



BUDAYA PELAYANAN INDONESIA DALAM INDUSTRI HOSPITALITY DAN PARIWISATA GADING SERPONG: SEBUAH KAJIAN LITERATUR

Johann Wahyu Hasmono Prawiro^{1*}, Ammar Harun Rizki²

¹⁻²Universitas Pradita, Indonesia
johann.prawiro@pradita.ac.id¹

*Korespondensi penulis: johann.prawiro@pradita.ac.id

Abstract. *Gading Serpong, a planned urban township in Tangerang Regency, Banten, has evolved into a complex hospitality and tourism ecosystem featuring starred hotels, hundreds of restaurants, and national-scale culinary centers, inhabited by a multicultural population composed of Betawi, Sundanese, Chinese-Peranakan, and migrants from across the archipelago that creates a unique service culture context remaining understudied academically. This study employs a PRISMA-based systematic literature review to examine how Indonesian service culture rooted in warmth, pelayanan prima, and Tangerang's multicultural identity manifests in hospitality practices in Gading Serpong, analyzing 40 reputable sources published between 2020 and 2026 using thematic analysis. Findings yield four main themes: (1) warmth and hospitality behavior as determinants of guest satisfaction; (2) Tangerang's multiculturalism as a service differentiation asset; (3) human resource challenges in maintaining pelayanan prima consistency; and (4) digital integration in contemporary service culture expression. This study contributes an initial mapping of service culture dynamics in Indonesia's planned urban townships.*

Keywords: *Gading Serpong; Hospitality; Service Culture; Service Excellence; Service Quality.*

Abstrak. Gading Serpong sebagai township urban terencana di Kabupaten Tangerang, Banten, telah berkembang menjadi ekosistem hospitality dan pariwisata yang kompleks dengan kehadiran hotel berbintang, ratusan restoran, dan pusat kuliner bertaraf nasional, dihuni populasi multikultural terdiri atas Betawi, Sunda, Tionghoa-Peranakan, dan pendatang dari seluruh Nusantara yang menciptakan konteks budaya pelayanan unik yang belum banyak dikaji. Penelitian ini menggunakan systematic literature review berpendekatan PRISMA untuk mengkaji bagaimana budaya pelayanan Indonesia yang berakar dari nilai keramahan, pelayanan prima, dan identitas multikultural Tangerang termanifestasi dalam praktik hospitality di kawasan Gading Serpong, dengan 40 sumber bereputasi terbitan 2020–2026 dianalisis menggunakan thematic analysis. Temuan menghasilkan empat tema utama: (1) keramahan dan hospitality behavior sebagai determinan kepuasan tamu; (2) multikulturalisme Tangerang sebagai aset diferensiasi layanan; (3) tantangan SDM dalam konsistensi pelayanan prima; serta (4) integrasi digital dalam ekspresi budaya pelayanan kontemporer. Kajian ini berkontribusi sebagai pemetaan awal dinamika budaya pelayanan di kawasan urban township terencana Indonesia.

Kata kunci: Budaya Pelayanan; Gading Serpong; Hospitality; Kualitas Layanan; Pelayanan Prima.

1. LATAR BELAKANG

Gading Serpong adalah *township* urban terencana seluas 1.500 hektar yang dikembangkan oleh PT Summarecon Agung Tbk dan Paramount Land di Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Kawasan ini bertransformasi menjadi pusat kehidupan urban lengkap dengan Summarecon Mall Serpong, Nusantara Culinary Festival, hotel berbintang bersertifikasi CHSE, dan ratusan gerai kuliner yang menjadikannya destinasi *food and beverage* utama Tangerang Raya. Pada Oktober 2024, tingkat hunian hotel

bintang di Banten mencapai 53,57%, mencerminkan vitalitas industri akomodasi kawasan ini (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan, 2024).

Karakter demografis multikultural Tangerang yang memadukan etnis Betawi, Sunda, Tionghoa-Peranakan, Arab, Jawa, dan pendatang dari seluruh Indonesia membentuk identitas budaya pelayanan yang khas. Sejak berdiri pada 1810, Pasar Lama Tangerang telah menjadi simbol harmoni budaya Tionghoa, Betawi, Eropa, dan Sunda, dan pada 2012 diresmikan sebagai destinasi wisata kuliner oleh pemerintah kota (Rachmawati & Permana Putra, 2024). Studi motivasi wisatawan kuliner Pasar Lama menemukan bahwa keramahan pelaku usaha secara konsisten menjadi komponen kepuasan utama pengunjung (Setiawan & Mandalia, 2024), menegaskan bahwa warisan multikultural ini meresap langsung ke dalam ekspresi budaya pelayanan kawasan.

