

---

## TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS: FAKTOR PENENTU PREFERENSI MAGANG DAN KEPUTUSAN KARIER MAHASISWA PARIWISATA

I Ketut Wibawa<sup>1</sup>, I Wayan Adi Pratama<sup>2</sup>, Vivi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Internasional Bali, Indonesia

E-mail: <sup>1</sup>[ketutwibawa16@gmail.com](mailto:ketutwibawa16@gmail.com), <sup>2</sup>[adi.pratama@pib.ac.id](mailto:adi.pratama@pib.ac.id), <sup>3</sup>[viaraya82@gmail.com](mailto:viaraya82@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 08-04-2026

Revised: 27-04-2026

Accepted: 09-05-2026

### Keywords:

Citra Perusahaan;

Keputusan Karier;

Kepuasan Magang;

Mahasiswa Perhotelan;

Tinjauan Literatur

Sistematis.

**Abstract :** Penelitian ini bertujuan untuk menyintesis secara sistematis literatur terkait faktor-faktor penentu yang memengaruhi preferensi, kepuasan magang, serta dampaknya terhadap keputusan karier mahasiswa vokasi pariwisata dan perhotelan. Menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan pedoman PRISMA, penelitian ini menelaah 24 artikel empiris dari pangkalan data akademik utama yang diterbitkan dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir. Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa dalam memilih lokasi magang tidak hanya didorong oleh motivasi internal, tetapi juga kesesuaian nilai organisasi, dukungan keluarga, dan citra perusahaan (employer branding). Namun, employer branding terbukti tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan karier jika tidak didukung oleh kualitas layanan magang yang baik, seperti bimbingan supervisor dan lingkungan kerja yang positif. Pengalaman operasional langsung terbukti secara signifikan menjembatani kesenjangan ekspektasi mahasiswa, yang pada akhirnya menekan tingkat niat berpindah (turnover intention) ke industri lain pasca-kelulusan. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara institusi pendidikan dan industri dalam menyusun program magang yang terstruktur, memiliki mentor yang suportif, serta memberikan kompensasi kelayakan kerja guna mempertahankan talenta muda di sektor perhotelan.

---

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat di industri pariwisata dan perhotelan global secara linier menuntut ketersediaan sumber daya manusia yang adaptif, terampil, dan berdaya saing tinggi. Untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoretis di ruang kelas dengan kebutuhan praktik operasional di industri, program magang atau *Work-Integrated Learning* menjadi instrumen wajib yang diimplementasikan oleh institusi pendidikan vokasi kepariwisataan (1). Program magang dirancang tidak hanya untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis dan manajerial, tetapi juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengevaluasi kesesuaian nilai personal mereka dengan realitas budaya kerja industri perhotelan (2).

Generasi Z saat ini mendominasi demografi mahasiswa pendidikan vokasi pariwisata. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik unik yang sangat mengutamakan inovasi,

fleksibilitas kerja, keseimbangan kehidupan-kerja (*work-life balance*), serta reputasi dan citra tempat mereka bekerja (3). Berdasarkan berbagai fenomena dan kajian awal, keputusan mahasiswa dalam memilih lokasi magang sangat dipengaruhi oleh citra perusahaan atau *employer branding* dari entitas perhotelan terkait (4). Meskipun demikian, setelah menjalani program magang, cukup banyak lulusan sekolah perhotelan yang justru mengalami keengganan untuk melanjutkan karier di sektor pariwisata karena terpapar realitas beban kerja yang tinggi, gaji yang tidak memadai, serta minimnya pengakuan kerja. Hal ini memicu masalah retensi talenta yang serius bagi para pemangku kepentingan industri.

