

# PERANCANGAN MOBILE APPS PARIWISATA PULAU BALI UNTUK BACKPACKER

Rachma Hadiati Nur Shabrina<sup>1</sup>, Andreas Rio<sup>2</sup>, Aria Ar Razi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

rachmashabrina@student.telkomuniversity.ac.id, andreasrio@telkomuniversity.ac.id, ariaarrazi@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak :** Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi tempat wisata yang beragam dari segi budaya dan suku bangsa, yang membuat masing-masing dari wilayah Indonesia memiliki potensi pariwisatanya masing-masing. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata tersebut adalah Bali. Karena potensinya tersebut, banyak turis yang datang baik lokal dan mancanegara. Tempat wisata di Bali sudah banyak dikenal oleh para turis yang datang, namun hal ini juga menyebabkan beberapa tempat wisata lainnya di Bali menjadi kurang tersampaikan. Sebagian dari turis yang datang, ada beberapa dari mereka yang berkunjung sebagai *backpacker* karena tidak semua turis memiliki *budget* tinggi untuk berwisata. Turis yang datang sebagai *backpacker* ini memiliki permasalahan selama perjalanan mereka saat berkunjung ke suatu tempat. Penelitian ini bertujuan untuk membantu dan mengatasi permasalahan para *backpacker* khususnya yang datang ke Bali dengan sebuah perancangan aplikasi *mobile* dengan metode *Design Thinking*. Penelitian ini akan dilakukan dengan metode penelitian kombinasi dimana data akan diperoleh dari observasi, wawancara kepada pihak yang bersangkutan (*backpacker* dan ahli pariwisata) dan kuesioner dengan target kalangan usia muda yang tertarik pada *backpacking* dan pariwisata. Solusi perancangan aplikasi *mobile* merupakan suatu solusi yang cocok untuk permasalahan ini, karena sifatnya yang fleksibel dan *modern*. Diharapkan dari perancangan ini dapat mengatasi permasalahan yang dialami oleh *backpacker* dan membantu mereka selama perjalanan.

**Keywords :** Aplikasi Mobile, Design Thinking, UI / UX, Backpacker, Bali.

**Abstract :** *Indonesia is one of the countries that has a diverse potential for tourist destinations in terms of culture and ethnic groups, which makes each region in Indonesia have its own tourism potential. One area in Indonesia that has such tourism potential is Bali. Because of this potential, many tourists, both local and international, come to Bali. Tourist attractions in Bali are well known to the tourists who visit, but this also causes some other tourist attractions in Bali to be less highlighted. Some of the tourists who come are backpackers because not all tourists have a high budget for traveling. These backpacker tourists encounter problems during their journey when visiting a place. This research aims to help and address the issues faced by backpackers, especially those who come to Bali, through the design of a mobile application using the Design Thinking method. This research will be conducted using a combination of research methods, where data will be obtained from observations, interviews with relevant parties (backpackers and tourism experts), and questionnaires targeting young people interested in backpacking and tourism. The solution of designing a mobile application is a suitable solution for this problem because of its flexible and modern nature. It is hoped that this design will be able to address the issues experienced by backpackers and assist them during their journey.*

**Keywords :** Mobile Application, Design Thinking, UI / UX, Backpacker, Bali.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi tempat wisata yang sangat banyak dan beragam, yang menjadikan setiap wilayah Indonesia memiliki potensi pariwisatanya masing-masing. Salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata budaya yang kuat adalah Bali. Kota Bali memiliki budaya yang sangat kuat dan kental serta alam yang sangat indah yang bisa dinikmati sebagai destinasi liburan oleh banyak orang. Besarnya potensi wisata ini menjadikan Bali terkenal hingga ke luar negeri, sehingga turis yang ada didominasi oleh wisatawan mancanegara.

Baik turis mancanegara atau turis lokal yang datang ke Bali sangat beragam, baik dari asal negara dan daerahnya maupun status ekonominya. Bagi turis yang memiliki perekonomian kuat, mereka akan lebih leluasa menikmati semua potensi wisata yang ditawarkan di Bali. Akan tetapi tidak semua turis memiliki *budget* tinggi untuk berwisata, sebagaimana pada artikel dari Kumparan.com, kalangan turis menengah ke bawah cenderung mencari akomodasi dan potensi wisata yang sesuai dengan *budget*-nya. Kelompok turis seperti ini biasa disebut sebagai *backpacker*.

