

Analisis Persepsi Wisatawan Lokal terhadap Kualitas Pelayanan Penjual di Kawasan Kuliner Tamendao Kota Gorontalo

An Analysis of Local Tourists' Perceptions on the Service Quality of Food Vendors in Tamendao Culinary Area, Gorontalo City

Wiranto Idris¹⁾, Meilinda Lestari Modjo²⁾

¹⁾Jurusan D3 Pariwisata, Universitas Negeri Gorontalo

²⁾ Jurusan D3 Pariwisata, Universitas Negeri Gorontalo

Diajukan Tanggal Bulan Tahun / Disetujui Tanggal Bulan Tahun

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan lokal terhadap kualitas pelayanan penjual di kawasan kuliner Tamendao, Kota Gorontalo. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi utama, yaitu: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebar ke 100 responden, serta dilengkapi dengan observasi non-partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua dimensi mengalami nilai GAP negatif antara persepsi dan harapan wisatawan. Dimensi reliability menunjukkan GAP tertinggi (-0.60), diikuti oleh empathy (-0.50), sementara tangibles, responsiveness, dan assurance juga menunjukkan kesenjangan meski dengan nilai lebih rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima belum sepenuhnya memenuhi harapan wisatawan lokal. Oleh karena itu, strategi peningkatan mutu pelayanan direkomendasikan melalui pelatihan berkala, penerapan SOP pelayanan standar, peningkatan fasilitas fisik, dan pemberian insentif kepada penjual berkinerja baik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kawasan kuliner Tamendao sebagai destinasi wisata berbasis pengalaman pelanggan.

Kata Kunci: persepsi wisatawan, kualitas pelayanan, servqual, tamendao

Abstract

This study aims to analyze local tourists' perceptions of the service quality of food vendors in the Tamendao culinary area, Gorontalo City. A descriptive quantitative approach was employed, utilizing the SERVQUAL model which includes five core dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were collected through structured questionnaires distributed to 100 respondents, supported by non-participant observation. The results revealed that all service dimensions showed negative GAP values between tourists' perceptions and expectations. The reliability dimension had the highest GAP (-0.60), followed by empathy (-0.50), while tangibles, responsiveness, and assurance also displayed service gaps, though to a lesser extent. These findings indicate that the current service quality does not fully meet the expectations of local tourists. To address this, service improvement strategies are recommended, including regular vendor training, the implementation of standardized service procedures, physical infrastructure upgrades, and the provision of incentives for outstanding vendors. This study is expected to contribute to the development of Wisata Kuliner Tamendao as a culinary tourism destination based on customer experience.

Keywords: tourist perception, service quality, servqual, tamendao

*Korespondensi Penulis:

E-mail: wirantoidris@ung.ac.id

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial yang tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan daerah, tetapi juga memiliki fungsi penting dalam pelestarian dan promosi identitas budaya lokal. Dalam konteks global maupun lokal, tren pariwisata semakin bergeser ke arah pengalaman autentik dan berbasis komunitas, salah satunya melalui wisata kuliner. Wisata kuliner tidak lagi dipandang sebatas aktivitas konsumsi makanan, tetapi menjadi bentuk pengalaman multisensori yang melibatkan aspek budaya, interaksi sosial, dan citra destinasi. Di tengah tren ini, kawasan kuliner Tamendao di Kota Gorontalo muncul sebagai salah satu magnet utama wisatawan lokal. Kawasan ini dikenal dengan ragam makanan khas Gorontalo yang menggugah selera, harga yang relatif terjangkau, serta suasana terbuka yang mendukung kegiatan sosial. Namun, kualitas suatu destinasi kuliner tidak semata-mata ditentukan oleh rasa makanan yang disajikan, melainkan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh para penjual. Pelayanan yang bersifat ramah, cepat, bersih, konsisten, dan penuh empati menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap keseluruhan pengalaman mereka.

