
Kualitas Layanan Dan Kepuasan Layanan Secara Daring Terhadap Loyalitas Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19

Rhoma Iskandar¹⁾, Arie Widiyastuti²⁾, Nadia Rista³⁾, Ayu Nurul Amalia³⁾

¹⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Panca Sakti Bekasi

²⁾Prodi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas Ilmu Pendidikan Univ. Panca Sakti Bekasi

³⁾Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Univ. Panca Sakti Bekasi

Correspondence author: Rhoma Iskandar, email :roma.iskandar@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.37012/jipmht.v4i2.477>

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 telah meluluhlantahkan hampir seluruh kehidupan umat manusia di dunia, termasuk Indonesia. Institusi pendidikan dipaksakan untuk memberikan layanan secara daring. Tujuan dari penelitian ini untuk mengungkap kualitas layanan (X_1) dan kepuasan layanan (X_2) terhadap loyalitas mahasiswa (Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Jumlah sampel penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang mengisi instrumen sebanyak 382 mahasiswa dari 799 mahasiswa semester akhir sebagai populasi. Pengambilan data menggunakan instrumen yang valid dan reliabel. Analisis data menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian mengungkapkan: 1) Persamaan regresi linear ganda $\bar{Y} = 1.812 + 0.223X_1 + 0.183X_2$ 2) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas mahasiswa; 3) Kepuasan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa 4) Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) kualitas layanan dan Kepuasan layanan terhadap loyalitas mahasiswa, 5) Koefisien determinasi Pengaruh Kualitas layanan Kepuasan layanan secara bersama-sama terhadap Loyalitas mahasiswa sebesar 63.7%.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Layanan, Loyalitas Mahasiswa.

ABSTRACT

The Covid 19 pandemic has devastated almost all human life in the world, including Indonesia. Educational institutions are forced to provide services online. The purpose of this study was to reveal service quality (X_1) and service satisfaction (X_2) on student loyalty (Y). This research uses quantitative research with a survey approach. This research sample using random sampling technique. The number of samples of this study were all students who filled out the instrument as many as 382 students from 799 final semester students as the population. Retrieval of data using valid and reliable instruments. Data analysis using simple regression. The research results reveal: 1) Multiple linear regression equation $\bar{Y} = 1.812 + 0.223X_1 + 0.183X_2$ 2) Service quality has a positive effect on student loyalty; 3) Service satisfaction has a positive effect on student loyalty 4) There is a joint influence (simultaneously) of service quality and service satisfaction on student loyalty, 5) The coefficient of determination of the influence of service quality Service satisfaction together on student loyalty is 63.7%.

Keywords: Service Quality, Service Satisfaction, Student Loyalty.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 telah meluluhlantahkan hampir seluruh kehidupan umat manusia di dunia, termasuk Indonesia. Institusi pendidikan dipaksakan untuk memberikan layanan secara daring.

Arundhati Roy (2020) menyebut pandemi ini memaksa manusia untuk putus dengan masa lalunya, membayangkan dunianya yang baru. Pandemi adalah sebuah portal, sebuah pintu gerbang menuju dunia berikutnya. Upaya pencegahan dan pelambatan penyebaran virus Corona telah melahirkan kebijakan bekerja, beribadah, dan belajar dari rumah. Karena cepat dan dahsyatnya efek dari pandemi Covid-19 ini terhadap kesehatan manusia, maka UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural) mengambil langkah strategis dengan menginstruksikan agar menutup sekolah dan pusat pendidikan demi melindungi keselamatan peserta didik dan pendidik. Sebagai konsekuensi dari hal ini maka pemerintah Indonesia telah memberlakukan beberapa upaya untuk memutus rantai penularan Covid-19 antara lain dengan melakukan imbauan untuk bekerja dan belajar dari rumah (BBdR), menjaga jarak (physical distancing) jika berada pada tempat terbuka atau umum, dan juga memberlakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) hingga larangan untuk pulang kampung (Suhubdy, 2020: 135).

Bukan hanya bidang kesehatan yang terkena dampaknya, akan tetapi Pandemi Covid 19 juga berdampak ke bidang ekonomi, sosial, politik, pendidikan, dan lain sebagainya. Dalam bidang pendidikan, dampak tersebut antara lain diwujudkan dengan adanya perubahan pola kualitas layanan pembelajaran bagi mahasiswa dari semula luring atau offline beralih kepada kualitas layanan daring atau online. Pola kualitas layanan yang dilakukan dimasa sebelum pandemi Covid-19 yang dilakukan secara offline menjadikan institusi pendidikan gagap akan kualitas layanan yang diberikan kepada mahasiswanya, mengingat pembelajaran secara online menuntut kompetensi seluruh civitas akademika Universitas Panca Sakti Bekasi untuk kompeten dalam menggunakan teknologi informasi. Kompetensi dan ketersediaan sarana prasarana dalam pelaksanaan kualitas layanan berujung pada kepuasan mahasiswa yang implikasinya pada kecintaan almamater yang lebih kita kenal dengan loyalitas. Secara harfiah, loyal berarti setia, sehingga loyalitas diartikan sebagai kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri.