Menurut Yudistira (2021), *backpacker* merupakan sebutan untuk seseorang yang melakukan kegiatan berpergian tanpa membawa barang-barang yang banyak dan dana yang cukup. Para *backpacker* memiliki preferensi perjalanan seperti ini karena dapat menjangkau lebih banyak destinasi wisata dengan penawaran yang murah dengan kepuasan yang maksimal. Walaupun terlihat sangat simpel dan mudah, para *backpacker* juga sering kali memiliki permasalahan. Menurut Kamila (2015), permasalahan *backpacker* adalah kurangnya persiapan, kurangnya riset untuk tempat yang dikunjungi, transportasi ataupun akomodasi, perencanaan yang tidak sesuai dikarenakan situasi dan kondisi dan pengeluaran *budget* yang tidak terduga.

Menurut Alfath (2018), para *backpacker* merupakan orang-orang yang senang mencari dan mendatangi tempat-tempat tersembunyi dan jarang dikunjungi wisatawan lain yang biasa dikenal dengan istilah *hidden paradise* atau *hidden gems*. Karena kebanyakan *backpacker* mencari *hidden gems* sebagai tujuan mereka, mereka mencari informasi ke berbagai tempat, seperti media sosial dan grup kelompok *backpacker*.

Menurut hasil wawancara yang dilaksanakan kepada salah satu *backpacker* Arief Budiman pada 2 Februari 2023, informasi yang mereka dapatkan mengenai tempat-tempat tersebut baik

dari segi kebudayaan atau lainnya pun masih sedikit. Hal ini disebabkan karena informasi mengenai tempat yang belum dikenal tersebut masih belum tersebar luas kepada warga yang berkunjung secara umum.

Menurut artikel yang ditulis oleh Adiakurnia (2018), dikatakan bahwa turis yang datang cenderung dikarenakan faktor budaya. Dikarenakan faktor ini, ada beberapa objek wisata di Bali yang menjadi favorit para turis (Tanah Lot, Kuta, dsb.) yang membuat wisata lainnya kurang terekspos. Karena informasi yang kurang tersampaikan, banyak tempat wisata yang berpotensi besar yang terlewatkan, khususnya untuk para *backpacker* yang menyukai eksplorasi alam.

Berangkat dari permasalahan yang dialami oleh para *backpacker*, maka dibutuhkan sebuah media yang dapat membimbing mereka dalam proses perjalanan wisatanya. Media yang dipilih dalam penelitian ini adalah *platform* digital berbentuk aplikasi. menurut Mitracomm (2020), aplikasi dapat menyampaikan segala informasi produk, jasa dan promosi yang ingin disampaikan dalam satu genggam yang dapat memudahkan penggunaannya dimanapun dan kapanpun menggunakan *smartphone*.

Menurut jurnal Adriyanto (2018), *smartphone* dapat membantu seseorang mudah melakukan transaksi dan sosialisasi secara *online*. Dalam sektor pariwisata, kegunaan *smartphone* dapat mempengaruhi sikap wisatawan (menentukan destinasi, transportasi dan penginapan). Pernyataan ini merupakan hasil dari penelitian Criteo di tahun 2014, yang dimana dikatakan bahwa kegiatan *mobile booking* untuk reservasi (transportasi dan akomodasi di tempat wisata) mengalami peningkatan. Maka dari itu, perancangan ini dapat menjadi sebuah solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan yang dialami tersebut.

Harapannya aplikasi ini dapat menyediakan berbagai macam informasi mengenai tempat wisata Bali yang berpotensi, membantu mendapatkan informasi wisata untuk dikunjungi sesuai dengan *budget* yang mereka miliki dan informasi lainnya yang dapat membantu mereka selama perjalanan.

Untuk menjadikan perancangan ini sebagai solusi atas permasalahan tersebut, di dalam proses perancangan aplikasi ini akan digunakan metode *Design Thinking*, salah satu metode yang dicetuskan oleh pendiri lembaga konsultan desain IDEO, yaitu David Kelley dan Tim Brown. Konsep *Design Thinking* yang diciptakan oleh Lembaga IDEO ini adalah sebuah penyatuan sudut pandang manusia dan sudut pandang teknologi yang berfokus pada kebutuhan pengguna atau

*user*. Menurut [catalystindonesia.id](http://catalystindonesia.id), disebutkan bahwa *Design Thinking* adalah proses berpikir dan bekerja dimana kita berupaya untuk menemukan strategi alternatif dan solusi dengan pendekatan dan pemahaman para pengguna.

