

## Etika Kerja Dalam Layanan Wisatawan: Standar Yang Harus Diterapkan Oleh Sumber Daya Manusia Pariwisata Gen-Z

### *Work Ethics In Tourism Services: Standards That Must Be Applied By Gen-Z Tourism Human Resources*

**Damiasih**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukom Yogyakarta, Indonesia  
damiasih@stipram.ac.id

#### **Abstract**

*Work ethics is a fundamental aspect of human resource management in tourism that directly affects the quality of services provided to tourists. Tourism workers who have good work ethics, will strive to provide the best service, and ultimately will provide a positive experience for tourists. Currently, the workforce in Indonesia is dominated by generation Z, which is known to have a negative stigma in terms of work ethics. The purpose of this study is to analyze the work ethics of generation Z in terms of service to tourists, study the work ethics standards that should be applied, and reveal the impact on service quality and tourist satisfaction. A descriptive qualitative approach with interview and documentation search methods was used, and resulted in the implementation of work ethics standards for gen Z and the impact for improving service quality and traveler satisfaction.*

**Keywords:** *Work Ethics, Tourist Services, Tourism Human Resources, Ethical Standards, Tourist Satisfaction, Generation Z*

#### **Abstrak**

Etika kerja merupakan aspek fundamental dalam pengelolaan sumber daya manusia bidang pariwisata yang secara langsung mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan. Tenaga kerja pariwisata yang memiliki etika kerja yang baik, akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, dan pada akhirnya akan memberikan pengalaman positif bagi wisatawan. Saat ini, tenaga kerja di Indonesia didominasi oleh generasi Z yang dikenal memiliki stigma negatif dalam hal etika kerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis etika kerja generasi Z dalam hal layanan pada wisatawan, mempelajari standar etika kerja yang harus diterapkan, serta mengungkap dampaknya terhadap kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode wawancara dan penelusuran dokumentasi digunakan, dan menghasilkan penerapan standar etika kerja untuk gen Z serta dampak peningkatan kualitas layanan dan kepuasan wisatawan.

**Kata Kunci:** Etika Kerja, Layanan Wisatawan, SDM Pariwisata, Standar Etika, Kepuasan Wisatawan, Generasi Z

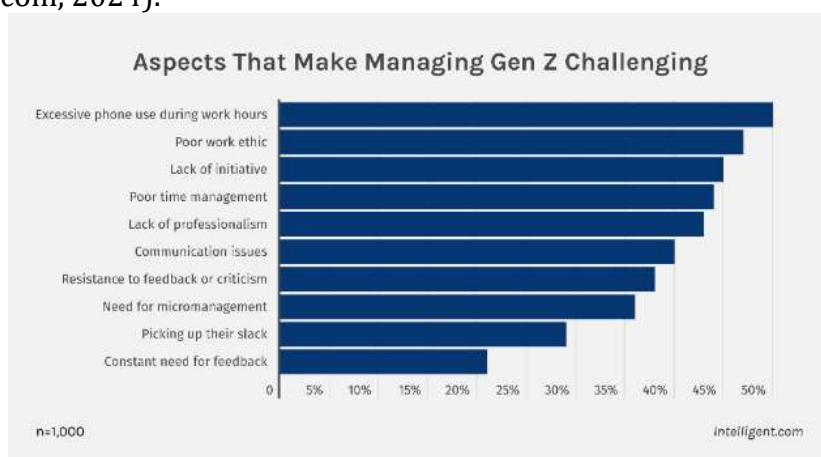
### **1. Pendahuluan**

Pariwisata adalah sektor yang sangat esensial karena menawarkan salah satu cara bagi manusia untuk mengistirahatkan pikiran dari beban kerja dan berbagai tuntutan hidup. Dalam dunia pariwisata, interaksi antara sumber daya manusia dan wisatawan sangat intens. Etika kerja merupakan aspek fundamental dalam pengelolaan sumber daya manusia bidang pariwisata yang secara langsung mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan. Oleh karena itu, etika kerja yang baik menjadi sangat penting, karena salah satu determinan peningkatan kualitas layanan adalah etika kerja yang baik (Wayeta, 2016). Tenaga kerja yang memiliki etika kerja yang baik, cenderung memberi layanan yang berkualitas, yang penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan (Jocić dkk., 2024).