Oliver yang dikutip Ratih Hurriyati (2005:128), “Customer loyalty is deeply held commitment to rebuy repatronize a preferred product or service concicently in the future, despite situational influences and marketing effort having the potential to cause switching behavior.” Dari kutipan di atas terlihat bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku.

Griffin (2001:4), “*Loyalty is defined as non random purchase expresse over time by some decision making unit.*” Loyalitas pelanggan lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa perusahaan yang dipilih.

Menurut Kotler (2002: 42) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Yamit (2005: 78) “Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya”. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kotler dan Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Pelayanan menurut Zein (2009:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam Lupiyoadi (2006: 181) berpendapat bahwa “Keberhasilan

perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan”.

Penelitian relevan terkait variabel Kualitas layanan dan variabel Kepuasan terhadap variabel Loyalitas diantaranya penelitian Asrul N.A. (2020) artikel dengan judul “Ekspektasi Dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Pendidikan Secara Daring Selama Pandemi Covid 19”, terbit pada Vol 16 No 2 (2020): Jurnal Administrasi Publik Puslatbang KMP LAN, hasil penelitian terdapat 6 faktor yang menjadi prioritas utama dalam proses perbaikan layanan pendidikan. Setidaknya ada 7 faktor yang patut dipertahankan dalam menjaga kualitas layanan pendidikan. Dua faktor yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Serta 5 faktor yang dianggap kurang penting tapi kinerja memuaskan. Perlu adanya strategi untuk memperbaiki layanan pendidikan secara daring selama pandemi covid-19 dalam upaya peningkatan kepuasan mahasiswa sesuai yang dibutuhkan. Hartono K.B., dan Salim L., (2020) judul artikel “Pengalaman Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. Terbit pada Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 23 . Nomor 02. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pemasaran dan servqual berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan yang diperkuat oleh kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai memediasi pengaruh pengalaman pemasaran dan servqual terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan saja tidak dapat memediasi pengaruh pemasaran berdasarkan pengalaman pemasaran atau kualitas layanan/servqual dengan loyalitas pelanggan. Kepercayaan bersama dengan kepuasan pelanggan memediasi pemasaran pengalaman pemasaran dan kualitas layanan/servqual terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan bisa menjadi variabel mediasi jika konsumen sudah merasakan kepuasan. Indra, N., dan Siagian, A.O. (2021) judul “Analisis Kualitas Pelayanan Kepuasan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Pelanggan Go-Jek Pada Masa Pandemi Covid-19”. Terbitan Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 1. Hasil penelitian pengaruh yang signifikan pada ikatan pelayanan serta pemanfaatan teknologi data terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini, tidak hanya mutu layanan yang didapat pula berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi data kepuasan serta loyalitas pelanggan. Dari penelitian penelitian yang terdahulu dan relevan, pada penelitian ini bertujuan mengungkap “Kualitas Layanan Dan Kepuasan Layanan Secara

Daring Terhadap Loyalitas Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19”. Kepuasan layanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan kepuasan layanan akademik dan non akademik mahasiswa secara daring (online). Untuk Loyalitas mahasiswa yaitu kesediaan mahasiswa dalam merekomendasikan dan mempromosikan Universitas Panca Sakti Bekasi kepada orang lain. Keseluruhan variabel diteliti pada masa pandemi Covid-19.

METODE PELAKSANAAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survey, dengan populasi seluruh mahasiswa semester akhir yang telah melaksanakan sidang skripsi yang berjumlah 799 mahasiswa dari 3 Fakultas dan 9 Program studi yang ada di lingkungan Universitas Panca Sakti Bekasi. Jumlah sampel penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang mengisi instrumen penelitian yang berjumlah 382 mahasiswa dari total keseluruhan 799 mahasiswa. Teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *random sampling*. Pengumpulan data berupa skor diambil dengan menggunakan instrumen kualitas layanan, kepuasan layanan, dan instrumen loyalitas mahasiswa. Seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel. Hipotesa penelitian: 1) Diduga terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas mahasiswa; 2) Diduga terdapat pengaruh kepuasan layanan terhadap loyalitas mahasiswa; 3) diduga terdapat pengaruh kualitas layanan dan kepuasan layanan secara simultan terhadap loyalitas mahasiswa. Uji hipotesis dengan analisis regresi ganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Setelah di dapat data penelitian selanjutnya data dideskripsikan sebagai berikut: 1). Kualitas layanan jumlah responden sebanyak 382 mahasiswa dengan skor terendah 9 dan skor tertinggi 20, dengan rata-rata skor (mean) sebesar 17.118, rentang skor 11, simpangan baku atau standard deviasi 2.557, skor yang sering muncul (modus) 20, nilai tengah (median) 17; 2). Kepuasan layanan jumlah responden sebanyak 382 mahasiswa dengan skor terendah 8 dan skor tertinggi 20, dengan rata-rata skor (mean) sebesar 16.945, rentang skor 12, simpangan baku atau standard deviasi 2.710, skor yang sering muncul (modus) 20, nilai tengah (median) 17; 3). Loyalitas mahasiswa jumlah responden sebanyak 382 mahasiswa dengan skor terendah