Penelitian ini akan mendeskripsikan dan merancang sebuah aplikasi yang ditujukan untuk membantu para turis yang datang ke Bali sebagai seorang *backpacker*.

Diharapkan dengan adanya perancangan aplikasi ini, para *backpacker* dapat terbantu mengenai informasi-informasi seputar kota Bali, tempat-tempat wisata di Bali, dan hal-hal yang dibutuhkan oleh mereka selama berada di Bali untuk beberapa waktu ke depan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah gabungan metode kuantitatif (kuesioner) dan kualitatif (wawancara, observasi dan studi pustaka). Observasi menurut Abdhul (2022) yaitu "Metode pengumpulan data dan informasi tentang kegiatan yang dilakukan oleh objek secara langsung secara akurat dan spesifik". Wawancara adalah metode tanya jawab antar responden dan pewawancara menggunakan *interview guide* (Wahyuni, 2014). Kuesioner adalah pengumpulan data dari sejumlah responden melalui beberapa pertanyaan yang bisa dijawab ([info.populix.co](http://info.populix.co)). Kemudian untuk analisis data yang dilakukan adalah analisis data kualitatif, analisis data kuantitatif, analisis visual dan analisis matrix. Analisis data kualitatif adalah proses menginterpretasikan dan mengorganisir data non-numerik menjadi sebuah informasi yang dijadikan patokan dalam merancang sebuah produk (Rezki, 2021). Analisis data ini dilakukan untuk observasi dan wawancara. Analisis data kuantitatif adalah proses pemaparan dan penjabaran data yang telah didapatkan secara numerik yang dapat diukur (Ascaraya Academia, 2021). Analisis data ini dilakukan terhadap hasil kuesioner dari responden. Analisis Visual adalah analisis yang dilakukan pada pola gejala visual signifikan dari hasil analisis kontek dengan cara menginterpretasikan sebuah gambar (Soewardikoen, 2019). Analisis ini digunakan untuk proses analisa visual dan gaya yang disukai *user*. Analisis Matriks adalah analisis dimana objek visual dijabarkan dan dinilai menggunakan satu tolak ukur yang akan memperlihatkan perbedaannya dan memunculkan gradasi (Soewardikoen, 2019). Analisis ini akan digunakan untuk proses perbandingan aplikasi sejenis.

## LANDASAN TEORI

### ***Design Thinking***

*Design Thinking* adalah proses memahami pengguna, permasalahan dan tantangan sebagai upaya untuk memberikan solusi alternatif dan mengidentifikasi strategi (*Interaction Design Foundation*, 2018).

### ***Human Centered Design (HCD)***

HCD adalah desain yang memfokuskan sebuah desain kepada pengguna, tugas dan lingkungan sekitar mereka. Proses HCD adalah melibatkan user selama proses desain hingga tahap terakhir (Horberry & Burgess, 2018).

### ***User Persona***

User persona adalah sebuah alat pemasaran yang bertujuan untuk memahami lebih dalam mengenai target user dan membantu dalam pengambilan keputusan pembuatan sebuah produk (Santosa, 2020).

### ***Multimedia***

Multimedia merupakan perantara untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi (Munir, 2012).

### ***Aplikasi Mobile***

Aplikasi *mobile* merupakan program aplikasi yang berada di perangkat *mobile* (*smartphone*, tablet atau PC) yang digunakan untuk membantu aktivitas user hingga menjadi lebih mudah dan fleksibel (Ar Razi, 2018).

### ***User Interface***

*User Interface* adalah suatu konsep komunikasi diantara para *user* dan sebuah produk untuk melaksanakan tugas-tugas yang untuk membantu para pengguna dalam mencapai keinginan dan tujuan mereka (Mckay, 2013).

### ***Interaction Design***

*Interaction design* adalah proses dalam membuat sebuah produk yang interaktif untuk mendukung cara user dalam berkomunikasi dan berinteraksi sehari-hari (Wiley, 2019).