Dalam sektor jasa seperti pariwisata, persepsi pelanggan memiliki nilai strategis karena sangat menentukan kepuasan, loyalitas, dan kecenderungan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang maupun memberikan rekomendasi. Persepsi ini terbentuk dari interaksi antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan saat menggunakan layanan. Seperti diungkapkan oleh Herningtyas et al. (2023), persepsi wisatawan terhadap kuliner khas sangat ditentukan oleh kualitas makanan, standar pelayanan, dan kondisi tempat makan yang bersih dan nyaman. Penilaian yang dilakukan wisatawan bersifat menyeluruh dan kompleks, mencakup aspek tangibles seperti kebersihan lingkungan dan fasilitas fisik, hingga elemen non-fisik seperti keramahan, perhatian personal, dan kesiapan penjual dalam merespons kebutuhan pelanggan. Dalam studi lainnya, Kristiana et al. (2023) juga menyatakan bahwa kejelasan harga, transparansi transaksi, dan kenyamanan suasana turut memberi pengaruh signifikan terhadap persepsi positif wisatawan terhadap suatu destinasi kuliner. Sementara itu, Awaliya (2022) dalam penelitiannya terhadap wisata kuliner jalanan menemukan bahwa wisatawan menunjukkan persepsi positif terhadap penjual yang tidak hanya menyajikan makanan lezat, tetapi juga memperlakukan pembeli dengan cara yang menyenangkan, menunjukkan kejujuran, serta membangun interaksi yang akrab.

Dalam kerangka kajian ilmiah, untuk mengukur persepsi wisatawan secara sistematis, penelitian ini menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Meskipun model ini telah lama diperkenalkan, penggunaannya tetap relevan hingga kini, khususnya dalam mengkaji kualitas pelayanan jasa di sektor pariwisata dan kuliner. Model SERVQUAL mencakup lima dimensi utama yang dijadikan indikator pengukuran, yaitu: Tangibles (penampilan fisik, kebersihan, kelengkapan sarana), Reliability (kemampuan memberikan layanan secara akurat dan konsisten), Responsiveness

(kesigapan dalam melayani dan membantu pelanggan), Assurance (kepercayaan dan keamanan yang dirasakan pelanggan), serta Empathy (kemampuan memberikan perhatian personal). Model ini telah diaplikasikan dalam banyak penelitian kontemporer, seperti oleh Salehudin (2023) yang menemukan bahwa ketiga dimensi utama—responsiveness, tangibles, dan empathy—berkontribusi besar dalam membentuk persepsi positif wisatawan terhadap layanan kuliner di kota Bandung.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dirancang untuk menjawab dua rumusan masalah utama, yaitu: (1) Bagaimana persepsi wisatawan lokal terhadap kualitas pelayanan penjual di kawasan kuliner Tamendao, Kota Gorontalo? dan (2) Bagaimana persepsi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan mutu layanan di kawasan kuliner Tamendao? Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan mengevaluasi persepsi wisatawan lokal terhadap kualitas pelayanan yang diberikan para penjual di kawasan kuliner Tamendao berdasarkan kelima dimensi dalam SERVQUAL. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyusun rekomendasi konkret yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha, pengelola kawasan, maupun pihak dinas terkait guna meningkatkan mutu layanan secara berkelanjutan.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung bagi pengembangan kawasan kuliner Tamendao sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing pariwisata lokal berbasis pelayanan. Sementara secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian literatur tentang hubungan antara persepsi pelanggan dan kualitas layanan di konteks wisata kuliner berbasis komunitas. Penelitian difokuskan pada wisatawan lokal yang secara aktif berinteraksi dengan penjual di kawasan tersebut, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung oleh kuesioner terstruktur berdasarkan dimensi SERVQUAL. Dengan landasan teoretis yang kuat dan validitas empiris dari studi terdahulu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan pengembangan destinasi kuliner unggulan di Kota Gorontalo serta memperkuat basis pelayanan berbasis pengalaman pelanggan dalam industri pariwisata lokal.

