 2021* yang dikeluarkan oleh Kemenprekrif (Fatahillah et al., 2020), menunjukkan bahwa penurunan dari 56,73% menjadi 28,07% selama periode Juli 2019 - Juli 2020 (turun sebesar 28,66 poin). Penurunan tersebut terjadi hampir merata di beberapa tempat tujuan wisata. Penurunan tertinggi pada destinasi wisata Bali sebesar 59,15 poin, Sulawesi Utara (Manado) sebesar 41,13 poin dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebesar 40,03 poin.

Hal ini mencapai puncaknya pada bulan April 2020 dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu. Hal ini pun berdampak pada pendapatan negara di sektor pariwisata. Pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar serta ditutupnya akses keluar-masuk Indonesia menyebabkan penurunan pendapatan negara di sektor pariwisata yang sangat signifikan.

Parahnya, penurunan wisatawan mancanegara berdampak langsung pada okupansi hotel-hotel di Indonesia. Indonesia pun sempat menutup diri dari akses internasional, menutup semua rute internasional. Namun kabar baik mulai dirasakan pada tahun 2021, dimana penerbangan internasional dibuka kembali khususnya untuk pulau Bali. Dimana, wisatawan baik mancanegara maupun domestik diijinkan untuk melakukan perjalanan ke luar negeri.

Untuk mencegah penularan virus ini dan varian barunya, ditetapkan regulasi pemerintah tentang aturan karantina dan durasinya. Salah satu pasal di dalamnya mengatur tentang wisatawan yang pulang berwisata dari luar negeri wajib untuk melakukan karantina di tempat yang telah ditunjuk dan ditetapkan pemerintah. Hanya saja, durasi karantina yang ditetapkan mengalami perubahan yang tidak konsisten. Adapun beberapa Surat Keputusan Ketua Satgas Penanganan Covid-19 Nomor 12, 13, 14 Tahun 2021, serta Surat Keputusan Ketua Satgas Penanganan Covid-19 Nomor 1, 2, 3 Tahun 2022 yang mengatur tentang Pintu Masuk (Entry Point), Tempat Karantina dan Kewajiban RT-PCR Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan Internasional. Selain SK tersebut, terdapat pula Revisi Surat Edaran Satuan Tugas no 23 Tahun 2021 dan Satuan Tugas no 26 Tahun 2021 dimana salah satu pasalnya menyebutkan tentang tempat dan durasi karantina yang berubah-ubah. Terdapat 2 jenis durasi karantina tergantung dari negara mana Pelaku Perjalanan Luar Negeri (PPLN) yakni karantina dari negara asal dengan eskalasi kasus positif Covid-19 rendah tinggi.

Ketidakkonsistensian ini dikarenakan durasi karantina yang berubah-ubah,

misal dari 14 hari, kemudian menjadi 10 hari, dirubah kembali menjadi 7 hari dan kembali menjadi 10 hari, kemudian menjadi 5 hari dan per Maret tahun 2022 menjadi 0 karantina alias tanpa karantina. Informasi di berbagai media elektronik pun juga memicu kebingungan dan berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berwisata. Sikap yang diambil pemerintah inilah yang menjadi awal kebingungan wisatawan domestik untuk melakukan perjalanan ke luar negeri. Hal ini tidak hanya dirasakan oleh wisatawan mancanegara namun juga bagi wisatawan domestik, terutama kaum milenial dimana *travelling* sudah menjadi rutinitias dan bagian dari gaya hidup mereka. Setiap hari, masyarakat khususnya kaum milenial ini terpapar informasi terkait durasi karantina yang berubah-ubah.

Banyak media elektronik yang memaparkan informasi terkait durasi karantina yang berubah-ubah. Media elektronik yang dimaksud adalah segala pemberitaan yang dimuat dalam portal web yang berbasis internet, sehingga dimanapun berada, informasi dapat diakses dengan mudah (Kholisoh, 2018). Berkembangnya teknologi internet ini dapat mengubah beragam aspek kehidupan secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat masyarakat terhadap sesuatu (Karmila, 2020). Setiap hari jutaan masyarakat Indonesia khususnya kaum milenial selalu mengakses media elektronik terlebih lagi terkait pemberitaan tentang durasi karantina yang hampir selalu menjadi sorotan. Masyarakat "milenial" adalah masyarakat yang haus akan informasi untuk menciptakan suatu nilai tambah yang dinamis melalui jejaring informasi. Hal ini lah yang menyebabkan perkembangan globalisasi ekonomi,

dimana salah satu fenomena penting akan proses globalisasi menjadi awal lahirnya generasi *gadget*, yang kemudian istilah ini yang digunakan untuk menandai munculnya generasi *millennial* (Telaumbanua, 2019).