Keterkaitan antara etika kerja dan kualitas pelayanan di bidang pariwisata sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Etika profesional secara

signifikan mempengaruhi kualitas layanan di bidang pariwisata, karena kepatuhan terhadap standar etika menumbuhkan kepercayaan, rasa hormat, dan profesionalisme di antara karyawan, yang pada gilirannya, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Yastrebova dkk., 2022). Tenaga kerja pariwisata yang memiliki etika kerja yang baik, akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, dan pada akhirnya akan memberikan pengalaman positif bagi wisatawan (F. L. Lim dkk., 2021). Pengalaman positif ini selanjutnya menjadi prediktor tingginya tingkat kepuasan wisatawan, dan berikutnya yang menjadi penentu loyalitas (Huddin dkk., 2024).

Faktor layanan seharusnya menjadi fondasi dan penggerak utama dari aktivitas yang dilakukan di sektor pariwisata. Salah satu langkah untuk menghasilkan pengalaman wisata yang memuaskan adalah dengan memberikan layanan yang terbaik (F. L. Lim dkk., 2021). Namun akhir-akhir ini marak isu kinerja generasi Z yang disebut-sebut memiliki etika kerja yang buruk. Stigma negatif gen Z ini muncul dari berbagai keluhan manajer di dunia kerja. Salah satu survei (Intelligent.com, 2024) melaporkan beberapa tantangan dalam mengelola SDM gen Z, mulai dari tantangan yang paling berat yaitu penggunaan telepon oleh gen Z yang berlebihan selama jam kerja, etika kerja yang buruk, kurangnya inisiatif, manajemen waktu yang buruk, kurangnya profesionalisme, isu-isu komunikasi, menolak umpan balik atau kritik, membutuhkan manajemen mikro, suka bersantai, selalu membutuhkan bimbingan (Intelligent.com, 2024).



**Gambar 1. Stigma Negatif Gen Z**

Sumber: Intelligent.com (Intelligent.com, 2024)

Bahkan disebutkan pada survei Resume Builder (Alinea.id, 2023), bahwa sebanyak 74% manajer dan pimpinan perusahaan menyebut gen Z adalah generasi yang paling sulit diajak kerja sama. Generasi Z juga disebut memiliki karakter yang lemah mental dan kurang etika (Validnews.id, 2024). Padahal generasi Z ini adalah generasi yang mendominasi tenaga kerja di Indonesia saat ini dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi (Rainer, 2023). Sebagian besar dari generasi ini (50%) baru masuk dunia kerja, dan baru memulai karir (Universitas Paramadina, 2024).

Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (Bencsik dkk., 2016). Ada pula yang menyebut mereka lahir antara tahun 1999 hingga 2012 (Shahreza, 2017). Generasi Z disebut juga i Generation, generasi net atau generasi internet. Apapun yang dilakukan gen Z biasanya terkait dengan inovasi teknologi dan penggunaan internet. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan

gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka (Shahreza, 2017).