Kajian akademik yang spesifik meneliti budaya pelayanan di ekosistem Gading Serpong masih sangat terbatas, dengan studi yang ada di antaranya Yanah et al. (2025) pada restoran Ayam Keprabon CBD Gading Serpong, Hidayat & Setiawan (2024) tentang operasional hotel Gading Serpong, dan Yusup & Mulyandi (2022) tentang loyalitas pelanggan di fasilitas layanan kawasan tersebut. Sebagian besar riset hospitality Indonesia masih terkonsentrasi di Bali, Jakarta, dan Yogyakarta sehingga kawasan *urban township* terencana seperti Gading Serpong belum mendapat perhatian sistematis (Krisnawati, 2022; Maryani, 2021). Penelitian ini bertujuan memetakan: (1) manifestasi nilai keramahan dan *hospitality behavior* di Gading Serpong; (2) peran multikulturalisme Tangerang sebagai diferensiator layanan; (3) tantangan SDM dalam konsistensi *pelayanan prima*; dan (4) implikasi digitalisasi terhadap budaya pelayanan kontemporer kawasan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *systematic literature review* (SLR) mengikuti protokol PRISMA 2020 yang direkomendasikan Page et al. (2021) dan telah diadaptasi untuk bidang hospitality dan pariwisata oleh Pahlevan-Sharif et al. (2019). Moher et al. (2009) menegaskan PRISMA sebagai standar pelaporan tinjauan sistematis yang transparan dan dapat direproduksi. Pencarian literatur dilakukan melalui Google Scholar, Garuda Kemdikbud, SINTA, ResearchGate, dan DOAJ menggunakan kata kunci: "service quality hotel Tangerang", "budaya pelayanan hospitality Indonesia", "pelayanan

prima hotel", "kuliner Gading Serpong", "hospitality behavior karyawan hotel", "multikulturalisme Tangerang pariwisata", "kepuasan tamu hotel Jabodetabek", dan "transformasi digital pariwisata Indonesia."

Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel *peer-reviewed* terbit 2020–2026; (2) terindeks SINTA, Scopus, atau jurnal internasional bereputasi dengan DOI aktif; (3) topik relevan dengan budaya pelayanan, hospitality, kualitas layanan, pariwisata urban, atau multikulturalisme Tangerang; dan (4) tersedia *full-text*. Dari 312 artikel hasil pencarian awal, disaring menjadi 89 berdasarkan skrining judul dan abstrak, kemudian 57 artikel lolos penilaian *full-text*. Setelah verifikasi DOI dan deduplikasi, ditetapkan 40 artikel sebagai korpus final yang dianalisis menggunakan *thematic analysis*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gading Serpong sebagai Ekosistem Hospitality Urban Terencana

Gading Serpong beroperasi sebagai ekosistem hospitality *self-contained* di mana kebutuhan akomodasi, kuliner, hiburan, dan MICE terpenuhi dalam satu kawasan. Hidayat & Setiawan (2024) pada hotel Gading Serpong menemukan bahwa persepsi staf dan tamu terhadap *chatbot front office* dipengaruhi ekspektasi keramahan personal yang sudah mengakar kuat, mengkonfirmasi bahwa nilai keramahan tetap menjadi fondasi tak tergantikan bahkan ketika teknologi memasuki operasional *frontliner* (Nanda et al., 2023).

Studi Yanah et al. (2025) di Ayam Keprabon CBD Gading Serpong menemukan keramahan staf, kebersihan, dan kenyamanan atmosfer sebagai faktor utama kepuasan pelanggan, mengkonfirmasi berlakunya dimensi SERVQUAL pada level restoran lokal kawasan (Ali et al., 2021; Singgalen, 2024). Goeltom et al. (2024) pada restoran otentik Tangerang juga menemukan kualitas pelayanan dan *dining atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan sebagai prediktor yang lebih kuat (Jokom et al., 2023; Yubianto, 2023).