4 dan skor tertinggi 10, dengan rata-rata skor (mean) sebesar 8.741, rentang skor 6, simpangan baku atau standard deviasi 1.273, skor yang sering muncul (modus) 10, nilai tengah (median) 9.

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 20 sebagai berikut: 1). Persamaan Linear Ganda dan Uji Signifikansi Koefisien Persamaan Regresi. Dari tabel coefficients di atas, diperoleh konstanta $b_0 = 1.812$ koefisien regrasi $b_1 = 0.223$, dan $b_2 = 0.183$. Sehingga persamaan regresi linear ganda adalah $\bar{Y} = 1.812 + 0.223X_1 + 0.183X_2$. Hipotesis: $H_0 : \beta_1 < 0$ vs $H_1 : \beta_1 > 0$ dan $H_0 : \beta_2 < 0$ vs $H_1 : \beta_2 > 0$. Dari hasil analisis seperti disarikan pada tabel menunjukan harga statistik untuk koefisien variable X_1 yaitu $t_{hitung} = 8.526$ dan $p\text{-value} = 0/2 = 0.000 < 0.05$ (uji pihak kanan), atau H_0 ditolak yang bermakna Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas mahasiswa. Selanjutnya harga statistik untuk koefisien variable X_2 yaitu $t_{hitung} = 7.421$ dan $p\text{-value} = 0/2 = 0 < 0.05$ (uji pihak kanan), atau H_0 ditolak, yang bermakna kepuasan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa; 2). Uji Signifikansi Persamaan Regresi Ganda. $H_0 : \beta_1 = \beta_2$ atau $H_0 : \beta_1 - \beta_2 = 0$ dan $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2$ atau $H_1 : \beta_1 - \beta_2 \neq 0$. Dari hasil analisis yang disarikan pada tabel ANOVA di atas diperoleh, harga statistik $F_{hitung} = 332.005$, dan $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$ atau hal ini berarti H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh linear variabel kualitas layanan dan kepuasan layanan dengan loyalitas mahasiswa. Hal ini juga bermakna terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) kualitas layanan dan Kepuasan layanan terhadap loyalitas mahasiswa; 3) Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Ganda. Hipotesis statistik: $H_0 : \rho < 0$ dan $H_1 : \rho > 0$ Uji signifikansi koefisien korelasi ganda diperoleh dari tabel model summary di atas. Terlihat bahwa koefisien korelasi ganda (R) = 0.798 dan F_{hit} (F_{change}) = 332.005, serta $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$ atau H_0 ditolak. Dengan demikian koefisien korelasi ganda antara X_1 dan X_2 dengan Y adalah berarti atau signifikan. Sedangkan koefisien determinasi ditunjukkan oleh R Square = 0,637, yang

mengandung makna bahwa 63.7% variabilitas variabel Loyalitas mahasiswa (Y) dapat di jelaskan oleh Kualitas layanan (X_1) dan Kepuasan layanan (X_2), sehingga dapat di simpulkan bahwa pengaruh Kualitas layanan Kepuasan layanan secara bersama-sama terhadap Loyalitas mahasiswa sebesar 63.7%; 4) Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Parsial. a) Korelasi Antara Kualitas layanan (X_1) dan Loyalitas mahasiswa (Y) dengan mengontrol pengaruh Kepuasan layanan (X_2) ($r_{y1.2}$). Dari hasil analisis pada tabel di atas diperoleh ($r_{y1.2}$) = 0,401 dan p-value = $0.000 < 0,05$ atau H_0 ditolak. Dengan demikian, koefisien korelasi antara Kualitas layanan (X_1) dan Loyalitas mahasiswa (Y) dengan mengontrol variabel Kepuasan layanan (X_2) adalah signifikan; b) Korelasi Antara Kepuasan layanan (X_2) dan Loyalitas mahasiswa (Y) dengan mengontrol pengaruh Kualitas layanan (X_1). Hasil analisis diperoleh ($r_{y2.1}$) = 0,356, dan p-value = $0,000 < 0.05$ atau H_0 ditolak. Dengan demikian, koefisien korelasi antara Kepuasan layanan (X_2) dan Loyalitas mahasiswa Y dengan mengontrol variabel Kualitas layanan (X_1) adalah signifikan,