### ***User Experience***

*User Experience* adalah seluruh interaksi individu pada sebuah produk, mulai dari pikiran, perasaan dan persepsi yang dihasilkan (Tullis & Albert, 2013).

### ***Business Model Navigator***

Menurut [businessmodelnavigator.com](http://businessmodelnavigator.com), *Business Model Navigator* adalah sebuah metode yang digunakan oleh organisasi, industri dan perusahaan untuk melakukan inovasi model bisnis.

### ***Business Model Canvas (BMC)***

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), *Business Model Canvas* merupakan gambaran pemikiran sebuah perusahaan atau pebisnis tentang bagaimana menciptakan, memberikan dan menangkap nilai.

## **HASIL ANALISIS DATA**

Hasil wawancara mengatakan bahwa kurangnya keakuratan dan minimnya informasi yang didapatkan oleh turis khususnya para *backpacker* dapat berpengaruh cukup besar, seperti lokasi yang tidak sesuai dengan ekspektasi atau kurangnya informasi yang juga membuat banyak sekali tempat-tempat wisata di Bali yang indah namun belum dikunjungi khususnya untuk para *backpacker* yang menyukai eksplorasi. Selain itu, tempat-tempat seperti tempat kuliner, penginapan ataupun transportasi juga banyak yang masih perlu ditingkatkan lagi dalam pemberian informasi. Selain itu, setelah melakukan wawancara kepada ahli UI/UX, dalam membuat perancangan aplikasi harus menyesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan *user* agar bisa menjadi solusi yang terbaik.

Menurut hasil kuesioner yang telah disebarkan, informasi mengenai transportasi, tempat kuliner dan lokasi wisata sangat dibutuhkan namun masih sulit untuk beberapa orang dan sebagian dari mereka menerima informasi yang tidak akurat. Kemudian, sebagian besar dari responden mengatakan bahwa mereka sudah familiar dengan tempat wisata di Bali, namun banyak dari mereka yang tidak mengetahui tempat wisata yang belum menonjol.

Setelah melakukan analisis produk sejenis, maka dapat disimpulkan bahwa meskipun interaksi dan navigasi cukup bisa dipahami oleh *user*, tampilan-tampilan dari aplikasi belum terlihat cukup menarik dan sangat terlihat simpel. Kemudian, dari aplikasi yang sudah di analisis,

belum ada dari mereka yang menawarkan solusi tentang permasalahan *backpacker*, khususnya di Bali.

### **Konsep Kreatif**

Konsep kreatif yang digunakan untuk perancangan ini yaitu *adventurous, brave, simple* dan *friendly*. Konsep ini didasari oleh sifat-sifat dari seorang *backpacker*, dimana mereka menyukai eksplorasi ke berbagai macam tempat dan berinteraksi dengan berbagai macam orang.

### **Konsep Visual**

Sesuai dengan konsep kreatif yang ditentukan, maka konsep visual perancangan aplikasi *mobile* ini akan menampilkan identitas visual yang diambil dari dasar kegiatan para *backpacker*.

### **Moodboard**

*Moodboard* untuk perancangan aplikasi *backpacker* di Bali ini dirancang dengan menggunakan patokan gambaran alam, *backpacker*, serta ilustrasi yang bersifat *flat design*.

### **Warna**

Warna yang digunakan oleh perancangan aplikasi ini diambil dari gambaran *moodboard* dan pesan yang ingin disampaikan, yaitu kegiatan para *backpacker* yang cenderung mengeksplorasi banyak tempat dan tujuan salah satunya wisata alam. Seperti warna hijau, terracotta, biru, dan hitam keabu-abuan. Penggunaan warna dalam perancangan ini dibagi menjadi 2, warna primer dan warna sekunder dan dengan warna putih dan abu-abu sebagai warna dasar.

### **Tipografi**

Pada aplikasi ini, font yang digunakan adalah *font SF Pro Display*, yang merupakan tipe *sans-serif*. Menurut hasil analisis, *font sans-serif* merupakan jenis *font* yang membuat tingkat kemudahan membaca *user* lebih tinggi di aplikasi.

### **Ikon**

Sesuai dengan konsep kreatif yang telah ditemukan, gaya atau style *icon* yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi ini adalah menggambarkan sifat *backpacker* yaitu *simple*.