Meskipun kajian mengenai dampak magang terhadap kepuasan dan minat karier mahasiswa perhotelan telah banyak dilakukan, sebagian besar riset tersebut masih bersifat parsial dan terbatas pada konteks geografis atau institusional tertentu. Oleh karena itu, studi tinjauan literatur sistematis (*Systematic Literature Review*) ini sangat diperlukan. Penelitian ini bertujuan untuk menyintesis secara sistematis temuan-temuan dari berbagai literatur guna mengidentifikasi faktor-faktor paling dominan yang memengaruhi preferensi magang, mengkaji peran *employer branding* dan kualitas layanan magang, serta mengevaluasi sejauh mana kepuasan magang berdampak pada keputusan karier (*career intention*) mahasiswa di masa depan.

## LANDASAN TEORI

Penelitian ini juga didasari oleh framework penentuan karir atau lebih dikenal dengan nama *job choice framework* yang dikemukakan oleh Behling, Labovitz, dan Gainer pada tahun 1968. Dalam framework tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pemilihan atau pengambilan keputusan berkaitan dengan karir. Tiga factor tersebut yaitu *objective factor*, *subjective factor*, dan *critical contact factor* (5).

*Objective factor* merupakan factor yang mendasar dan fundamental yang menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan atau memilih suatu pekerjaan. *Objective factor* meliputi gaji, keuntungan yang diperoleh, kesempatan untuk mengembangkan diri, promosi jabatan dan lain sebagai. Factor ini merupakan factor paling umum memengaruhi pengambilan keputusan untuk memilih suatu pekerjaan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menemukan bahwa *objective factor* merupakan factor yang memegang kontribusi besar bagi mahasiswa dalam memilih suatu pekerjaan. Ini berlaku juga bagi mahasiswa pariwisata dalam memilih tempat untuk melaksanakan program *magang* maupun untuk bekerja.

Faktor kedua adalah *subjective factor*. Factor ini lebih mengarah pada hal-hal yang berhubungan dengan psikologi pencari kerja. Salah satu contoh dari *subjective factor* adalah citra sebuah perusahaan atau organisasi. Perusahaan atau organisasi besar akan lebih digemari oleh pencari kerja karena dapat meningkatkan rasa bangga jika menjadi bagian dari perusahaan tersebut. Selain citra perusahaan karakteristik pemimpin serta rekan kerja juga menjadi pertimbangan bagi pencari kerja untuk menentukan pilihan. Kondisi lingkungan pekerjaan juga merupakan bagian dari *subjective factor*. Dengan kata lain, *subjective factor* merupakan pertimbangan bagi pencari kerja yang berhubungan dengan keuntungan yang diperoleh secara emosional.

Factor terakhir adalah *critical contact factor* yang merupakan faktor yang dipengaruhi oleh adanya kontak antara pencari kerja dengan perusahaan. Biasanya pencari kerja yang tidak mampu menganalisis atau menemukan *objective factor* dan *subjective factor*, akan

masuk pada factor ini. *Critical contact factor* dipengaruhi oleh hubungan yang terjadi antara pencari kerja dengan perusahaan. Salah satu contoh nyata *critical contact factor* adalah mahasiswa yang memilih untuk bekerja di tempat melakukan magang terdahulu karena telah memiliki hubungan dengan perusahaan tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengadopsi protokol pelaporan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Penelusuran literatur dirancang menggunakan kerangka PICo (Population: Mahasiswa pariwisata/perhotelan; Interest: Preferensi magang, employer branding, kepuasan, dan niat karier; Context: Industri perhotelan). Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengekstraksi artikel dari pangkalan data akademik utama seperti Scopus, Web of Science, dan Google Scholar menggunakan kata kunci seperti "internship preference", "employer branding", "internship satisfaction", dan "hospitality students".

Kriteria inklusi yang ditetapkan mencakup artikel jurnal penelitian empiris yang telah melalui proses peer-review, diterbitkan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir (2015–2026), ditulis dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia, dan secara spesifik menjadikan mahasiswa program studi pariwisata atau perhotelan sebagai sampel penelitian. Artikel yang berupa ulasan buku, disertasi yang tidak dipublikasikan, atau riset pada sektor selain kepariwisataan dieksklusi dari proses analisis.