Pembahasan

- 1) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas mahasiswa, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hartono K.B., dan Salim L., (2020) judul artikel “Pengalaman Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pemasaran dan servqual berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan yang diperkuat oleh kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai memediasi pengaruh pengalaman pemasaran dan servqual terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan saja tidak dapat memediasi pengaruh pemasaran berdasarkan pengalaman pemasaran atau kualitas layanan/servqual dengan loyalitas pelanggan. Kepercayaan bersama dengan kepuasan pelanggan memediasi pemasaran pengalaman pemasaran dan kualitas layanan/servqual terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan bisa menjadi variabel

mediasi jika konsumen sudah merasakan kepuasan. Dengan demikian hipotesa pertama penelitian ini didukung oleh data empiris.

- 2) Kepuasan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa, hasil penelitian ini mendukung penelitian Asrul N.A. (2020) artikel dengan judul “Ekspektasi Dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Pendidikan Secara Daring Selama Pandemi Covid 19”, terbit pada Vol 16 No 2 (2020): Jurnal Administrasi Publik Puslatbang KMP LAN, hasil penelitian terdapat 6 faktor yang menjadi prioritas utama dalam proses perbaikan layanan pendidikan. Setidaknya ada 7 faktor yang patut dipertahankan dalam menjaga kualitas layanan pendidikan. Dua faktor yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Serta 5 faktor yang dianggap kurang penting tapi kinerja memuaskan. Perlu adanya strategi untuk memperbaiki layanan pendidikan secara daring selama pandemi covid-19 dalam upaya peningkatan kepuasan mahasiswa sesuai yang dibutuhkan. Dengan demikian hipotesis kedua penelitian ini didukung oleh data empiris.
- 3) Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) kualitas layanan dan Kepuasan layanan terhadap loyalitas mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Indra, N., dan Siagian, A.O. (2021) judul “Analisis Kualitas Pelayanan Kepuasan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Pelanggan Go-Jek Pada Masa Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian pengaruh yang signifikan pada ikatan pelayanan serta pemanfaatan teknologi data terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini, tidak hanya mutu layanan yang didapat pula berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi data kepuasan serta loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini didukung oleh data empiris.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan: 1) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas mahasiswa; 2) Kepuasan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa 3) Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) kualitas layanan dan Kepuasan layanan terhadap loyalitas mahasiswa, Pengaruh Kualitas layanan Kepuasan layanan secara bersama-sama terhadap Loyalitas mahasiswa sebesar 63.7%

REFERENSI

- Anwar, S. 2010. Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. 2009. Manajemen Penelitian. Jakarta: PT Rieka Cipta.
- Asrul N.A. (2020) artikel dengan judul “Ekspektasi Dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Pendidikan Secara Daring Selama Pandemi Covid 19”, terbit pada Vol 16 No 2. Link [Vol 16 No 2 \(2020\): Jurnal Administrasi Publik Puslatbang KMP LAN](#)
- Bloom, B.S. 1981. Taxonomy of Educational Objective. Handbook I. New York: Xongman Inc.
- Hartono K.B., dan Salim L., (2020) judul artikel “Pengalaman Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. Terbit pada Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 23 . Nomor 02. Link <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi/article/view/1215>
- Kerlinger, F. N. 2006. Asas-Asas Penelitian Behavioral. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Prawitasari, J. E. 1995. Mengenal Emosi Melalui Komunikasi Nonverbal. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM,.
- Seniati, L. 2006. Psikologi Eksperimen. Jakarta: PT Intan Sejati Klaten.
- Surapranata, S. 2003. Analisis, Penskoran, dan Interpretasi Hasil Tes, Modul.
- Supriyadi. 2018. Pengaruh Pendekatan Pembelajaran, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Adversitas terhadap Hasil Belajar Videografi, Disertasi. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta
- Slameto. 1987. Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Siagian, A.O. 2021 Analisis Kualitas Pelayanan Kepuasan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Pelanggan Go-Jek Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Akrab. Link. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1384>
- Syah, M. 1995. Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Baru. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wagner. 1993. Perkembangan Psikologi Anak, terjemahan Rudi handoko. Jakarta: PT Gramedia.
- Winkel W.S. 1987. Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar. Jakarta: Gramedia.