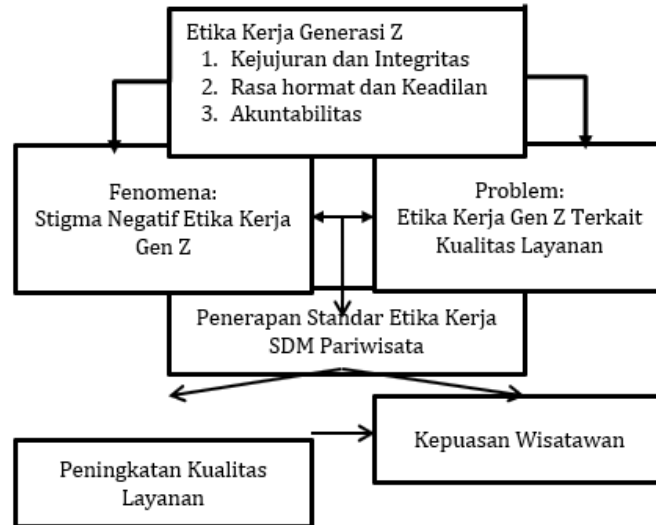
Karakteristik gen Z di tempat kerja antara lain, individualistis, mental wirausaha, sadar uang, dan *multitasker*. Gen Z suka bekerja secara kolaboratif dengan otonomi pribadi di tempat kerja yang fleksibel, yang memungkinkan keseimbangan kerja dan kehidupan, dan mereka membutuhkan pemantauan dan umpan balik di tempat kerja oleh pimpinan atau manajer mereka (Bulut & Maraba, 2021). Preferensi gen Z akan otonomi dan fleksibilitas di tempat kerja, menenkankan perlunya kepemimpinan etis yang menumbuhkan kepercayaan dan integritas (A. T. Lim & Lianto, 2024). Gen Z mencari jalur karir yang tidak memerlukan gelar pendidikan tinggi, seperti pelatihan kejuruan, magang, atau program lain yang memungkinkan mereka memperoleh keterampilan non akademik (Deloitte, 2024). Selain itu gen Z menginginkan pekerjaan yang digerakkan oleh tujuan, dan mereka tidak takut untuk menolak pekerjaan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai kehidupan mereka (Deloitte, 2024). Gen Z lebih idealis dalam perkembangan dan pertumbuhan karir, gen Z menghargai lingkungan kerja yang kondusif, supervisor yang mendukung, dan peluang karir untuk mencapai kepuasan kerja, gen Z menghargai fleksibilitas jam kerja, cuti tahunan, dan pekerjaan dari rumah untuk keseimbangan kerja dan kehidupan (*work-life balance*) (Waworuntu dkk., 2022).

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis etika kerja generasi Z dalam hal layanan pada wisatawan, mempelajari standar etika kerja yang harus diterapkan, serta mengungkap dampaknya terhadap kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Pariwisata merupakan salah satu industri global yang memiliki dampak besar pada masyarakat, sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mempersiapkan generasi muda untuk menghindari kondisi yang tidak menguntungkan dalam pelayanan kepada wisatawan, serta memastikan kepuasan wisatawan.

## 2. Metode

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif karena ingin mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana etika kerja Generasi Z dalam hal layanan pada wisatawan, membahas standar etika kerja yang harus diterapkan, serta mengungkap dampak etika kerja terhadap kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman pemahaman terhadap masalah sosial melalui pengumpulan data secara mendalam (Waruwu, 2024).

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan penelusuran dokumentasi. Subjek atau narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah empat orang praktisi di bidang kuliner/resto, akomodasi/hotel, transportasi, dan objek wisata. Wawancara dengan pakar atau ahli di bidang studi tertentu adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif (Ardiansyah dkk., 2023). Penelusuran dokumentasi dilakukan dengan studi pustaka, pengumpulan data dengan cara mencari sumber dan merekonstruksi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah ada (Fadli, 2021). Kerangka pemikiran penelitian adalah sebagai berikut ini.



**Gambar 2. Kerangka Berpikir**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, makna, serta hubungan antar konsep yang berkaitan dengan etika kerja Generasi Z dan implikasinya terhadap kualitas layanan wisata. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian dirangkum dari hasil wawancara dan pemeriksaan dokumen ilmiah. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang terstruktur dengan mengacu pada aspek-aspek dimensi etika kerja, karakteristik gen Z, dan standar etika yang ada. Pengkajian dokumen ilmiah dilakukan pada publikasi ilmiah, podcast umum, dan berbagai sumber data daring lainnya.

Hasil wawancara pada partisipan menghasilkan isu utama etika kerja gen Z di sektor pariwisata yang dapat dijabarkan sebagai berikut ini.