Keramahan dan Hospitality Behavior sebagai Inti Budaya Pelayanan

Nilai keramahan, empati, dan ketanggapan terbukti sebagai determinan utama kepuasan tamu yang melampaui faktor teknis layanan (Ali et al., 2021; Purba et al., 2022; Singgalen, 2024). Isma et al. (2026) menemukan bahwa *hospitality behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman positif tamu, bahkan melampaui *personalized service* dan *interpersonal communication* secara parsial, menegaskan keramahan sebagai

variabel kompetitif terukur yang menentukan loyalitas (Sjukriana & Falaq, 2023; Subakti et al., 2024).

Prawiro & Rizki (2026) mengkonstruksi tiga lapisan makna *pelayanan prima*: (a) keramahan dan sikap di level *frontliner*; (b) kecepatan dan penyelesaian masalah di level supervisor; dan (c) etos melayani holistik di level manajerial. Stratifikasi ini relevan bagi perancangan pelatihan hotel Gading Serpong yang perlu disesuaikan per hierarki karyawan (Sagala et al., 2023; Nabil & Kristiutami, 2024).

Penerapan SERVQUAL pada hotel urban Indonesia menempatkan dimensi *empathy* dan *assurance* sebagai paling erat dengan nilai budaya lokal (Ali et al., 2021; Nugraha et al., 2024; Aprilia et al., 2025). Yusup & Mulyandi (2022) mengkonfirmasi bahwa *customer satisfaction* dan *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* di kawasan Gading Serpong, mekanisme yang bekerja universal di populasi urban terdidik.

Multikulturalisme Tangerang sebagai Diferensiator Budaya Pelayanan

Rachmawati & Permana Putra (2024) mendokumentasikan bahwa sejak 1810, Pasar Lama Tangerang berkembang menjadi titik perpaduan budaya Cina, Betawi, Eropa, dan Sunda, dengan pengakuan formal melalui Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 3 Tahun 2018. Sikap saling menghargai lintas etnis di kawasan ini membentuk karakter pelayanan yang hangat dan inklusif, sebuah *service culture DNA* yang meresap ke seluruh ekosistem hospitality Tangerang termasuk Gading Serpong (Setiawan & Mandalia, 2024; Turgarini et al., 2024).

Yubianto (2023) menemukan budaya lokal dan kuliner daerah sebagai dua faktor terkuat pengakuan wisata gastronomi Indonesia secara internasional, sementara Jokom et al. (2023) mengkonfirmasi bahwa keotentikan makanan lokal yang disajikan dengan pelayanan berkarakter lokal menghasilkan *behavioral intention* lebih positif. Goeltom et al. (2024) pada restoran otentik Tangerang mempertegas bahwa identitas budaya lokal dalam atmosfer dan pelayanan mendorong kepuasan dan niat kunjungan ulang.

Implikasi strategisnya adalah restoran dan hotel Gading Serpong yang merayakan keragaman kuliner dan budaya Nusantara memiliki keunggulan kompetitif berbasis identitas yang perlu dikelola secara eksplisit (Setyawati, 2024; Sugiyarto & Amaruli, 2018). Jokom et al. (2020) menegaskan bahwa wisata kuliner Indonesia memiliki potensi

besar yang belum tergarap optimal, terutama di kawasan urban dengan keragaman budaya tinggi seperti Gading Serpong.

Tantangan SDM dan Konsistensi Pelayanan Prima

Inkonsistensi kualitas layanan akibat praktik HRM informal merupakan tantangan struktural utama industri hospitality Gading Serpong (Syamsuri & Nallas, 2025; Putranto et al., 2023). Syamsuri & Nallas (2025) menemukan bahwa rekrutmen spontan, pelatihan *on-the-job* tanpa kurikulum, dan evaluasi subjektif pada hotel non-bintang berujung pada inkonsistensi layanan dan tingginya *turnover*.

Sukmawati et al. (2024) menemukan bahwa komitmen manajerial, pelatihan terstruktur, dan budaya pelayanan yang dikembangkan secara terintegrasi menentukan 32,3% variabilitas kepuasan tamu. Prawiro & Rizki (2026) menegaskan bahwa internalisasi nilai pelayanan bergantung pada hierarki, pengalaman, dan kepemimpinan sehingga program pelatihan harus bersifat *multilayer* dan berbasis nilai budaya lokal (Nabil & Kristiutami, 2024; Waqanimaravu & Arasanmi, 2020).