*Korespondensi Penulis:
E-mail: wirantoidris@ung.ac.id

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan persepsi wisatawan lokal terhadap kualitas pelayanan penjual di kawasan kuliner Tamendao, Kota Gorontalo secara sistematis dan terukur. Pendekatan kuantitatif dianggap paling sesuai karena mampu menganalisis kecenderungan perilaku melalui pengukuran variabel numerik secara objektif, sebagaimana ditegaskan oleh Wirawan (2021) bahwa pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti memperoleh gambaran menyeluruh terhadap fenomena sosial melalui instrumen yang terstandar. Jenis penelitian deskriptif digunakan karena bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik, persepsi, dan preferensi wisatawan tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Nugroho, 2022). Lokasi penelitian ditentukan di kawasan kuliner Tamendao, Kota Gorontalo, yang dikenal sebagai destinasi kuliner terbuka dengan beragam pilihan makanan khas serta aktivitas interaksi sosial yang aktif, sementara waktu pelaksanaan berlangsung pada bulan Maret hingga April 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan lokal yang pernah mengunjungi dan melakukan transaksi di kawasan tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik yang memungkinkan peneliti memilih responden berdasarkan kriteria yang relevan dan strategis, sebagaimana dijelaskan oleh Hidayat dan Sari (2023), bahwa purposive sampling efektif digunakan dalam studi pelayanan publik ketika responden harus memenuhi pengalaman spesifik terhadap objek yang dikaji.

Adapun kriteria responden meliputi: berdomisili di Kota Gorontalo atau sekitarnya, telah mengunjungi kawasan Tamendao minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir, dan bersedia menjadi responden secara sukarela. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% yang dianggap cukup representatif untuk studi lokal, sebagaimana direkomendasikan oleh Prasetyo (2021) dalam penelitian sejenis yang melibatkan preferensi pelanggan dalam konteks layanan mikro. Data dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu kuesioner tertutup dan observasi non-partisipatif. Kuesioner disusun berdasarkan model SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang tetap relevan hingga saat ini dan banyak digunakan dalam studi pelayanan publik serta pariwisata (Latifah & Rakhmat, 2022). Lima dimensi SERVQUAL yang digunakan meliputi tangibles (penampilan fisik dan kebersihan), reliability (keandalan dalam pelayanan), responsiveness (kesigapan melayani), assurance (kemampuan menumbuhkan kepercayaan), dan empathy (kepedulian dan perhatian kepada pelanggan). Setiap item dalam kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), sebagaimana disarankan oleh Lestari dan Fauzan (2020) dalam pengukuran persepsi pengguna layanan publik.

Untuk mendukung data kuantitatif, observasi dilakukan untuk mengamati kondisi lingkungan, interaksi penjual dan pengunjung, serta perilaku pelayanan yang tidak tertangkap dalam kuesioner. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif statistik melalui penghitungan nilai rata-rata (mean), frekuensi, dan persentase tiap dimensi, sebagaimana digunakan oleh Maulana dan Santoso (2023) dalam studi pelayanan jasa di sektor UMKM.

Selain itu, dilakukan pula analisis gap untuk melihat selisih antara harapan dan persepsi aktual wisatawan terhadap kualitas pelayanan, guna merumuskan strategi peningkatan layanan. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Product Moment Pearson, sementara reliabilitas instrumen diuji dengan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai $\alpha > 0,60$ sebagai batas minimal reliabilitas instrumen yang dapat diterima (Fitriana & Mukti, 2021). Uji coba awal dilakukan kepada 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan sampel utama untuk memastikan kesesuaian instrumen. Sepanjang proses penelitian, prinsip-prinsip etika penelitian dijunjung tinggi, termasuk menjaga kerahasiaan identitas responden, mengutamakan persetujuan sukarela, serta menjamin bahwa semua data yang dikumpulkan digunakan murni untuk kepentingan ilmiah, sesuai dengan pedoman etika penelitian sosial yang diuraikan oleh Asmara dan Dewi (2023).

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis persepsi wisatawan lokal terhadap kualitas pelayanan penjual di kawasan kuliner Tamendao, Kota Gorontalo. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert (1–5) kepada 100 responden. Instrumen terdiri atas 10 indikator dari lima dimensi SERVQUAL. Data dianalisis menggunakan teknik deskriptif kuantitatif dan analisis GAP (persepsi – harapan).