Berdasarkan tahapan seleksi diagram alir PRISMA yang meliputi identifikasi, penyaringan, uji kelayakan, dan inklusi akhir, diperoleh 24 artikel jurnal yang dinilai sangat relevan. Data dari ke-24 artikel tersebut kemudian diekstraksi ke dalam matriks tinjauan dan dianalisis menggunakan metode Analisis Tematik (*Thematic Analysis*) (6) guna mengelompokkan temuan berdasarkan variabel-variabel penentu keputusan karier.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan tahapan seleksi menggunakan pedoman PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), diperoleh sebanyak 24 artikel empiris yang memenuhi seluruh kriteria inklusi dan digunakan sebagai sumber sintesis dalam penelitian ini. Artikel-artikel tersebut diterbitkan pada rentang tahun 2015–2026 dan berasal dari berbagai negara yang memiliki perkembangan industri pariwisata dan perhotelan yang cukup maju, seperti Indonesia, Thailand, Malaysia, Tiongkok, serta beberapa negara di Eropa. Sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap mahasiswa pariwisata dan perhotelan, sedangkan sebagian lainnya menggunakan pendekatan kualitatif maupun mixed methods untuk mengeksplorasi pengalaman magang dan keputusan karier mahasiswa.

Hasil pemetaan literatur menunjukkan bahwa penelitian-penelitian tersebut berfokus pada empat tema utama, yaitu: (1) preferensi mahasiswa dalam memilih tempat magang, (2) pengaruh employer branding terhadap minat bekerja, (3) kepuasan magang sebagai pengalaman pembelajaran, dan (4) pengaruh pengalaman magang terhadap keputusan karier di industri pariwisata dan perhotelan. Keempat tema tersebut kemudian dianalisis menggunakan Analisis Tematik sehingga diperoleh sintesis yang lebih

komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan karier mahasiswa.

### **Tema 1. Preferensi Magang Dipengaruhi oleh Faktor Internal dan Eksternal**

Hasil sintesis menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa dalam memilih lokasi magang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh kombinasi antara motivasi intrinsik dan faktor eksternal. Sebagian besar artikel menjelaskan bahwa mahasiswa cenderung memilih perusahaan yang mampu memberikan kesempatan belajar, peluang pengembangan karier, lingkungan kerja yang positif, serta reputasi perusahaan yang baik.

Selain itu, kesesuaian antara nilai pribadi mahasiswa dengan budaya organisasi (person-organization fit) juga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan pilihan tempat magang. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa dukungan keluarga, motivasi untuk memperoleh pengalaman profesional, serta harapan memperoleh pekerjaan setelah lulus menjadi faktor yang memperkuat preferensi mahasiswa terhadap perusahaan tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan memilih tempat magang merupakan hasil interaksi antara faktor objektif, faktor psikologis, dan lingkungan sosial mahasiswa.

### **Tema 2. Employer Branding Menjadi Daya Tarik Awal, Namun Tidak Menentukan Keputusan Karier**

Tema kedua menunjukkan bahwa employer branding merupakan salah satu faktor yang paling sering dikaji dalam literatur. Hotel atau perusahaan yang memiliki citra positif, reputasi internasional, serta peluang karier yang menjanjikan terbukti lebih diminati oleh mahasiswa ketika memilih lokasi magang.

Namun demikian, hasil sintesis memperlihatkan bahwa employer branding tidak secara langsung menentukan keputusan mahasiswa untuk berkarier di industri tersebut. Sebagian besar penelitian menyimpulkan bahwa citra perusahaan hanya berfungsi sebagai daya tarik awal sebelum mahasiswa memasuki dunia kerja. Setelah menjalani program magang, keputusan karier lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman nyata yang diperoleh selama proses magang. Apabila lingkungan kerja tidak mendukung, beban kerja terlalu tinggi, atau mahasiswa tidak memperoleh bimbingan yang memadai, maka pengaruh employer branding menjadi semakin lemah.