Selain itu, peran media massa sangat penting dalam memberi informasi kepada masyarakat dan sekaligus dapat menggiring pandangan mereka terhadap suatu persoalan (Nurfitriana, 2021). media massa merupakan sebuah kekuatan yang sangat diperhitungkan. Dalam berbagai analisis tentang kehidupan sosial, ekonomi dan politik, media sering ditempatkan sebagai variabel kunci. Pemberitaan di media elektronik ini yang memberikan informasi terkait durasi karantina di Indonesia, malah memberikan dampak negatif terhadap perkembangan pariwisata (Semara & Lestari, 2021).

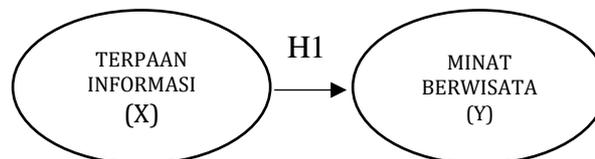
Keinginan dan motivasi untuk berlibur atau bepergian ke luar negeri

tidak sejalan dengan perubahan yang tidak pasti tentang durasi karantina sebab ketika pulang kembali dari negara tujuan, karantina sudah didepan mata. Hal yang tidak pasti adalah terkait durasi karantina yang juga berujung pada finansial karena biaya karantina akan ditanggung secara mandiri oleh Pelaku Perjalanan Luar Negeri (PPLN). Fenomena inilah yang menarik untuk dikaji lebih dalam terkait intensitas terpaan informasi tentang durasi karantina di indonesia pada media elektronik terhadap minat berwisata kaum millennial ke luar negeri.

Hal senada juga diungkapkan dalam penelitian lain yang menjelaskan bahwa untuk bepergian atau mengunjungi suatu tempat wisata dapat saja merupakan kombinasi dari beberapa jenis motivasi (Utama, 2013).

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: Terpaan informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata.



Gambar 1: Kerangka Konsep Model Penelitian

2. METODE

Rancangan penelitian dibuat untuk mengetahui latar belakang permasalahan yang sedang dihadapi, konsep dasar pemikiran yang dijadikan acuan, pendekatan-pendekatan yang dipergunakan, hipotesis atau dugaan sementara yang diajukan untuk menjawab permasalahan, teknik pengambilan atau pengumpulan data yang dipakai, dan analisis data statistik yang dipergunakan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini dapat

diklasifikasikan sebagai penelitian *explanatory research* yaitu penelitian yang mencoba menjelaskan suatu pokok permasalahan dan terdapat sebuah pengujian hipotesa serta melakukan analisis dari data yang diperoleh (Sumarni dan Wahyuni, 2006:52). Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh terpaan informasi regulasi pemerintah perubahan durasi karantina terhadap minat wisata kembali kaum millennial ke luar negeri.

Penelitian ilmiah perlu didukung oleh bahan-bahan penelitian yang relevan, akurat, dan terpercaya sehingga dibutuhkan pengumpulan data yang baik. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain Kuesioner dimana pengukuran Skala Likert diukur dengan urutan skala, Skala Pengukuran Persepsi Responden (Skala Likert 1 s.d 5) 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Cukup setuju 4 = Setuju 5 = Sangat setuju Pemilihan skala 1-5 dimaksudkan untuk memudahkan responden untuk memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan. Penelitian ini menggunakan metode SEM (Structural Equation Modeling). Jenis Structure Equation Modeling (SEM) yang digunakan yaitu Smart PLS. Smart PLS adalah salah satu metode non parametrik statistika SEM yang menggunakan varian yang tidak didasarkan banyak hipotesis namun dapat melakukan analisis jalur dengan variabel laten (tak terukur langsung). Dalam PLS (Partial Least Square) metode kajian yang dilakukan adalah analisis outer model untuk menentukan validitas data, melihat validitas diskriminan, memastikan apakah data sudah reliabel dan menentukan nilai cronbach's alpha. Selanjutnya dilakukan analisis inner model dimana model ini diukur dengan melihat nilai atau besarnya R-square

untuk variabel dependen, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter model struktural kemudian tahapan selanjutnya adalah uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi data

Populasi dalam penelitian ini adalah kaum milenial mahasiswa Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional (IPB Internasional) Denpasar, jurusan DIV Manajemen Perhotelan berjumlah 100 mahasiswa. Dimana dari populasi ini yang diambil sebagai sampel sebanyak 38 orang yang berusia rata-rata 20 - 25 tahun. Rancangan pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* dimana elemen dari setiap populasi tidak memiliki kemungkinan mengikat untuk dipilih sebagai objek sampel. Untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana sampel diambil adalah tipe responden tertentu yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, hal ini bisa jadi karena mungkin hanya mereka yang memiliki informasi atau hanya mereka yang mengetahuinya dan memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016).

3.2 Hasil Uji

Convergent Validity

Tabel 1. *Outer Loading* Variabel Terpaan Informasi
[Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 3.0, 2022]

	X	Y
X1	0.894	
X2	0.895	
X3	0.903	
X4	0.853	
Y1		0.896
Y2		0.712
Y3		0.805
Y4		0.806

Tabel 1 memperlihatkan bahwa hampir semua nilai *outer loadings* dari masing-masing butir pernyataan terpaan informasi (X) dan minat wisata kembali ke luar negeri lebih dari 0.70 yang menunjukkan instrumen terbukti valid.

Dari hasil analisa *outer loading* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk dari penelitian ini sebagian besar nilai *outer loading* lebih dari 0,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan mempunyai nilai *convergent validity* yang baik.

Composite Reliability

Tabel 2. Composite Reliability Variabel

VARIABEL	Composite Reliability
Terpaan Informasi (X)	0.936
Minat Wisata Kembali (Y)	0.882

[Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 3.0, 2022]

Composite reliability dapat dinyatakan baik jika nilainya ≥ 0.70 . Nilai dari *Composite reliability* untuk semua variabel baik variabel Terpaan Informasi (X) maupun variabel Minat Wisata

Kembali (Y) pada tabel 2 dapat dikatakan memiliki model variabel realibilitas yang baik karena nilai yang lebih besar dari 0.70.

Cronbach's Alpha

Tabel 3. Cronbach's alpha Variabel
[Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 3.0, 2022]

VARIABEL	Cronbach's Alpha
Terpaan Informasi (X)	0.909
Minat Wisata Kembali (Y)	0.823

Nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel 3 mempunyai nilai lebih besar dari 0.70.

Sehingga dapat dikatakan seluruh variabel *reliable*.

AVE (Average Variance Extracted)

Tabel 4. Nilai AVE Variabel
[Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 3.0, 2022]

VARIABEL	AVE
Terpaan Informasi (X)	0.786
Minat Wisata Kembali (Y)	0.652

Setelah pengolahan data dilakukan, nilai AVE dari setiap variabel dapat dilihat

di tabel diatas dapat dinyatakan *reliable* karena nilai AVE lebih besar dari 0,50.

Analisis R-Square

Tabel 5. Nilai R-Square Model
[Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 3.0, 2022]

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Pengaruh Terpaan Informasi terhadap Minat Wisata Kembali	0.427	0.411

Terlihat dari tabel 5 diatas bahwa pengaruh terpaan informasi terhadap minat wisata kembali memperlihatkan nilai R-Square 0.427 dan bisa dikatakan bahwa variabel minat wisata kembali

kaum millennial ke luar negeri mampu dijelaskan oleh variabel terpaan informasi regulasi pemerintah tentang perubahan durasi karantina sebesar 42,7%.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil *Path Coefficient*
[Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 3.0, 2022]

	O	M	ST DEV	T Statistics	P Values
X -> Y	0.653	0.677	0.080	8.214	0.000

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara terpaan informasi regulasi pemerintah perubahan durasi karantina (X) dengan minat wisata kembali kaum millennial ke luar negeri (Y) adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar 8.214 ($> 1,96$). Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.653 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara terpaan informasi regulasi pemerintah perubahan durasi karantina (X) dengan minat wisata kembali kaum millennial ke luar negeri (Y) adalah positif. Dengan demikian hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terpaan informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata kembali diterima.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat

disimpulkan bahwa terpaan informasi regulasi pemerintah perubahan durasi karantina mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap kunjungan kembali berwisata kaum millennial ke luar negeri. Artinya setiap terjadi peningkatan pada terpaan informasi regulasi pemerintah perubahan durasi karantina maka akan diikuti pula dengan peningkatan terhadap minat berwisata kembali kaum millennial ke luar negeri dan sebaliknya.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih untuk semua pihak yang telah memberikan sumbangsih terhadap penelitian ini, diantaranya kaum milenial yang kami ambil secara random sebagai sample, pihak LPPPM dan dosen-dosen IPB Internasional yang memberikan saran dan referensi terkait untuk kemajuan dan perbaikan dari artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatahillah, Y. F., Hanifah, A. R. I., Arrasy;, A. A., Swesti, W., Pajriyah, A. N., Yatimah, N., Razaq, S., & Bachtiar, N. (2020). *Tren Industri Pariwisata 2021* (Y. F. Fatahillah, A. R. I. Hanifah, A. A. Arrasy;, W. Swesti, A. N. Pajriyah, N. Yatimah, S. Razaq, & N. Bachtiar (eds.)). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Fuadah, S. (2020). *Respon Kognitif, Afektif dan Konatif Jamaah Gereja Stasi St. Benediktus terhadap Tayangan Aksi Terorisme Surabaya di Youtube*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Karmila, S. (2020). *Hubungan Terpaan Informasi Makanan pada Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Makan pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara*. Unversitas Sumatera Utara.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5).
- Luthfiani, F. A., & Amri, A. (2018). Persepsi dan Ekspektasi Mahasiswa terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi (Studi pada Mahasiswa Baru Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(1), 707–718. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Noviyanti, D. A., Sari, I. K., Saputri, R., Parasian, W., Subekan, A., Hariyanto, E., & Darono, A. (2021). *Merekam Pandemi Covid-19 dan Memahami Kerja Keras Pengawal APBN*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Nurfitriana, S. C. (2021). *Pengaruh Terpaan Informasi Pertambahan Jumlah Korban Covid-19 di Kompas TV Terhadap Kecemasan Masyarakat*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Rosalina, P. D., Susanti, L. E., & Paramitha, M. W. (2019). Preferensi Wisatawan Milenial Nusantara Pada Daya Tarik Wisata Swafoto Di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.22334/jihm.v10i1.156>
- Semara, I. M. T., & Lestari, D. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Pandemi Covid-19 Terhadap Loyalitas Wisatawan Berwisata dengan Minat Verkunjung sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Industri Perjalanan Wisata*, 9(2), 258–268.
- Telaumbanua, T. (2019). Kaum Milenial dan Kebudayaan Nias: Di Persimpangan Jalan. *Jurnal Sundermann*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.36588/sundermann.v1i1.19>
- Utama, I. G. B. R. (2013). Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia. *Seminar Nasional SPACE I, 2021*(June), 0–12. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1010.7044>
- Wijayanti, Y. T., Handini;, & Attaymini, R. (2020). *Diskursus Covid-19 Dalam Perspektif Komunikasi* (F. Nurudin; Santoso, Didik; Junaedi (ed.)). MBridge Press.
- Surat Keputusan Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pintu Masuk (Entry Point), Tempat Karantina dan Kewajiban RT PCR Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan Internasional, (2021).
- Surat Keputusan Nomor 13 Tahun 2021 tentang Pintu Masuk (Entry Point), Tempat Karantina dan Kewajiban RT PCR Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan Internasional, (2021).
- Surat Keputusan Nomor 14 Tahun 2021 tentang Pintu Masuk (Entry Point), Tempat Karantina dan Kewajiban RT PCR Bagi Warga Negara Indonesia Pelaku Perjalanan Internasional, (2021).

Surat Keputusan Nomor 1 Tahun 2022
tentang Protokol Kesehatan
Perjalanan Laur Negeri Pada Masa
Pandemi Corona Virus Disease 2019
(Covid-19), (2022).

Surat Edaran Nomor 2 Tahun 2022
tentang Protokol Kesehatan
Perjalanan Laur Negeri Pada Masa
Pandemi Corona Virus Disease 2019
(Covid-19), (2022).

Surat Keputusan Nomor 3 Tahun 2022
tentang Protokol Kesehatan
Perjalanan Laur Negeri Pada Masa
Pandemi Corona Virus Disease 2019
(Covid-19), (2022).

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016).
Research Methods for Business.
United Kingdom: John Wiley & Ons
Ltd.

Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni.
2006. Metodologi Penelitian Bisnis.
Yogyakarta : ANDI.