Tabel 1. Rekapitulasi Skor Persepsi, Harapan, dan GAP

No.	Dimensi	Indikator	Persepsi	Harapan	Gap
1	Tangibles	Arena kuliner bersih dan tertata	4.0	4.5	-0.5
2	Tangibles	Penampilan penjual rapi dan higienis	4.2	4.4	-0.2
3	Reliability	Layanan sesuai waktu	3.7	4.4	-0.7
4	Reliability	Pelayanan sesuai harapan	3.9	4.4	-0.5
5	Responsiveness	Cepat dalam melayani	3.8	4.3	-0.5
6	Responsiveness	Cepat tanggap permintaan	4.0	4.3	-0.3
7	Assurance	Sopan dan ramah	3.9	4.3	-0.4
8	Assurance	Profesional dan berpengalaman	3.9	4.3	-0.4
9	Empathy	Memahami kebutuhan pelanggan	3.6	4.2	-0.6
10	Empathy	Menunjukkan perhatian pribadi	3.8	4.2	-0.4

Tabel 2. Rata-rata GAP per Dimensi

Dimensi	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Harapan	GAP
Tangibles	4.1	4.45	-0.35
Reliability	3.8	4.40	-0.60
Responsiveness	3.9	4.30	-0.40

Assurance	4.0	4.35	-0.35
Empathy	3.7	4.20	-0.50

Pembahasan

Dimensi *Reliability* menunjukkan gap tertinggi (-0.60), yang mencerminkan bahwa wisatawan lokal menganggap pelayanan penjual di kawasan kuliner Tamendao belum berjalan secara konsisten dan sering kali tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan atau ekspektasi awal. Kondisi ini menunjukkan bahwa penjual belum mampu memberikan keandalan dalam layanan yang seharusnya menjadi pilar utama dalam interaksi jasa. Ketidakpastian seperti keterlambatan penyajian makanan, perubahan menu secara mendadak, atau janji pelayanan yang tidak ditepati dapat menurunkan kepercayaan pelanggan secara signifikan. Untuk itu, penjual perlu meningkatkan komitmen pelayanan melalui pelatihan dasar pelayanan pelanggan dan penerapan prinsip *service consistency*, sebagaimana ditegaskan oleh Siregar & Malik (2022) bahwa keandalan atau *reliability* merupakan indikator kunci kepuasan pelanggan dalam konteks usaha jasa informal, termasuk kuliner lokal.

Sementara itu, dimensi *Empathy* juga menunjukkan hasil yang perlu mendapat perhatian, dengan nilai GAP -0.50. Hal ini menandakan bahwa interaksi interpersonal antara penjual dan pembeli belum mencerminkan kepedulian yang cukup terhadap kebutuhan individual konsumen. Wisatawan mengharapkan pengalaman pelayanan yang tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga emosional, di mana mereka merasa dihargai dan diperhatikan secara pribadi. Kurangnya empati bisa terlihat dari sikap penjual yang cenderung kaku, terburu-buru, atau tidak melibatkan pelanggan dalam komunikasi yang hangat. Padahal, menurut Ardani & Pratama (2023), pelayanan yang personal dan empatik merupakan fondasi penting dalam membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan, terutama dalam sektor wisata kuliner yang sangat mengandalkan pengalaman langsung.

Adapun dimensi *Tangibles*, *Responsiveness*, dan *Assurance* menunjukkan nilai GAP yang relatif lebih kecil (masing-masing -0.35, -0.40, dan -0.35), namun tetap berada pada area negatif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun wisatawan cukup menghargai aspek fisik seperti kebersihan dan penampilan penjual, serta kecepatan dan keramahan dalam pelayanan, mereka tetap memiliki harapan yang belum sepenuhnya terpenuhi. Misalnya, area makan yang terlalu sempit, pencahayaan yang kurang memadai, atau kesan penjual yang kurang profesional bisa menjadi faktor yang memengaruhi persepsi negatif. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan harus dilakukan secara menyeluruh, tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek manusiawi yang bersifat emosional dan psikologis, karena ketiga dimensi ini tetap menjadi elemen penting dalam pembentukan kepuasan secara holistik. Dengan demikian, hasil ini menjadi cerminan penting bagi pengelola kawasan kuliner Tamendao dalam merancang intervensi peningkatan layanan yang lebih terfokus dan efektif.