Temuan ini mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan perlu didukung oleh implementasi program magang yang berkualitas agar mampu mempertahankan minat mahasiswa untuk berkarier di industri perhotelan.

### **Tema 3. Kepuasan Magang Menjadi Faktor Penentu Keputusan Karier**

Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa kepuasan magang merupakan variabel yang paling konsisten berpengaruh terhadap keputusan karier mahasiswa. Hampir seluruh artikel yang direview melaporkan adanya hubungan positif antara kepuasan selama menjalani magang dengan niat mahasiswa untuk bekerja di industri perhotelan setelah lulus.

Mahasiswa yang memperoleh pengalaman belajar yang bermakna, mendapatkan kesempatan mengembangkan keterampilan, memperoleh fasilitas kerja yang memadai, serta menerima bimbingan dari supervisor menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang mengalami pengalaman magang yang kurang menyenangkan. Kepuasan tersebut pada akhirnya meningkatkan komitmen mahasiswa terhadap industri sekaligus menurunkan keinginan mereka untuk beralih ke sektor pekerjaan lain.

Sebaliknya, pengalaman negatif selama magang, seperti jam kerja yang berlebihan, minimnya penghargaan, komunikasi yang kurang baik, serta terbatasnya kesempatan

belajar, menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk tidak melanjutkan karier di industri perhotelan.

#### Tema 4. Dukungan Supervisor dan Lingkungan Kerja Menjadi Faktor Paling Dominan

Analisis terhadap seluruh artikel menunjukkan bahwa kualitas hubungan antara mahasiswa dengan supervisor merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan keberhasilan program magang. Supervisor tidak hanya berperan sebagai pembimbing teknis, tetapi juga sebagai mentor yang membantu mahasiswa beradaptasi dengan budaya kerja, meningkatkan rasa percaya diri, serta memberikan motivasi untuk berkembang secara profesional.

Selain supervisor, lingkungan kerja yang kondusif juga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan magang. Lingkungan kerja yang memberikan kesempatan belajar, komunikasi yang terbuka, kerja sama tim yang baik, serta perlakuan yang adil mampu meningkatkan pengalaman positif mahasiswa selama menjalani magang. Sebaliknya, lingkungan kerja yang kurang suportif menjadi salah satu penyebab utama menurunnya minat mahasiswa untuk berkarier di sektor perhotelan.

#### Sintesis Hasil Penelitian

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis tematik, dapat disimpulkan bahwa keputusan karier mahasiswa pariwisata merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Preferensi awal mahasiswa terhadap tempat magang memang dipengaruhi oleh reputasi perusahaan dan motivasi pribadi. Namun, keputusan untuk tetap berkarier di industri perhotelan lebih banyak ditentukan oleh pengalaman nyata selama menjalani program magang.

Kepuasan magang muncul sebagai variabel kunci yang menjembatani hubungan antara employer branding dengan keputusan karier. Program magang yang didukung oleh supervisor yang kompeten, lingkungan kerja yang positif, kesempatan belajar yang luas, serta fasilitas kerja yang memadai terbukti mampu meningkatkan komitmen mahasiswa terhadap industri perhotelan. Sebaliknya, apabila kualitas layanan magang tidak sesuai dengan ekspektasi mahasiswa, maka daya tarik employer branding menjadi tidak lagi berpengaruh terhadap keputusan karier mereka.

Hasil sintesis ini menunjukkan bahwa keberhasilan program magang tidak hanya ditentukan oleh citra perusahaan, tetapi juga oleh kualitas pengalaman belajar yang diberikan selama mahasiswa berada di dunia industri. Oleh karena itu, sinergi antara institusi pendidikan tinggi dan industri perhotelan menjadi faktor penting dalam menciptakan program magang yang mampu menghasilkan sumber daya manusia pariwisata yang profesional dan berkomitmen terhadap karier di sektor perhotelan.