### **Konsep Bisnis**

konsep atau model bisnis yang cocok dengan konsep perancangan aplikasi untuk *backpacker* ini adalah model bisnis *Freemium*. Model bisnis *Freemium* akan memberikan sebuah

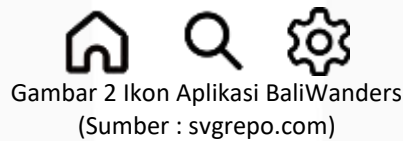


konsep *premium* kepada target *user* untuk beberapa penawaran tertentu, seperti akses untuk fitur diskon *membership* dan *priority booking*. Kemudian dibuat sebuah perancangan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengetahui data yang didapatkan untuk mendapatkan sebuah patokan ketika merancang sebuah aplikasi. Berikut merupakan lampiran perancangan aplikasi tersebut.

### HASIL PERANCANGAN



Gambar 1 Hasil Perancangan Ikon  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2 Ikon Aplikasi BaliWanders  
(Sumber : svgrepo.com)

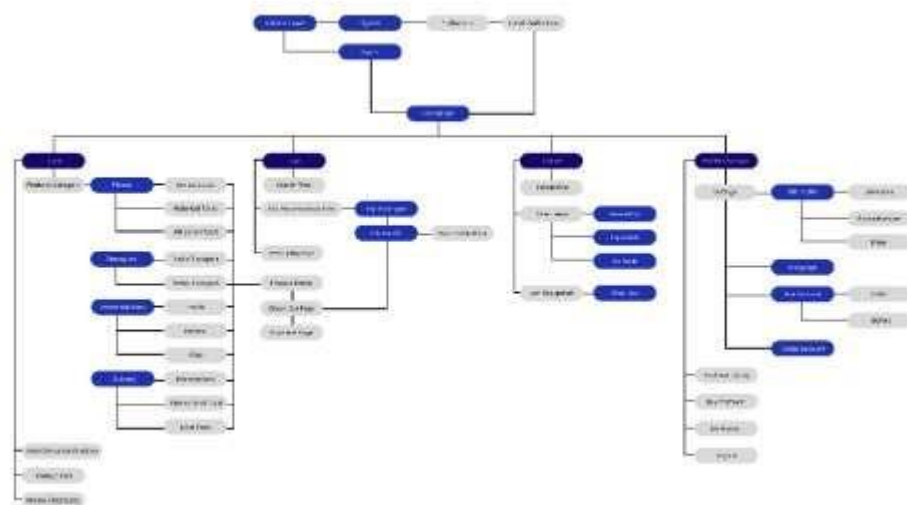


Gambar 3 Hasil Perancangan Ilustrasi  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