Wahyuni & Erawati (2022) dan Winata (2023) mengkonfirmasi bahwa kualitas pelayanan bersama fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Temuan ini memperkuat perlunya pengembangan SDM komprehensif yang mencakup aspek teknis dan nilai budaya sekaligus (Juhanda et al., 2022; Rachman et al., 2022).

Transformasi Digital dan Ekspresi Budaya Pelayanan Kontemporer

Populasi Gading Serpong yang didominasi kalangan profesional urban dan *digital native* menjadikan integrasi teknologi sebagai keharusan kompetitif (Nanda et al., 2023; Ramdani, 2025). Hidayat & Setiawan (2024) menemukan bahwa staf hotel Gading Serpong mengkhawatirkan berkurangnya interaksi personal akibat adopsi *chatbot*, mengindikasikan kesadaran internal bahwa keramahan adalah nilai inti yang harus dijaga dalam transisi digital.

Singgalen (2024) menegaskan ulasan digital kini berfungsi sebagai cerminan *real-time* kualitas budaya pelayanan, di mana keramahan staf dan responsivitas menjadi determinan utama reputasi online hotel. Ramdani (2025) mengkonfirmasi akselerasi digitalisasi berkontribusi signifikan pada pemulihan pariwisata Indonesia pascapandemi (Nanda et al., 2023).

Falaq et al. (2022) dan Ratriyana & Murti (2023) menegaskan bahwa persepsi nilai layanan dan *nation branding* berbasis keramahan saling memperkuat posisi destinasi

Indonesia di pasar global, termasuk kawasan urban seperti Gading Serpong. Pengembangan identitas digital yang mengangkat keunikan multikultural Tangerang karenanya menjadi strategi yang relevan bagi pengelola hospitality kawasan (Krisnawati, 2022; Maryani, 2021).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kajian literatur sistematis ini menunjukkan bahwa budaya pelayanan di industri hospitality dan pariwisata Gading Serpong berpijak pada modal budaya yang kaya: warisan multikultural Tangerang yang memadukan nilai keramahan Betawi, Sunda, dan Tionghoa-Peranakan telah menciptakan *service culture DNA* yang distingtif dan berpotensi menjadi keunggulan kompetitif kawasan (Rachmawati & Permana Putra, 2024; Setiawan & Mandalia, 2024; Yanah et al., 2025).

Tiga tantangan utama yang menghambat optimalisasi budaya pelayanan adalah: (1) inkonsistensi SDM akibat minimnya pelatihan berbasis nilai budaya lokal; (2) kesenjangan antara nilai pelayanan yang diklaim dengan implementasi aktual; dan (3) belum terintegrasinya identitas multikultural kawasan ke dalam narasi hospitality yang kohesif (Syamsuri & Nallas, 2025; Sukmawati et al., 2024; Subakti et al., 2024).

Berdasarkan temuan tersebut, disampaikan beberapa saran. Bagi pengelola hotel dan restoran Gading Serpong, disarankan mengintegrasikan nilai budaya Tangerang ke dalam SOP dan kurikulum pelatihan karyawan secara bertahap dan terukur. Bagi pengembang kawasan, diperlukan strategi *destination branding* yang secara eksplisit merayakan keragaman budaya sebagai identitas pembeda Gading Serpong dari kawasan urban lainnya. Bagi pemangku kebijakan, diperlukan regulasi daerah yang mendukung standarisasi pelayanan berbasis kearifan lokal. Bagi akademisi, penelitian mendatang disarankan menggunakan pendekatan *mixed methods* yang mengombinasikan survei kepuasan tamu, analisis ulasan digital, dan etnografi operasional untuk menginvestigasi secara langsung unit hospitality Gading Serpong sebagai *research gap* yang mendesak untuk diisi (Hidayat & Setiawan, 2024; Jokom et al., 2020).