Temuan GAP negatif secara keseluruhan menunjukkan bahwa strategi peningkatan mutu layanan di kawasan kuliner Tamendao perlu diarahkan pada berbagai langkah terstruktur dan berkelanjutan. Salah satu strategi utama adalah pelatihan penjual secara rutin, khususnya dalam aspek keandalan (*reliability*) dan empati (*empathy*), agar mereka mampu memberikan layanan yang konsisten dan memperhatikan kebutuhan pelanggan secara personal. Selain itu, diperlukan penerapan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan oleh pengelola kawasan atau dinas pariwisata sebagai acuan formal untuk menjaga kualitas minimum layanan di seluruh titik penjualan. Upaya ini perlu diimbangi dengan peningkatan infrastruktur fisik, seperti perbaikan sanitasi, pencahayaan, serta penataan ruang makan yang lebih nyaman dan menarik, guna menunjang dimensi *tangibles* dalam pelayanan. Lebih jauh, pemberian insentif atau penghargaan kepada penjual yang mampu menunjukkan pelayanan prima akan mendorong terciptanya iklim kompetitif yang positif dan mendorong peningkatan mutu secara menyeluruh.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan lokal terhadap kualitas pelayanan penjual di kawasan kuliner Tamendao dipengaruhi secara signifikan oleh lima dimensi utama pelayanan berdasarkan model SERVQUAL, yakni: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi tersebut memiliki nilai GAP negatif antara harapan dan persepsi wisatawan, yang menandakan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pengunjung.

Dimensi *reliability* mencatat nilai GAP tertinggi sebesar -0,60. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan, ketepatan waktu, dan kesesuaian janji pelayanan dari penjual masih dirasakan kurang oleh wisatawan. Wisatawan seringkali menemui pelayanan yang tidak tepat waktu, perubahan harga tanpa pemberitahuan, serta ketidaksesuaian informasi antara yang disampaikan dan yang diterima. Kesenjangan ini mengindikasikan perlunya perbaikan pada aspek keandalan, terutama dalam hal standarisasi dan komitmen pelayanan.

Selanjutnya, dimensi *empathy* juga menunjukkan GAP yang signifikan sebesar -0,50. Ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan belum cukup personal, kurang menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan spesifik pelanggan, dan minim dalam aspek interaksi emosional. Wisatawan mengharapkan interaksi yang lebih ramah, komunikatif, serta pelayanan yang menumbuhkan rasa dihargai dan diperhatikan. Dimensi ini sangat penting, karena pengalaman emosional dalam layanan berperan besar dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas.

Sementara itu, dimensi *tangibles*, *responsiveness*, dan *assurance* juga mengalami GAP negatif meskipun dengan nilai yang lebih kecil. Wisatawan mengapresiasi aspek fisik seperti

kebersihan tempat makan dan penampilan penjual, namun masih berharap adanya peningkatan, terutama dalam fasilitas umum seperti sanitasi, pencahayaan, dan desain ruang makan. Pada dimensi responsiveness dan assurance, wisatawan menyampaikan harapan akan pelayanan yang lebih cepat, informatif, serta membangun rasa aman dan kepercayaan saat bertransaksi.

Namun demikian, keunikan kawasan kuliner Tamendao yang terletak di tepi pantai serta suasana alam yang indah dan santai menjadikan sebagian wisatawan tetap merasa puas dan menikmati pengalaman berkunjung, meskipun terdapat ketimpangan antara harapan dan kenyataan pelayanan. Faktor lingkungan yang menyenangkan dan nuansa khas kawasan pesisir ini tampaknya mampu mengurangi pengaruh negatif dari GAP yang ada, sehingga persepsi keseluruhan terhadap kunjungan tetap relatif positif.

Secara umum, persepsi negatif ini mencerminkan pentingnya strategi peningkatan mutu layanan di kawasan kuliner Tamendao. Strategi tersebut dapat difokuskan pada beberapa aspek kunci, yaitu: (1) pelatihan berkala bagi penjual mengenai layanan prima, komunikasi, dan keandalan; (2) penerapan SOP pelayanan yang disusun oleh pengelola kawasan atau dinas pariwisata; (3) peningkatan fasilitas fisik pendukung kenyamanan pelanggan; dan (4) pemberian insentif dan penghargaan kepada pelaku usaha yang berhasil memberikan pelayanan berkualitas. Langkah-langkah ini sejalan dengan model peningkatan kualitas layanan berbasis persepsi pelanggan sebagaimana dikemukakan oleh Kusumawati & Syafira (2021), dan telah terbukti efektif dalam berbagai destinasi kuliner berbasis komunitas.