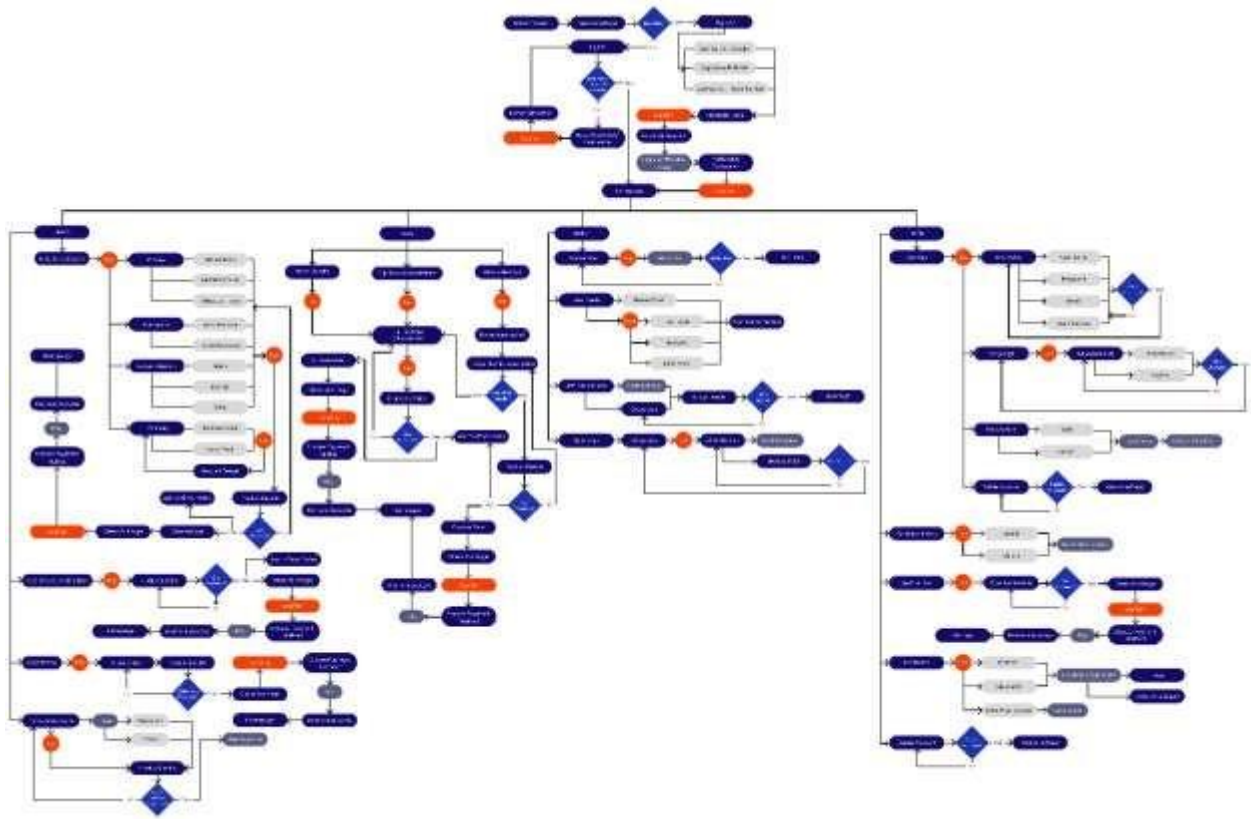




Gambar 4 Ilustrasi Aplikasi BaliWanders (Sumber : storyset.com)



Gambar 5 Sitemap Aplikasi BaliWanders (Sumber : Dokumentasi Pribadi)



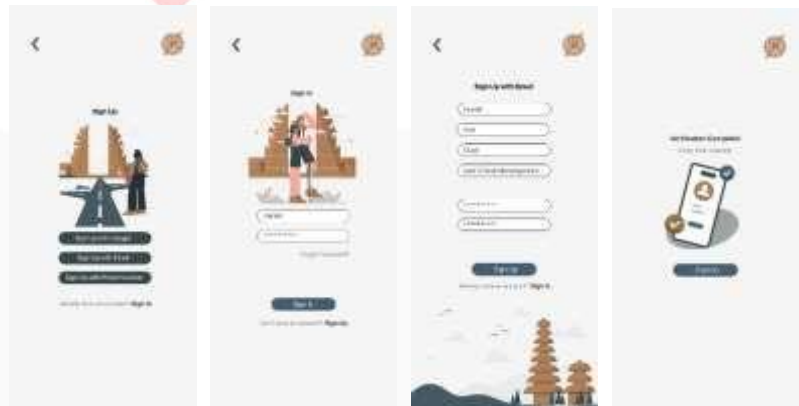
Gambar 6 User Flow BaliWanders  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



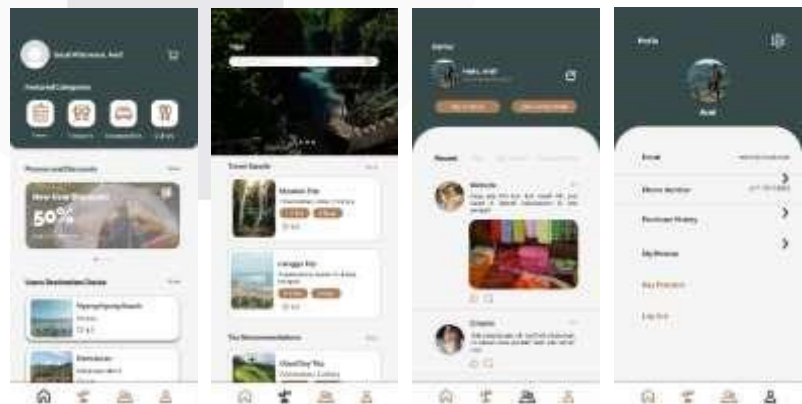
Gambar 7 Low Fidelity Aplikasi  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8 Splash Screen & Welcome Page  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