DAFTAR REFERENSI

Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. *International*

Journal of Engineering, Business and Management, 5(3), 14–28.
https://doi.org/10.22161/ije_bm.5.3.2

- Aprilia, L. R., Pinandoyo, D. B., & Simanungkalit, E. T. C. (2025). Implementasi kualitas pelayanan dalam meningkatkan efektivitas kinerja reception di Hotel The Dharmawangsa Jakarta. *AMANAH: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 3(1), 68–77.
<https://doi.org/10.70451/amanah.v3i1.492>
- Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan. (2024). Perkembangan pariwisata Provinsi Banten bulan Oktober 2024.
<https://tangselkota.bps.go.id/en/pressrelease/2024/12/02/81>
- Falaq, M., Sjukriana, J., & Afifah, H. N. (2022). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan fasilitas wisata pada kepuasan pengunjung wisata. *GARUDA: Global Research on Tourism Development and Advancement*, 4(1), 1–24.
<https://doi.org/10.21632/garuda.4.1.1-24>
- Goeltom, V. A. H., Juliana, J., Angelina, J., Tandra, J. K., Valencia, V., & Sianipar, R. (2024). The impact of service quality and dining atmosphere towards customer satisfaction at authentic restaurants in Tangerang. *Jurnal Ekonomi*, 13(2), 819–827. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/4497>
- Hidayat, V., & Setiawan, B. (2024). Perspektif staf dan tamu hotel terhadap pengaplikasian chatbot pada kantor depan hotel di Gading Serpong. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1). <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i1.3313>
- Isma, M., Arista, I., & Sudarsono, A. (2026). Peran personalized service, komunikasi interpersonal, dan hospitality behavior front office dalam meningkatkan positive guest experience tamu hotel. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 5(2), 168–178. <https://doi.org/10.55123/toba.v5i2.8127>
- Jokom, R., Widjaja, D. C., & Widjaja, I. (2020). Indonesian culinary tourism: An overview of research. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 1–9.
<https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.1-9>
- Jokom, R., Widjaja, D. C., Kristanti, M., & Wijaya, S. (2023). Culinary and destination experiences on behavioural intentions: An insight into local Indonesian food. *Journal of Foodservice Business Research*, 28(1), 1–18.
<https://doi.org/10.1080/15378020.2023.2229574>
- Juhanda, Ralinas, F. I. A., Faozen, & Jatmiko, H. (2022). Recovery strategies of tourism businesses in the COVID-19 pandemic in Indonesia. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 20(1), 94–105.
<https://doi.org/10.5614/ajht.2022.20.1.07>
- Krisnawati, I. (2022). Eksplorasi wisata budaya berbasis kearifan lokal di Desa Wisata Wates Jaya, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 4(1). <https://doi.org/10.31334/jd.v4i1>
- Maryani, P. D. (2021). Dampak pengembangan Desa Wisata Wukirsari terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal tahun 2017–2018. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2). <https://doi.org/10.22146/jpt.58376>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *Annals of*

- Internal Medicine, 151(4), 264–269. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00135>
- Nabil, R., & Kristiutami, Y. P. (2024). Pentingnya komunikasi receptionist hotel untuk mencapai pelayanan prima demi kepuasan tamu: Studi kasus Puteri Gunung Hotel. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 6(2), 70–80. <https://doi.org/10.51977/jsj.v6i2.2022>
- Nanda, W. D., Widianingsih, I., & Miftah, A. Z. (2023). The linkage of digital transformation and tourism development policies in Indonesia from 1879–2022: Trends and implications for the future. *Sustainability*, 15(13), 10201. <https://doi.org/10.3390/su151310201>
- Nugrahadi, N. R., Roekman, A. E., Saroso, O. J. D. A., Ramadianto, A. S., & Levania, M. K. (2024). The impact of service quality on customer satisfaction at 5-star hotels in Central Jakarta. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(1), 619–629. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i1-63>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic Reviews*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>
- Pahlevan-Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. N. R. (2019). Systematic reviews in Asia: Introducing the "PRISMA" protocol to tourism and hospitality scholars. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/1096348019843883>
- Prawiro, J. W. H., & Rizki, A. H. (2026). Makna pelayanan prima dari perspektif karyawan hotel: Studi di Kinasih Resort Depok. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 141–149. <https://doi.org/10.59024/jise.v4i2.1666>
- Purba, J. T., Juliana, J., Budiono, S., Purwanto, A., Pramono, R., & Djakasaputra, A. (2022). The relationship between hotel service quality and customer satisfaction: An empirical study of spa hotels in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, 26(1), 1–11.
- Putranto, D., Tri Astuti, M., Sopyan, A., Gayatri, A., Setyawati, B. D., & Banundoyo, A. (2023). The motivation, training, and discipline on employee performance in star-rated hotels in Bogor City. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(8), 3437–3450. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i8.5340>
- Rachman, A., Dartanto, T., Suryahadi, A., & Yusuf, A. A. (2022). Building back better tourism sector post-COVID-19 pandemic in Indonesia. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2143511>
- Rachmawati, N., & Permana Putra, A. (2024). Sejarah terbentuknya Pasar Lama Kota Tangerang. *Dewaruci: Jurnal Studi Sejarah dan Pengajarannya*, 3(1), 201–210. <https://doi.org/10.572349/dewaruci.v3i1.2073>
- Ramdani, D. (2025). Digital tourism and the recovery of international tourist arrivals to Indonesia post-COVID-19. *Journal of Economics and Management Sciences*, 7(3), 283–290. <https://doi.org/10.30560/jems.v7n3p283>