#### Pembahasan

Ekspektasi dan motivasi kerja mahasiswa sebelum memasuki program magang merupakan fondasi fundamental yang memengaruhi keberhasilan mereka beradaptasi di industri. Motivasi kerja secara positif dan signifikan memperkuat kemampuan adaptasi serta keputusan karier mahasiswa di masa depan (1). Selain motivasi internal, kajian literatur menggarisbawahi pentingnya dukungan eksternal. Temuan lain mengungkapkan bahwa dukungan moral dari orang tua (*parental support*) serta kecocokan antara nilai individu mahasiswa dengan budaya organisasi (*person-organization fit*) berperan krusial dalam mengarahkan mahasiswa untuk bertahan di industri yang padat karya ini (7). Mahasiswa akan cenderung memilih entitas hotel yang nilai-nilainya selaras dengan ekspektasi karier



masa depan mereka.

Peran *Employer Branding* dan Kualitas Layanan Magang Citra perusahaan (*employer branding*) yang mempromosikan nilai sosial, inovasi, dan fasilitas ekonomi kerap kali menjadi daya tarik utama bagi mahasiswa saat memilih tempat magang. Namun, sintesis literatur ini mengungkapkan realitas yang kontras di lapangan. Sebuah studi menemukan bahwa *employer branding* secara parsial sering kali tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan karier jika mahasiswa tidak menerima pengalaman magang yang berkualitas (4). Hal ini memiliki arti bahwa citra positif perusahaan sebelum magang tidak akan berdampak pada niat karier jika realitas operasional tidak mendukung kesejahteraan peserta magang.

Kepuasan mahasiswa magang jauh lebih bergantung pada kualitas layanan magang yang mereka terima sehari-hari. Pemenuhan fasilitas fisik (akomodasi, makanan), jadwal kerja yang manusiawi, dan otonomi tugas terbukti memegang peranan penting. Lebih jauh, peran bimbingan atasan (*supervisor support*) dan dukungan rekan kerja diidentifikasi sebagai faktor yang paling krusial dalam menentukan kepuasan (8)(9). Mentor di tempat kerja tidak sekadar melatih keterampilan teknis, namun bertindak sebagai pelindung psikologis yang memediasi beban kerja berlebih (10), sehingga mencegah niat mahasiswa untuk berhenti dari industri.

Dinamika Kepuasan Magang Terhadap Keputusan Karier Masa Depan Pengalaman magang memposisikan dirinya sebagai katalisator utama atau titik balik (*turning point*) bagi mahasiswa vokasi pariwisata. Tingkat kepuasan magang yang tinggi terbukti secara empiris memiliki dampak positif dan signifikan secara simultan terhadap niat berkarier di industri perhotelan (*career intention*)(11). Sebuah riset bahkan mendemonstrasikan bahwa pengalaman magang secara langsung berkontribusi menjelaskan hingga 45,8% varians niat karier mahasiswa untuk terus bertahan dalam industri yang ditekuninya (12). Kajian meta-analisis berskala luas juga mengonfirmasi bahwa kepuasan terhadap sifat pekerjaan, relasi interpersonal, dan efikasi diri pasca-magang merupakan prediktor paling tangguh atas komitmen karier mahasiswa setelah lulus (13). Meskipun mahasiswa sering berhadapan dengan tuntutan fisik operasional perhotelan yang berat, hal ini mampu ditoleransi apabila institusi menyediakan lingkungan yang suportif dan kompensasi pengalaman (*fringe benefits*) yang menunjang prospek pengembangan profesional jangka panjang (6).