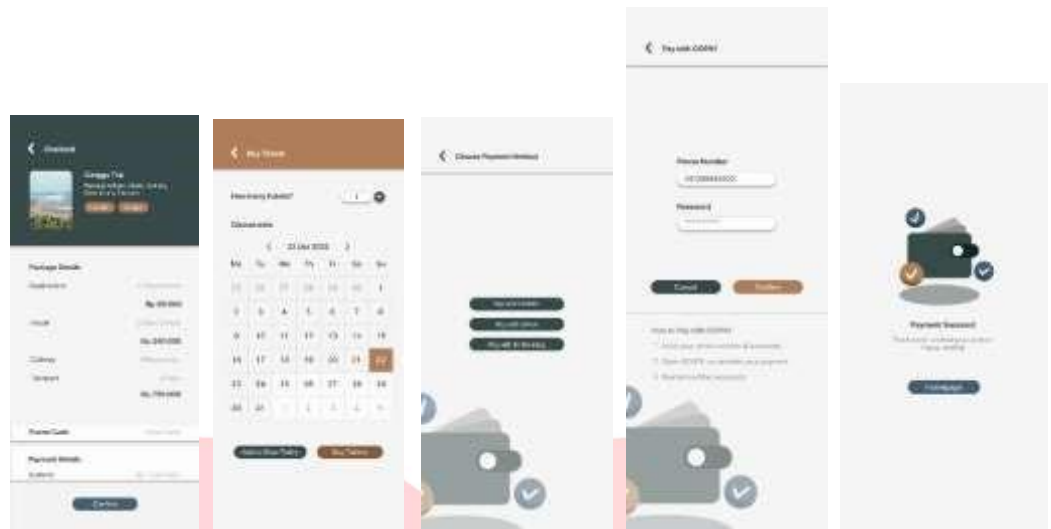


Gambar 9 Sign Up & Sign In Page  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 10 Action Bar Menu Pages  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)





Gambar 14 Checkout & Payment Page  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 15 Hasil Perancangan X-Banner  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 16 Hasil Perancangan Poster & Flyer  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 17 Hasil Perancangan Brosur  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

### ***Usability Testing***

Setelah melakukan proses *usability testing*, perancangan aplikasi BaliWanders sudah memasuki kategori baik di skala nilai *System Usability Scale* (SUS) dengan skor 79,5 (tingkat B). Dengan adanya saran perbaikan dari user, maka diharapkan aplikasi ini dapat berkembang menjadi lebih baik lagi.

### **KESIMPULAN**

Hasil akhir dari perancangan aplikasi yang mempunyai nama BaliWanders yang dibuat untuk *backpacker* ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi para calon *user*, karena tujuan utama aplikasi ini dirancang adalah untuk mengatasi masalah yang sedang dialami oleh *user*. Jika fitur-fitur dalam aplikasi dapat digunakan dengan baik, seperti penawaran *travel bundle*, akses interaksi dengan orang lain dan memberikan informasi tentang penawaran wisata, maka hal ini diharapkan dapat membantu memudahkan para *backpacker*.

Setelah perancangan sudah selesai, maka tahap akhir adalah membuat *usability testing* kepada beberapa *user*. Hasil dari *usability testing* ini cukup baik, walaupun ada beberapa masukan dan saran dari *user*. Dengan adanya masukan ini, diharapkan aplikasi BaliWanders dapat menjadi lebih baik dan berkembang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Sumber Buku**

- Horberry, T., Limerick, R. B., & Steiner, L. J. (2018). *Human-Centered Design for Mining Equipment and New Technology*. CRC Press.
- Interaction Design Foundation. (2018). *The Basic of User Experience Design*. Interaction Design Foundation.
- Mckay, E. N. (2013). *UI Is Communication*. Elsevier Inc.
- Munir. (2012). *Multimedia, Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan*. Alfabeta.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries and Challengers*. John Wiley & Sons, Inc.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.



Tullis, T., & Albert, B. (2013). *Measuring the User Experience : Collecting, Analyzing and Presenting Usability Metrics*. Elsevier Inc.