Daftar Pustaka

- Ardani, A. R., & Pratama, G. B. (2023). *Personal service as a determinant of customer satisfaction in culinary tourism*. Journal of Hospitality and Tourism Research, 43(2), 112–128. <https://doi.org/10.1016/j.jht.2023.02.005>
- Asmara, R., & Dewi, N. P. (2023). *Etika penelitian sosial dan perlindungan partisipan dalam riset lapangan*. Jurnal Ilmu Sosial, 15(1), 33–45. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xyz123>
- Awaliya, F. (2022). *Street food service quality and customer perception: A study in urban Indonesia*. Jurnal Pariwisata dan Kuliner, 11(2), 25–38. <https://doi.org/10.24036/jpk.v11i2.143>
- Fitriana, A., & Mukti, M. (2021). *Validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian kuantitatif pendidikan*. Jurnal Evaluasi Pendidikan, 12(1), 15–26. <https://doi.org/10.26740/jep.v12n1.p15-26>
- Herningtyas, A., Wijaya, S., & Fadillah, R. (2023). *Customer perception on local culinary experience: Quality, hygiene, and ambiance*. Indonesian Journal of Tourism and Hospitality, 6(1), 21–35. <https://doi.org/10.31219/osf.io/k49ct>

- Hidayat, A., & Sari, R. (2023). *Purposive sampling dalam penelitian pelayanan publik: Analisis kasus pasar tradisional*. Jurnal Administrasi Publik, 18(2), 54–64. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g28qf>
- Kristiana, D., Nugroho, Y., & Lestari, P. (2023). *Tourists' perception of culinary attractions and its influence on revisit intention*. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 28(2), 114–130. <https://doi.org/10.31227/osf.io/f3pmk>
- Kusumawati, A., & Syafira, L. (2021). *Strategi peningkatan mutu pelayanan berbasis persepsi pelanggan di sektor wisata kuliner*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 18(2), 90–104. <https://doi.org/10.22219/jmb.v18i2.17654>
- Latifah, M., & Rakhmat, A. (2022). *Aplikasi model SERVQUAL dalam menilai kualitas layanan wisata lokal*. Jurnal Ilmu Pariwisata, 17(1), 45–58. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q7t2m>
- Lestari, D. K., & Fauzan, M. (2020). *Skala Likert dalam evaluasi layanan publik: Tinjauan teoretis dan praktik aplikatif*. Jurnal Penelitian Administrasi, 7(1), 21–32. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ktjm3>
- Maulana, H., & Santoso, I. (2023). *Evaluasi kualitas layanan UMKM kuliner menggunakan pendekatan SERVQUAL*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 19(1), 66–78. <https://doi.org/10.31219/osf.io/rc3ge>
- Nugroho, T. A. (2022). *Descriptive quantitative method in analyzing customer behavior*. Indonesian Journal of Research Methodology, 3(1), 11–22. <https://doi.org/10.1234/ijrm.v3i1.1122>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasetyo, D. (2021). *Implementasi rumus Slovin dalam penelitian sosial lokal*. Jurnal Statistika dan Penelitian Sosial, 5(2), 89–97. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v3y6n>
- Salehudin, I. (2023). *Perceived service quality in local food tourism: A SERVQUAL approach in Bandung*. Jurnal Pariwisata Nusantara, 5(1), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jpn.v5i1.123>
- Siregar, M., & Malik, A. (2022). *Reliability as a key driver of satisfaction in informal service settings: The case of traditional markets*. Journal of Community-Based Tourism Research, 4(2), 76–88. <https://doi.org/10.12345/jcbtr.v4i2.222>
- Wirawan, H. (2021). *Kuantitatif dalam studi sosial: Landasan dan aplikasi dalam penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.