1. Gen Z disebut memiliki sensitivitas terhadap kritik dan teguran. Suasana hati (*mood*) yang mudah berfluktuatif (*moody*), nampak pada ekspresi wajah atau bahasa tubuh jika terpicu emosi negatif pasca teguran atau peringatan dari supervisor/manajer.
2. Gen Z dinilai memiliki empati yang lemah, hanya melakukan deskripsi tugasnya saja, kurang inisiatif untuk membantu pekerjaan rekan kerja atau membantu pelanggan/wisatawan, sehingga terlihat sulit berkolaborasi dalam kelompok kerja, dan dinilai buruk dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan/wisatawan.
3. Gen Z mudah mengalami tekanan emosional karena permasalahan di lingkungan kerja atau persoalan pribadi, yang berimbas pada motivasi kerja.
4. Gen Z digambarkan sebagai generasi yang mahir dalam hal teknologi, cepat belajar, dan cepat beradaptasi dengan teknologi baru.
5. Penulis melakukan penelusuran dokumen artikel dalam jurnal ilmiah yang meneliti mengenai etika kerja gen Z khususnya di sektor pariwisata menghasilkan temuan sebagai berikut:

6. Dalam aspek etika dan tanggung jawab profesional, Gen Z perlu untuk meningkatkan kemampuan interpersonal, terkait dengan pemasaran digital yang sangat krusial untuk mencapai pasar global (Sihombing & Hariyanto, 2019).
7. Generasi Z menginginkan pekerjaan yang memiliki makna, pekerjaan yang tidak hanya memberi upah, tetapi juga memberikan tujuan. Gen Z tertarik pada posisi/jabatan yang memungkinkan mereka untuk berkontribusi secara positif bagi masyarakat dan lingkungan (All Gravy, 2024).
8. Pekerja Gen Z di sektor layanan pariwisata mengutamakan pengaturan kerja yang fleksibel, perkembangan karier, dan lingkungan kerja yang mendukung keberlanjutan, keragaman, serta tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip mereka memiliki dampak besar pada praktik di industri, sehingga perlu penyesuaian dalam strategi SDM untuk menarik dan mempertahankan kelompok demografis ini (Seyfi dkk., 2024).
9. Gen Z memiliki karakteristik sebagai pekerja keras, namun pekerjaan disesuaikan dengan gairah (*passion*) (Hutapea, 2024). Gen Z ingin menyukai dan mencintai pekerjaan terlebih dahulu baru kemudian akan bekerja keras. Selain itu, mereka lebih menyukai kerja individual, meski tak keberatan dengan lingkungan tim. Lebih menyukai perusahaan yang membolehkan jadwal kerja fleksibel dan menghargai inklusivitas, keberagaman, dan rasa hormat.

Implementasi etika kerja dalam pelayanan wisatawan oleh karyawan gen Z memerlukan komitmen dari seluruh pihak yang terlibat, pimpinan atau manajer, organisasi secara keseluruhan, dan sistem pengelolaan sumber daya manusia. Etika kerja yang tinggi dapat ditumbuhkan dengan cara sebagai berikut ini.

1. Penciptaan budaya kerja yang positif. Budaya kerja yang baik akan mendorong karyawan gen Z untuk berperilaku sesuai dengan standar etika. Penciptaan lingkungan kerja yang saling mendukung dan menghargai akan meningkatkan motivasi karyawan untuk memberikan layanan terbaik. Budaya kerja yang positif, termasuk etika kerja yang tinggi, dapat memperbaiki kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
2. Penghargaan dan pengakuan. Memberikan penghargaan kepada karyawan gen Z yang menunjukkan etika kerja yang baik dapat memotivasi mereka. Pengakuan ini bisa berupa penghargaan materi maupun non-materi. Perilaku etis dan penghormatan terhadap kode etik dalam industri pariwisata berkontribusi terhadap kepuasan kerja karyawan gen Z.
3. Pertumbuhan pribadi. Organisasi menyediakan kesempatan pertumbuhan personal berkelanjutan yang melibatkan pembelajaran dari pengalaman (*learning by doing*), baik positif maupun negatif. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung, menerima kesalahan sebagai bagian dari proses, memberikan pelatihan yang relevan (termasuk pendidikan/pelatihan diluar tempat kerja), dan mendorong refleksi diri, dapat membantu pekerja gen Z mengembangkan kepercayaan diri dan kompetensi mereka secara maksimal. Pengembangan karier dan pengakuan/penghargaan adalah elemen penting untuk menarik perhatian karyawan Gen Z. Organisasi kerja perlu menyelaraskan pekerjaan dengan nilai-nilai pribadi karyawan agar etika kerja meningkat (Hutapea, 2024), dan mengembangkan strategi berkelanjutan untuk menarik, melibatkan, dan memaksimalkan talenta karyawan gen Z.
4. Pelatihan dan Pengembangan SDM yang berkelanjutan bagi karyawan, khususnya gen Z, bukan hanya di saat awal bekerja. Pelatihan ini harus mencakup