Wiley, J. (2019). *Interaction Design : Beyond Human-Computer Interaction, Fifth Edition*. Indianapolis. John Wiley & Sons, Inc.

### Sumber Jurnal

Adriyanto, A. R., Triani, A. R., & Faedhurrahman, D. (2018). Media Promosi Bisnis Potensi Wisata Daerah Bandung dengan Aplikasi Virtual Reality. *Jurnal Bahasa Rupa*, 1(2), 137. [Diakses 5 Mei 2023]

Fortunately, A. (2018). Makna Perjalanan Wisata Bagi Backpacker (Studi Fenomologi Pada Backpacker yang Melakukan Perjalanan Wisata ke Sumatera Barat). *JOM FISIP*, 5(2), 2. [Diakses 26 Maret 2023]

Razi, A. A., Murtiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Demandia*, 3(2), 77–78. [Diakses Mei, 2023]

Santosa, S. S. J. (2020). *Analisis UI UX Maximom Berbasis User Persona dengan Menggunakan Pendekatan Google Design Sprint*. [Diakses 5 Mei 2023]

### Sumber Artikel & Website

Adminmitracomm. (2020, May 6). Alasan Mengapa Bisnis Anda Membutuhkan Aplikasi Mobile. <https://mitracomm.com/alasan-mengapa-bisnis-anda-membutuhkanaplikasi-mobile/> [Diakses 2 Mei 2023]

Android. Develop UI for Android. <https://developer.android.com/develop/ui> [Diakses 28 April 2023]

Ascaraya Academia. (2022, August 24). Macam Metode Analisis Data Kualitatif. <https://ascarya.or.id/metode-analisis-datakuantitatif/#:~:text=Metode%20analisis%20data%20kuantitatif%20adalah,Anda%20dapat%20diukur%20atau%20dinumerikkan>. [Diakses 26 Maret 2023]

Business Model Navigator. Explore : Patterns. <https://businessmodelnavigator.com/> [Diakses 16 April 2023]

Catalyst Indonesia. (October, 2019). *Design Thinking*. <https://www.catalystindonesia.id/info/design-thinking> [Diakses 11 Januari 2023]



Dita Feby. (2022, December 6). 4 Contoh Teknik Analisis Data Kualitatif yang Akurat. <https://dqqlab.id/4-contoh-teknik-analisis-data-kualitatif-yangakurat#:~:text=Salah%20satu%20teknik%20pengolahan%20data,sebuah%20produk%20atau%20kebutuhan%20customer> [Diakses 26 Maret 2023]

Muhammad Irzal Adiakurnia. (2018, January 14). 10 Tempat Wisata di Bali yang Banyak Dikunjungi Turis. <https://travel.kompas.com/read/2018/01/14/211000427/10tempat-wisata-di-bali-yang-banyak-dikunjungi-turis?page=all> [Diakses 26 Maret 2023]

Nofri Satriawan. Pengertian Metode Penelitian Kombinasi. <https://ranahresearch.com/pengertian-metode-penelitiankombinasi/#:~:text=Metode%20Penelitian%20Kombinasi%20Menurut%20Creswell,metode%20penelitian%20kuantitatif%20dan%20kualitatif>. [Diakses 16 Oktober 2022]

Populix. Pengertian Kuesioner, Jenis, Cara Membuat dan Contohnya. 2021. <https://info.populix.co/articles/kuesioner-adalah/> [Diakses 26 Maret 2023]

Salsabila M. (2021, September 23). 4 Jenis Metode Analisis Data Beserta Tahapannya dalam Melakukan Penelitian. <https://dqqlab.id/4-jenis-metode-analisis-databeserta-tahapannya-dalam-melakukanpenelitian#:~:text=Metode%20analisis%20data%20kuantitatif%20mempunyai,yang%20terkumpul%20dari%20data%20sekunder>. [Diakses 26 Maret 2023]

Yudistira. (2021, May 31). Mengenal Backpacker. 31 Mei 2021. <https://ppid.serangkota.go.id/detailpost/mengenal-backpacker> [Diakses 5 Mei 2023]

Yusuf Abdhul. (2022, September 20). Metode Observasi : Pengertian, Macam dan Contoh. <https://deepublishstore.com/blog/metode-observasi/> [Diakses 11 Januari 2023]