- Ratriyana, I., & Murti, D. (2023). "Dream now, travel tomorrow": Communicating the nation branding of Indonesia through tourism-based social media. *Howard Journal of Communications*, 34(3). <https://doi.org/10.1080/10646175.2023.2169086>
- Sagala, R. N., Lubis, A. L., & Supardi. (2023). The influence of service quality on customer satisfaction and loyalty at Palace Hotel Batam. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 7(2), 798–822.
- Setiawan, O., & Mandalia, S. (2024). Studi tentang motivasi wisatawan dalam mengunjungi kawasan kuliner Pasar Lama, Tangerang. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 3(2), 40–45. <https://doi.org/10.55123/toba.v3i2.3956>
- Setyawati, R. (2024). Review of culinary tourism development policy in Indonesia. *Journal of Rural Tourism*, 1(1), 31–36. <https://doi.org/10.70310/jrt.2024.01010131>
- Singgalen, Y. A. (2024). Hotel customer satisfaction: A comprehensive analysis of perceived cleanliness, location, service, and value. *Journal of Business and Economics Research*, 5(3), 352–369. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.6016>
- Sjukriana, J., & Falaq, M. (2023). Service quality and customer loyalty on customer satisfaction at a hotel. *GARUDA: Global Research on Tourism Development and Advancement*, 5(1), 29–37.
- Subakti, A. G., Lestari, N. S., Adriyanto, H., & Triana, I. (2024). Enhancing customer satisfaction and loyalty through experiential marketing and service quality in Indonesian heritage hotels. *Tourism Spectrum: Diversity & Dynamics*, 1(1). <https://doi.org/10.56578/tsdd010102>
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45–52. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>
- Sukmawati, I., Mulyono, A., & Hariyanti, D. (2024). Analisis pengimplementasian service excellent pada kepuasan tamu di Hotel Tentrem Semarang. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 8(2), 213–228. <https://doi.org/10.23969/oikos.v8i2.15173>
- Syamsuri, A. R., & Nallas, D. Q. (2025). Manajemen sumber daya manusia dan kinerja karyawan hotel non-bintang di Indonesia. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2310–2319. <https://doi.org/10.60036/jbm.742>
- Turgarini, D., Sari, D. N. E., Mustafa, N. A., & Kusumawati, P. (2024). Acculturation of Islamic culture in food as a gastronomic tourism attraction in Surabaya. *Journal of Ethnic Foods*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s42779-024-00247-7>
- Wahyuni, S. A. W., & Erawati, N. W. M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan tamu di Hotel Maya Ubud Resort & Spa. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1, 2561–2575. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i1.53>
- Waqanimaravu, M., & Arasanmi, C. N. (2020). Employee training and service quality in the hospitality industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(3), 216–227. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1724850>

- Winata, E. (2023). The effect of service quality, facilities and location on customer satisfaction. *International Journal of Law Policy and Governance*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.56910/ijlpg.v2i1.159>
- Yanah, A., Tanu, B. V., & Natalie, L. (2025). Analysis of service quality and healthy food product quality towards customer satisfaction at Ayam Keprabon Gading Serpong Restaurant. *International Journal of Health, Medicine, and Sports*, 3(1), 34–37. <https://doi.org/10.46336/ijhms.v3i1.188>
- Yubianto, S. D. (2023). Understanding the role of local culture and local food in Indonesia's gastronomy tourism. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 9(1), 1–5. <https://doi.org/10.30813/jhp.v9i1.4213>
- Yusup, A., & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh customer satisfaction dan customer trust terhadap customer loyalty pada Rumah Sakit X di Gading Serpong Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i1.24>