pengembangan keterampilan interpersonal, pengetahuan tentang produk, serta nilai-nilai etika yang harus dipegang. Pimpinan perlu memahami karakteristik unik Gen Z saat memasuki dunia kerja agar dapat mengintegrasikan “value” mereka dengan tugas-tugas kerjanya. Pelatihan dan pengembangan untuk generasi Z dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai strategi untuk mempertahankan karyawan serta meningkatkan kepuasan kerja sehingga kecenderungan *job hopping* (kutu loncat) dan cepat *resign* (mundur kerja) dapat dikendalikan.

5. Umpan balik dan evaluasi. Memberikan *feedback* secara rutin kepada karyawan generasi Z tentang kinerja mereka terkait etika kerja merupakan langkah yang krusial. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan, observasi langsung, atau diskusi kelompok. Umpan balik secara teratur sangat penting bagi kepuasan kerja Gen Z. Karyawan Gen Z menghargai umpan balik secara teratur, kritik yang membangun, dan pengakuan atas kontribusi mereka.
6. Membangun kepercayaan. Kepercayaan adalah salah satu elemen utama dalam interaksi antara penyedia layanan dan wisatawan. Ketika karyawan gen Z sektor pariwisata menerapkan etika kerja yang mengutamakan kejujuran, integritas, rasa hormat, keadilan, dan akuntabilitas, wisatawan merasakan tingkat keamanan dan kenyamanan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi atau layanan tersebut. Karyawan memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan pelanggan, terutama dalam industri jasa dengan interaksi pelanggan yang tinggi.

Rekomendasi untuk mengelola SDM generasi Z didasarkan pada konsep DITTO (Diversity, Individualism & Teamwork, Technology, dan Organizational Support) (Hylton, 2024), yang memberi masukan untuk menentukan arah kebijakan, yang dapat diimplementasikan perusahaan atau organisasi kerja dalam upaya memanfaatkan potensi gen Z, dirangkum dalam tabel 1. Dalam mengelola Gen Z, organisasi mengutamakan keterbukaan pada perubahan, bahwa seiring perubahan dunia, tenaga kerja dan harapan para karyawan juga ikut berkembang.

**Tabel 1. Rekomendasi Kebijakan Organisasi**

Prinsip	Kebijakan Organisasi	Dasar pemikiran
<i>Diversity</i> (Keanekaragaman)	Transparansi dalam kepemimpinan Komunikasi yang terbuka dan bersifat informal Dukungan kepercayaan dengan evaluasi dan umpan balik rutin dan intensif Budaya organisasi yang inklusif, menghargai keberagaman, non-diskriminasi	Gen Z memiliki karakteristik yang unik, yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Gen Z pekerja keras, namun pekerjaan disesuaikan dengan gairah ( <i>passion</i> ) Gen Z menyukai fleksibilitas kerja
<i>Individualism</i> <i>Teamwork</i> (Individualisme Kerja Sama Tim)	& Pelatihan dan Pengembangan SDM yang berkelanjutan seperti: Keterampilan kecerdasan emosional Ketrampilan membangun kepercayaan Ketrampilan kerja sama tim	Gen Z memiliki empati yang lemah, dan kurang inisiatif Sensitivitas pada tekanan kerja dan kecenderungan emosi impulsif Gen Z sulit berkolaborasi dalam kelompok kerja

<i>Technology</i> (Teknologi)	Integrasi manajemen kinerja dengan teknologi Menyediakan kesempatan pembelajaran <i>online</i> /berbasis <i>web</i>	Gen Z memiliki sifat <i>digital native</i>
<i>Organizational Support</i> (Dukungan Organisasi)	Budaya kerja yang positif Penghargaan dan pengakuan Dukungan pola karir yang menekankan pertumbuhan personal Struktur organisasi yang lebih datar dan otorisasi terdesentralisasi	Gen Z menginginkan pekerjaan yang memiliki makna Gen Z tidak menyukai banyak aturan kerja

Prinsip *Diversity* (keanekaragaman) ditujukan untuk mencapai hasil berupa peningkatan daya tarik organisasi kerja. Kebijakan organisasi pada prinsip *diversity* ini mengarah pada pembentukan kelompok tim kerja yang diinisiasi oleh karyawan, dengan fleksibilitas otoritas dalam pengambilan keputusan kelompok. Prinsip *Individualism and Teamwork* (individualisme dan kerja sama tim) dimaksudkan untuk mencapai hasil dalam menjaga sumber daya manusia terbaik. Kebijakan organisasi pada prinsip *individualism and teamwork* ini menekankan pada pertumbuhan rasa memiliki tujuan pada karyawan dan tim kerja, serta kebijakan memfasilitasi tim kerja yang menunjukkan kemandirian. Prinsip *Technology* (teknologi) ditujukan untuk meraih hasil dalam pencapaian keunggulan bersaing. Kebijakan organisasi pada prinsip *technology* ini menekankan pada upaya melibatkan faktor teknologi dalam kegiatan kerja. Prinsip *Organizational Support* (dukungan organisasi) dimaksudkan untuk mencapai hasil peningkatan kinerja dalam organisasi kerja. Kebijakan organisasi pada prinsip *organizational support* menekankan pada kebijakan yang mendukung pengakuan atas prestasi, dan mengutamakan kesejahteraan karyawan. Dampak positif dari penerapan etika kerja yang baik dalam pelayanan wisatawan adalah adanya kualitas yang lebih baik dan kepuasan wisatawan. Wisatawan yang menerima pelayanan dari karyawan gen Z yang menerapkan etika kerja yang baik cenderung lebih tinggi tingkat kepuasannya.

#### 4. Kesimpulan

Etika kerja dalam pelayanan wisatawan adalah faktor yang sangat krusial untuk kesuksesan sektor pariwisata. Dengan menerapkan standar etika yang tinggi, sumber daya manusia pariwisata, khususnya gen Z, dapat memberikan layanan yang berkualitas, menjalin hubungan yang positif dengan wisatawan, serta meningkatkan kepuasan wisatawan. Penerapan etika kerja di industri pariwisata berdampak terhadap peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penerapan standar etika memastikan kesejahteraan karyawan generasi Z yang pada gilirannya akan meneruskan keberlanjutan organisasi kerja sektor pariwisata dengan mempertahankan kualitas pelayanan untuk menghasilkan kepuasan wisatawan. Untuk penelitian mendatang terkait etika kerja karyawan sektor pariwisata perlu melibatkan variabel yang lebih terdampak penerapan etika kerja seperti kinerja karyawan dan motivasi karyawan dengan metode *mixmethod* supaya mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

## 5. Daftar Pustaka

- Alinea.id. (2023, November 15). Gen Z dianggap punya reputasi buruk di kantor [Webpage]. *alinea.id*. <https://www.alinea.id/gaya-hidup/gen-z-dianggap-punya-reputasi-buruk-di-kantor-b2iaD9Pkr>
- All Gravy. (2024, Juli 8). Attracting and Retaining Gen Z in Hospitality (spoiler: Free staff food won't cut it) [Blog]. *All Gravy*. <https://www.allgravy.com/post/attracting-and-retaining-gen-z-in-hospitality>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Bencsik, A., Juhász, T., Horváth-Csikós, G., & Szent István University in Gödöllő. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Bulut, S., & Maraba, D. (2021). Generation Z and its Perception of Work through Habits, Motivations, Expectations Preferences, and Work Ethics. *Psychol Psychother Res Stud Crimson Publishers*, 4((4)), Article (4).
- Deloitte. (2024). *2024 Gen Z and Millennial Survey Living and working with purpose in a transforming world* (hlm. 36). Deloitte. <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/campaigns/2024/deloitte-2024-genz-millennial-survey.pdf?dlva=1>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Huddin, M. N., Kurnia, D., Deviyantoro, D., & Nafiudin, N. (2024). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism destination. *Diponegoro International Journal of Business*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.142-154>
- Hutapea, B. (2024, Februari 11). Menyoal Etos Kerja Gen Z. *Kompas.com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2024/11/02/162607420/menyoal-etos-kerja-gen-z>
- Hylton, Y. N. (2024, April 30). *Understanding the Gen Z Mindset: Insights for Managing the Next Generation* [Postingan]. LinkedIn.
- Intelligent.com. (2024, November 5). 1 in 5 Managers Have Considered Quitting Due To Stress of Overseeing Gen Z Employees [Webpage]. *Intelligent*. <https://www.intelligent.com/1-in-5-managers-have-considered-quitting-due-to-stress-of-overseeing-gen-z-employees/>
- Jocić, L., Vujko, A., & Panić, A. (2024). Services quality as a factor for bridging the gap between expected and perceived services in agency business. *Turisticko Poslovanje*, (33), Article 33. <https://doi.org/10.5937/turpos0-49765>
- Lim, A. T., & Lianto, L.-. (2024). Ethical Leadership in the Eyes of Gen Z: A Literature Review. *FIRM Journal of Management Studies*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.33021/firm.v9i1.5059>
- Lim, F. L., Chandrawati, N. E., Nugroho, R. N. S., & Hermawan, H. (2021). Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan Dengan Pelayanan Kepemanduan dan Penerapan Protokol Kesehatan di Desa Wisata Nglanggeran—Studi Pendahuluan. *Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture (UNCLLE)*, 1(1), 45–64.

- Rainer, P. (2023). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z [Webpage]. *GoodStats*. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Seyfi, S., Vo-Thanh, T., & Zaman, M. (2024). Hospitality in the age of Gen Z: A critical reflection on evolving customer and workforce expectations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(13), 118–134. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2024-0035>
- Shahreza, M. (2017). Komunikator Politik Berdasarkan Teori Generasi. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(1). <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i1.273>
- Sihombing, D. A., & Hariyanto, O. I. B. (2019). Digital Pemasaran Pariwisata dan Pendekatan Soft Skill di Destinasi Wisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(2), 47–52. <https://doi.org/10.37253/altasia.v1i2.464>
- Universitas Paramadina (Direktur). (2024). *Gen Z & Ethics Problem* [Webinar]. <https://www.youtube.com/watch?v=J5iIvyMD-rw>
- Validnews.id. (2024, Juni 20). Cukilan Problematika Mental Dan Etika Gen Z [Webpage]. *Validnews.id*. <https://validnews.id/kultura/cukilan-problematika-mental-dan-etika-gen-z>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Waworuntu, E. C., Kainde, S. J. R., & Mandagi, D. W. (2022). Work-Life Balance, Job Satisfaction and Performance Among Millennial and Gen Z Employees: A Systematic Review. *Society*, 10(2), 384–398. <https://doi.org/10.33019/society.v10i2.464>
- Wayeta, O. B. (2016). *Effect Of Work Ethics On Quality Of Service Delivery In Universities In Nakuru County* [Thesis of Mater Degree, Egerton University]. <http://ir-library.egerton.ac.ke/jspui/bitstream/123456789/1448/1/Effect%20of%20work%20ethics%20on%20quality%20of%20service%20delivery%20in%20universities%20in%20Nakuru%20county%2C%20Kenya.pdf>
- Yastrebova, E., Dosugova, A., & Eneeva, E. (2022). The impact of corporate ethics on the quality of services provided by hospitality industry enterprises. *Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*, 2((55)), Article (55). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-2-55-71-76>