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa preferensi mahasiswa pariwisata dalam memilih lokasi magang sangat didorong oleh motivasi internal, ekspektasi terhadap citra perusahaan (*employer branding*), serta kecocokan budaya organisasi. Namun, daya tarik employer branding tidak cukup tangguh untuk mempertahankan niat karier mahasiswa apabila tidak diiringi dengan implementasi kualitas layanan magang yang unggul. Terdapat hubungan kausalitas yang kuat antara kepuasan pengalaman magang yang ditunjang oleh bimbingan mentor suportif, fasilitas fisik yang layak, serta lingkungan sosial yang adil terhadap keputusan komitmen karier mahasiswa pasca-kelulusan. Oleh karena itu, disarankan bagi institusi pendidikan tinggi untuk mempererat komunikasi yang sinergis dengan pelaku industri perhotelan guna menyusun kurikulum magang yang realistis dan terstruktur. Di sisi lain, manajemen hotel disarankan untuk memposisikan mahasiswa magang sebagai aset strategis jangka panjang, memberikan bimbingan kualitas tinggi, jadwal kerja yang fleksibel,

serta menyelaraskan realitas operasional dengan janji *employer branding* mereka demi mengurangi tingkat pengunduran diri talenta muda perhotelan di masa depan.

### **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian penulisan artikel ilmiah ini. Selain itu, apresiasi yang tinggi diberikan kepada seluruh tim penulis atas kontribusi nyata dalam penyelesaian artikel ini.

### **DAFTAR REFERENSI**

- [1] Sholahudin M, Ahadiat A, Ribhan. *The Effect Of Work Motivation And Work Skill On Career Decision Moderated By Internship Program In The Hotel Industry Of Lampung Province. J Ris Multidisiplin Edukasi. 2025;2(1):528-44.*
- [2] Lingadkar PR, Sankaranarayanan Kg. *Students ' Expectations And Perception Towards Tourism. J Law Sustain Dev. 2023;11(1):1-23.*
- [3] Marin-pantelescu A, Stefan-Hint M. *The Preferences of Generation Z for the Digitalisation of the Hospitality Industry. In: Sciendo. 2024.*
- [4] Putra IMS, Sulistyawati NLKS, Suastini NM. *The Effect Of Internship And Employer Branding On Career Intention Of Hospitality Department Students At Bali Tourism Polytechnic. J Kepariwisata. 2025;24(2).*
- [5] Ko C heng. *Exploring the Way Hotel Students Select Internship Employers. Open Access Libr J. 2021;8:1-19.*
- [6] Hamizi NZM, Din N, Ismail WRW, Devi M. *A Systematic Literature Review on the Role of Internships in Shaping Career Intentions in Hospitality. In: Environment-Behaviour Proceedings Journal. London; 2025. p. 29-31.*
- [7] Singkala T, Monpanthong P. *Social And Structural Influences On Tourism Students' Career Pathways: Implications For Regional Tourism Development In Thailand. Geoj Tour Geosites. 2025;62(4):2306-15.*
- [8] Annas M, Rizkalla N, Priswati M, Pratiwi H. *What Determinants Make Internship Intention to Join the Hospitality Industry. Dinasti Int J Econ Financ Account. 2023;4(1):138-45.*
- [9] Saputra E, Nuryanto H, Afriani M. *Penempatan Magang Pada Hotel Berbintang. Edukasi J Pendidik. 2022;20(2):195-206.*
- [10] Ferdian F, Yulastri A, Salehuddin M, Zahari M, Suyuthie H. *Shaping Futures for the Hotel Industry : Certified Internships and Commitment Toward Career Development. J Tech Educ Train. 2025;17(2):257-74.*
- [11] Rachel Z, Fadilah R. *Kepuasan Magang Mahasiswa D4 Manajemen Perhotelan UNP. Fill Manag Tour. 2024;2020-3.*
- [12] Prameswari MBN. *The impact of internship experience on students ' career intentions in hospitality education. Revenue Rev Manag Accounting, Bus Stud. 2025;6(2):155-62.*
- [13] Liu F, He Q, Wu N. *behavioral sciences Factors Influencing Students ' Career Intentions in the Hospitality and Tourism Industries : A Meta-Analysis. Behav Sci (Basel). 2022;12:15-7.*

**HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONG**