

**KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
TOURIST INFORMATION COUNTERS DI JALAN PADMA UTARA
LEGIAN, KUTA**

I Gusti Ayu Eka Suwintari, Dosen STPBI

ABSTRACT

The aim of this research are: 1) to know the level of tourists satisfaction toward the quality service of tourist information counters (TICs) at Padma Utara street, Legian, Kuta, 2) to know the influence of the factors regarding tourist satisfaction to improve the quality service of TICs at Padma Utara street, Legian, Kuta. The observed factors are tangibility (F1) through four variables, reliability (F2) through three variables, responsiveness (F3) through six variables, assurance (F4) through four variables, and empathy (F5) through three variables.

This research was conducted in TICs at Padma Utara street, Legian, Kuta. In this research, there were 100 respondents selected as a sample using accidental sampling method. Data was collected by using questioners distributed to the tourists who were trying the product in TICs. The collected data was analyzed by confirmatory factor analysis with SPSS program version 19.0.

The research findings are: 1) the level of tourists' satisfaction toward the quality service is generally satisfied enough, 2) the five factors in this research have their own influence towards tourist's satisfaction on tourist satisfaction, in which the empathy factor is the most influencing factor toward guest satisfaction and reliability factor is improved. Based on the research findings, it is suggested that the TICs management needs to improve their quality service of the staff and the understanding of the characteristic of the tourists. The TICs is not only counter and communication facilities (tangible), but there are other element factors influence tourist satisfaction, such as attitude and personality of the staff when serving the tourists like knowing the customers' name and smiling when serving them.

Key Word: Tourist Satisfaction, The Quality Service, TICs

I. Pendahuluan

Pelayanan informasi sangat berpengaruh pada penilaian masyarakat dan pengguna jasa yang pada akhirnya mendorong tetap terjaganya citra atau nama baik perusahaan bahkan menambah jumlah pelanggan. Salah satu faktor yang penting menjaga reputasi perusahaan adalah mutu pelayanan. Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang dilayani maupun orang yang melayani. Sedangkan mutu pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk/jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk/jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan

harapan orang yang dilayani (Endar Sugiarto, 2002).

Di kantong-kantong pariwisata di Bali seperti Sanur, Kuta, Ubud terdapat banyak *tourist information counters* (yang selanjutnya disebutkan sebagai TICs) yang tugasnya memberikan pelayanan informasi kepada wisatawan, namun peranan mereka kurang mendapat perhatian. Sehari-hari, banyak sekali wisatawan yang mencari informasi dan tempat yang umumnya dicari adalah TICs. Mengamati operasional TICs, banyak jasa informasi wisata ini hadir sebagai bagian dari usaha biro perjalanan. Namun, ada juga TICs yang awalnya merupakan jasa sosial, kemudian dikembangkan menjadi biro perjalanan yang berorientasi pada keuntungan, selalu mengharapkan profit dari usaha yang

mereka keluarkan. Profit tersebut di samping digunakan untuk eksistensi dan ekspansi perusahaan.

Terciptanya kualitas pelayanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Adapun keluhan-keluhan yang dilihat antara lain seperti kurang nyamannya tempat, karena kondisi fisik bangunan TICs yang kecil, pelayanan yang cukup lama karena harus menunggu konfirmasi lanjut dari pihak lain, kurang

sopannya petugas TICs dalam menyapa wisatawan, tidak *reconfirm* pemesanan kepada pihak perusahaan, adanya keterlambatan penjemputan dari pihak perusahaan, serta kurangnya kerapian petugas dalam bekerja.

Berdasarkan hal tersebut diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan pada TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor pelayanan yang perlu mendapat prioritas dalam usaha memberikan kepuasan wisatawan sekaligus dapat meningkatkan pelayanan pada TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta.

Berikut diuraikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang

relevan dengan penelitian ini, khususnya tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Wong dan Mckercher (2011), meneliti tentang pengetahuan petugas TIC seperti seorang *Brokers*. Kasus studi ini dilakukan di Macau. Petugas TIC merupakan kunci sumber informasi kepada wisatawan. Hasil penelitian menemukan pengaruh kualitas informasi yang diberikan dengan petugas TIC. Petugas TIC memerlukan pengetahuan yang luas seperti halnya seorang *brokers*, yaitu mengembangkan penjelasan tentang suatu produk alam menjadi menarik.

Arisa (2011), meneliti tentang mengenai bagaimanakah tingkat kepuasan wisatawan mancanegara terhadap kualitas pelayanan *tourist information center* (TIC) di Yogyakarta. Penelitian ini

menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif dengan didukung data-data kualitatif. Sampel penelitian diambil dengan cara *accidental sampling*. Data penelitian diambil dengan cara observasi, kuesioner dan wawancara mendalam. Analisis data di lihat dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatwan mancanegara yaitu 91,05 sedangkan kinerja pelayanan terdapat pada level sangat baik. Peningkatan kualitas SDM dan tersedianya fasilitas yang memadai kelak diharapkan dapat lebih meningkatkan peranan TIC dalam penyampaian informasi bagi para wisatawan mancanegara.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, persamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti tentang kepuasan wisatawan terhadap pelayanan jasa. Akan tetapi pada penelitian ini, yang akan dikaji lebih mendalam yaitu kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICs di Jalan Padma Utara, Legian Kuta. Selanjutnya akan dianalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pada TICs serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan guna meningkatkan pelayanan pada TICs di Jalan Padma Utara, Legian Kuta.

Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan TICs, perlu untuk diteliti guna meningkatkan citra pariwisata Bali pada umumnya, dan pariwisata di kawasan Legian

pada khususnya. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, para pengelola TICs dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kajian Teori

a. *Tourist information* merupakan pusat informasi pariwisata yang memberikan informasi kepada wisatawan mengenai lokasi, atraksi, penginapan, pusat hiburan, peta dan segala sesuatu mengenai pariwisata di daerah tersebut. Biasanya pusat-pusat informasi pariwisata ini berlokasi di bandara, tempat-tempat wisata ataupun dikelola oleh pemerintah atau swasta (en.wikipedia.org/wiki/Visitor_center).

b. Faktor – Faktor Tourist Information Centers (TIC's)

Salah satu faktor penting yang terdapat dalam usaha TICs adalah tenaga kerja. Dengan tenaga kerja yang andal, TICs dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang pada akhirnya keuntungan akan mengalir dari wisatawan. Oleh karena itu, petugas TICs harus memenuhi kriteria sebagai berikut (Desky, 2001:21):

1. Minimal harus menguasai bahasa Inggris, karena semua korespondensi dilakukan dalam bahasa Inggris.
2. Harus berpenampilan rapi. Dengan kerapian dapat menumbuhkan kepercayaan diri dan kwibawaan petugas. Usaha TICs bertumpu pada kepercayaan orang lain.
3. Mempunyai disiplin tinggi, baik disiplin waktu maupun bekerja. Apabila terjadi

keterlambatan sedikit akan menimbulkan masalah.

4. Mempunyai sifat ramah, luwes, dan tidak kaku karena fungsi TICs adalah memberikan pelayanan. Jika pelayanan di TICs kaku atau kurang luwes, wisatawan tidak mau menggunakan jasa TICs.
5. Cermat, teliti, dan tidak ceroboh. Dalam bekerja harus meminimalisir kesalahan.
6. Mempunyai pengetahuan dan wawasan kepariwisataan. Pengetahuan dan wawasan kepariwisataan sangat penting guna mendukung pekerjaan sehingga dapat memberikan informasi yang tepat dan akurat.

c. Penawaran dan Permintaan

penawaran dan permintaan pariwisata, teori motivasi, dan teori kualitas pelayanan. Menurut Schiffman-Kanuk (dalam Arief, 2007: 134), konsep kualitas pelayanan dapat dipahami melalui *customer behavior* (perilaku pelanggan), yaitu suatu perilaku yang dimainkan oleh pelanggan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan wisatawan. Kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja (hasil) produk terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang.

d. Travel Agent: Dalam keputusan menteri pariwisata, pos dan telekomunikasi nomor: KM.10/PW.102/MPPT-93 tentang ketentuan usaha biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata, gerai jual atau *sales counter* adalah unit usaha biro perjalanan wisata yang hanya melakukan bagian tertentu dari kegiatan kantor pusat.

Metodelogi Penelitian

Untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta digunakan nilai rata-rata jawaban responden dan dibuatkan *class interval* untuk membuat kisaran tingkat kepuasan. Analisis faktor dilakukan dengan mengukur variabel-variabel yang berjumlah 20

buah menggunakan skala *likert* lima tingkatan. Analisis faktor ini menggunakan bantuan *software SPSS 19.0 for windows*. Sampel wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang wisatawan yang diambil dengan metode *accidental sampling* yang merupakan salah satu penarikan sampel *non-probability*. Dalam penelitian ini ditentukan yang dijadikan sampel adalah wisatawan yang sudah pernah menggunakan produk dan pelayanan TICs di sepanjang kawasan wisata Jalan Padma Utara, Legian, Kuta. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan analisis faktor konfirmatori yang kemudian hasilnya dijabarkan secara deskriptif kualitatif.

Penelitian ini dilakukan pada TICs di sepanjang kawasan wisata Jalan Padma Utara, Legian, Kuta. Berdasarkan TICs yang ada di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta terdapat 13 TICs yaitu: K.W tour, Wahyu tour, DeJa-vu tour, Sari Bunga Wangi car rental and tour service, MBA tour, Kuta Centre tour, Made tour, Magnum tour & adventure, Bali Fun tour, Bali tour, Riasta tour, BCS tour, dan Kantee tours.

Pembahasan

Karakteristik responden dapat dilihat bahwa dari 100 responden lebih banyak responden berjenis kelamin laki-laki: berdasarkan umur, berumur 41 sampai dengan 50 tahun: berdasarkan asal negara yaitu Australia; berdasarkan jumlah kunjungan paling banyak, 2 kali dan berdasarkan tujuan berkunjung adalah untuk liburan. Hal ini

menunjukkan bahwa rata-rata yang menikmati pelayanan di TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta adalah berusia matang dan mapan.

Berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden untuk masing-masing variabel dari kelima faktor, kemudian dimasukkan ke dalam kategori tingkat kepuasan wisatawan, maka di dapat hasil sebagai berikut: Variabel penampilan petugas TICs, variabel menghindari kesalahan ketika memberikan pelayanan, dan variabel sikap pada saat melayani ada pada level tidak puas. Hal ini dikarenakan masih ada petugas TICs yang tidak menggunakan seragam/identitas perusahaan, hanya beberapa TICs yang menggunakan seragam/identitas perusahaan, masalah penjemputan dihotel yang tidak sesuai dengan jadwal dan tidak mengecek kembali pemesanan tamu

kepada pihak akomodasi, dan kurang sopannya petugas TICs dalam melayani tamu.

Variabel yang berada pada level kurang puas antara lain variabel pelayanan yang tepat waktu, nampak profesional dalam memberikan pelayanan, pengetahuan petugas TICs yang luas, dan memberi perhatian terhadap permintaan wisatawan berdasarkan pengamatan di lapangan terlihat bahwa pengetahuan dan sikap petugas TICs belum maksimal sehingga pelayanan yang diberikan tidak prima. Variabel-variabel yang berada pada level cukup puas terdapat sejumlah 10 variabel sehingga masih banyak hal yang perlu mendapatkan perhatian dari pengelola TICs seperti: bangunan *counters*, fasilitas komunikasi, kelengkapan peta dan brosur, menghargai wisatawan,

membantu wisatawan dengan cekatan, menggunakan bahasa tubuh, bahasa yang digunakan jelas serta mudah dimengerti, jujur dan bersih dalam melayani, keamanan saat dilayani, mengetahui nama wisatawan.

Variabel memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan, variabel pelayanan yang cepat dan efisien, dan variabel tersenyum dalam melayani ada pada level puas. Berdasarkan pengamatan langsung di lapangan petugas TICs sangat ramah dalam melayani wisatawan dengan selalu tersenyum saat ada wisatawan yang datang ke *counters*.

Secara umum tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICS di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta ada pada level cukup puas dengan nilai rata-rata 2,6. Berdasarkan analisis faktor

konfirmatori, kelima faktor tersebut diatas ditentukan variabel-variabel atau komponen penyusunnya yang dapat teramati, sehingga nilai skor faktor ditentukan oleh komponen-komponen penyusun faktor.

Hasil analisis faktor *tangibility* diatas dapat diinterpretasikan bahwa dari keempat variabel pembentuk faktor *tangibility*, variabel penampilan petugas TICs paling berpengaruh terhadap faktor *tangibility*, diikuti oleh variabel bangunan *counters*, kelengkapan dan kebersihan peta/brosur dan yang dipertahankan adalah fasilitas komunikasi.

Hasil analisis faktor *reliability* di atas dapat diinterpretasikan bahwa dari ketiga variabel pembentuk faktor *reliability*, variabel memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan berpengaruh pada

faktor *reliability*, diikuti oleh variabel pelayanan yang tepat waktu dan variabel menghindari kesalahan ketika memberikan pelayanan harus terus dipertahankan bahkan lebih ditingkatkan.

Hasil analisis faktor *responsiveness* diatas dapat diinterpretasikan bahwa dari keenam variabel pembentuk faktor *responsiveness*, variabel menghargai wisatawan berpengaruh paling besar pada faktor *responsiveness*, diikuti oleh variabel pelayanan yang cepat dan efisien, menggunakan bahasa tubuh, nampak profesional dalam memberikan pelayanan, membantu wisatawan dengan cekatan dan variabel sikap pada saat melayani harus terus dipertahankan bahkan lebih ditingkatkan.

Hasil analisis faktor *assurance* diatas dapat diinterpretasikan bahwa

dari keempat variabel pembentuk faktor *assurance*, variabel bahasa yang digunakan jelas, mudah dimengerti berpengaruh paling besar, diikuti oleh variabel pengetahuan petugas TICs yang luas, variabel keamanan saat dilayani dan variabel jujur dan bersih dalam melayani harus dipertahankan bahkan lebih ditingkatkan.

Hasil analisis faktor *emphaty* diatas dapat diinterpretasikan bahwa dari ketiga variabel pembentuk faktor *emphaty*, variabel mengetahui nama wisatawan berpengaruh paling besar pada faktor *emphaty*, diikuti oleh variabel tersenyum dalam melayani dan variabel memberi perhatian terhadap permintaan wisatawan harus dipertahankan bahkan lebih ditingkatkan. Hasil analisis faktor kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICs di

Jalan Padma Utara, Legian Kuta, menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki pengaruhnya sendiri. Dari kelima faktor pembentuk kepuasan wisatawan, faktor *emphaty* berpengaruh paling besar dari faktor kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta, diikuti oleh faktor *tangibility*, faktor *assurance*, faktor *responsiveness*, dan yang harus dipertahankan bahkan ditingkatkan adalah faktor *reliability*.

II. Simpulan

Temuan dari penelitian ini adalah: (1) Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta berada pada kategori cukup puas dengan nilai rata-rata 2,6. Sebanyak tiga variabel (penampilan petugas TICs,

menghindari kesalahan ketika memberikan pelayanan, dan sikap dalam melayani) pada kategori tidak puas; empat variabel (pelayanan yang tepat waktu, nampak profesional dalam memberikan pelayanan, pengetahuan petugas TICs yang luas, dan memberi perhatian terhadap permintaan wisatawan) pada kategori kurang puas; sepuluh variabel (bangunan counters, fasilitas komunikasi, kelengkapan dan kebersihan peta/brosur, menghargai wisatawan, membantu wisatawan dengan cekatan, menggunakan bahasa tubuh, bahasa yang digunakan mudah/jelas dimengerti, jujur dan bersih dalam melayani, keamanan saat dilayani, dan mengetahui nama wisatawan) pada kategori cukup puas; dan tiga variabel (memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan, pelayanan

yang cepat dan efisien, serta tersenyum dalam melayani) berada pada kategori puas, (2) Kelima faktor yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* memiliki pengaruh masing-masing dalam menentukan kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan TICs di Jalan Padma Utara, Legian, Kuta. Faktor yang

berpengaruh paling besar adalah faktor *emphaty*, diikuti oleh faktor *tangibility*, faktor *assurance*, faktor *responsiveness*, dan faktor *reliability*. Hal ini disebabkan karena *emphaty* yang merupakan hal yang paling penting dalam usaha pelayanan informasi khususnya budaya pelayanan yang kuat fokus pada melayani dan memuaskan konsumen.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Ardika, I Wayan. 1993. Dampak Pariwisata terhadap Situs dan Peninggalan Arkeologi di Bali. Laporan Penelitian. Universitas Udayana.
- Arief, Muhktosin. 2002. Marketing Mix: Aplikasinya dalam Perusahaan Jasa. Makalah diseminarkan pada Seminar Ilmiah di Graha Lukisan TMII, Jakarta.
- Arisa, S.pd. 2011. Tingkat Kepuasan Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Pelayanan Informasi di *Tourist Information Center* (TIC) Provinsi DIY. (tesis). Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada.
-, 2005. Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Elemen Marketing Mix. IMAGE Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi, vol. 1, No. 3.
-, 2007. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Penerbit Bayumedia. Jakarta.
- Eichhorn, Victoria, dkk. 2007. *Enabling DisableTourist? Accessibility Tourism Information Schemes*. United Kingdom. University of Surrey.
- Fitzsimmons, James A, Fitzsimmons Mona. 1994. *Service Management for Competitive Advantage*. USA: McGraw Hill, Inc.
- Fodness, Dale and Brian Murray. 1998. *A Typology of Tourist Information Search Strategies*. Journal of Travel Research. Vol. 37, No. 2, pp.108-119.
-, 1997. *Tourist Information Search*. Annals of Tourism Research. Vol. 24. No. 3. pp. 503-523.
-, 1999. *A Model of Tourist Information Search Behavior*. Journal of Travel Research. Vol. 37. No. 3. pp. 220-230.
- Gunn, C. A. 1988. *Tourism Planning. Basic Concepts Cases*. Washington: Tailor and Francis.
- Gursoy, Dogan and Ken W. McCleary. 2004. *An Integrative Model of Tourist's Information Search Behavior*. Annals of Tourism Research. Vol. 31. No. 2. pp. 353-373.

- Gronroos, Christian. 1984. *A Service Quality Model and Its Marketing Implications*. European Journal Marketing, Vol. 18, No. 4, pp 35-44.
-, 1999. *Internationalization Strategies for Service*. Journal of Service Marketing, Vol. 13, No. 4/5, pp. 290-297.
- Hutt, M.D. and T.W. Speh. 2004. *Business Marketing Management: A Strategic View of Industrial and Organizational Markets*, 8th edition. Mason, Ohio: South-Western.
- Inskip, Edward. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold. New York.
- Kanca, I Nyoman. 2009. *Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Pelayanan Informasi Pada Tourist Information Center Dinas Pariwisata Kota Denpasar (tesis)*: Universitas Udayana.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas Jilid I. PT. INDEKS. Jakarta.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 1996. *Principles of Marketing*, 7th Edition. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Li, Zhi, Yeong-Hyeon Hwang, and Daniel R. Fesenmaier. 2000. *The Influence of Information Provided by Tourist Information Centers on Travel Behavior*. National Laboratory for Tourism and eCommerce. Departement of Leisure Studies. University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Lovelock, Christopher. 1994. *Service Marketing People, Technology, Strategy*, 4th Edition. USA: Prentice Hall.
-, Christopher. 2001. *Product plus: How Product + Service = Competitive Advantage*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Lovelock, Christopher and G.S. Yip. 1996. *Developing Global Strategies for Service Business*. Journal California Management Review, Vol. 38, No. 2 (Winter), pp. 64-66.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran Edisi Empat*, Jilid 2. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Middleton, Victor. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. Heinemann Professional Publishing.

....., 1993. *The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service*.
Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 21, No. 1, pp. 1-12.

Zeithaml, Valerie & Marry J. Bitner. 1996. *Service Marketing*. NJ: McGraw Hill
Co.

Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor:
KM.10/PW.102/MPPT-93 tentang Ketentuan Usaha Biro Perjalanan
Wisata

Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

_____, en.wikipedia.org/wiki/Visitor_center. Pengertian *Tourist
Information*. 03 Juni 2011.

_____, www.pembkabbadung.com. Sejarah Kabupaten Badung. 03 Januari
2012.

_____, www.mapbali.com. Peta Bali dan Legian. 17 Januari 2012.