



Pengaruh Penggunaan Teknologi Virtual Classroom terhadap Kepuasan Pelanggan Bimbel Online Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan

Shella Atsya Audia^{1*}, Rosa Lesmana²

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

*Corresponding author: shellaatsya30@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Diterima : Mei 2025
Disetujui : Juni 2025
Diterbitkan : Juli 2025

Keywords:

Use of Virtual Classroom Technology, Customer Satisfaction

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the condition of the Evachlo Panglima Polim South Jakarta virtual class. To find out the effect of virtual classes on customer satisfaction at Evachlo Panglima Polim South Jakarta. This research method uses a quantitative description method, data collection techniques using questionnaires. In the research population, there were 120 customers of Tutoring Evachlo Panglima Polim South Jakarta. So the sample was taken using the Slovin formula, so the sample in this study was rounded up to 92 people. Using this technique, a sample of 92 customers of the South Jakarta Evachlo Panglima Polim Tuition Center were taken. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, multiple correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. Based on the table above, the regression equation is as follows: $Y = 2.986 + 0.932 X$. A correlation of 0.914 has a very strong relationship. The coefficient of determination is 0.836 or 83.6% while the remainder is 16.4%. From the table above, the results of calculating the t test value for the variable Use of Virtual Technology (X) are obtained with a tcount of 21.402 and a significance of 0.000. Because tcount is greater than ttable ($21.402 > 1.986$) and the significance is smaller than 5%, H_a is accepted and H_0 is rejected, it can be stated that the use of virtual technology (X) has a significant effect on customer satisfaction (Y).

Kata Kunci:

Penggunaan Teknologi Virtual Classroom, Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi virtual classroom Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan. Untuk mengetahui pengaruh virtual classroom terhadap kepuasan pelanggan pada Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan. Metode penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Dalam populasinya adalah pelanggan Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan Sebanyak 120 orang Pelanggan. maka pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, Maka dibulatkan menjadi sampel pada penelitian ini 92 Orang. Dengan teknik tersebut, diambil sampel sebanyak 92 pelanggan Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien korelasi ganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis, berdasarkan tabel di atas, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: $Y = 2,986 + 0,932 X$. Koefisien Korelasi sebesar 0,914 memiliki hubungan yang sangatkuat, Koefisien Determinasi sebesar 0,836 atau 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4%. Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) dengan thitung sebesar 21,402 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel ($21,402 > 1.986$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Penggunaan Teknologi Virtual (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author

PENDAHULUAN

Dengan pertumbuhan pesat Teknologi Informasi (TI), pentingnya pendidikan yang berbasis TI menjadi semakin jelas. Sebagai hasilnya, muncul konsep *E-Learning* yang mempengaruhi perubahan dari pendidikan konvensional ke format digital, termasuk konten dan sistemnya (Hermita, 2019). Salah satu inovasi yang muncul adalah penggunaan teknologi virtual *classroom* dalam menyediakan layanan bimbingan belajar (bimbel) secara *daring* atau *online*. Bimbel online menawarkan fleksibilitas dan aksesibilitas yang lebih besar bagi pelajar, memungkinkan mereka untuk mengakses sumber belajar tanpa terikat oleh batasan geografis.

Keberlangsungan proses pembelajaran yang efektif memerlukan sebuah wadah yang dapat mengakomodasi dan mengoptimalkan komponen-komponen pembelajaran. Menurut Segara. N.B. (2019:25) Dewasa ini, wadah yang berupa sebuah lingkungan yang mendukung peserta didik dalam belajar sedang berkembang secara bertahap. Teori Bruner berkaitan erat dengan model Environmental Learning, karena dalam pembelajaran tersebut meliputi kegiatan konstruksi pengetahuan berdasarkan percobaan yang dilakukan. Dalam pembelajaran berbasis lingkungan meliputi kegiatan Engagement yakni keterlibatan peserta didik secara aktif berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Mereka adalah para ahli dalam bidang pendidikan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi proses belajar dan pengajaran. Lingkungan belajar menjadi salah satu wadah yang dapat menunjang proses pembelajaran guna tercapai sebuah tujuan pendidikan. Istilah tersebut mengacu pada sebuah kenyataan bahwa pembelajaran dapat dilakukan dimana saja, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan sesuai dengan kebutuhan. Definisi tersebut lebih mengarah pada suatu kelas yang benar-benar diinginkan oleh peserta didik, yang tentunya melebihi kelas tradisional yang hanya difasilitasi oleh deretan bangku dan meja, serta dilengkapi dengan sebuah papan tulis.

Teknologi *virtual classroom* telah membuka pintu bagi transformasi dalam pendidikan dengan menyediakan layanan bimbingan belajar (bimbel) secara *daring* atau *online*. Keberadaan teknologi ini menghapuskan kendala ruang dan jarak, memberikan pelajar kebebasan untuk mengakses bimbel dari mana saja selama terhubung dengan internet. Ini memiliki implikasi positif terutama bagi pelajar yang terbatas oleh batasan geografis atau mobilitas fisik, karena mereka tidak lagi harus berpindah tempat atau menghadapi kesulitan dalam menghadiri sesi bimbel di lokasi tertentu.

Menurut Dian et al., (2019:27) Fleksibilitas adalah salah satu keunggulan utama dari bimbel *online*. Pelajar dapat mengatur jadwal belajar mereka sesuai dengan preferensi dan ketersediaan waktu masing-masing. Mereka tidak lagi terikat pada jadwal yang sudah ditetapkan secara ketat, seperti yang umumnya terjadi pada bimbel konvensional. Hal ini memungkinkan adanya penyesuaian yang lebih baik dengan aktivitas sehari-hari atau kegiatan ekstrakurikuler lainnya yang mungkin dimiliki oleh pelajar.

Selain itu, aksesibilitas yang lebih besar juga menjadi keuntungan penting dari bimbel *online*. Pelajar dapat dengan mudah mengakses materi pembelajaran kapan saja dibutuhkan, bahkan di luar jam-jam bimbel yang telah dijadwalkan secara langsung. Dengan demikian, teknologi *virtual classroom* tidak hanya menghadirkan kemudahan dalam hal akses dan fleksibilitas, tetapi juga memberikan peluang untuk peningkatan efisiensi pembelajaran. Dalam konteks bimbel online, kombinasi antara teknologi ini dengan kebutuhan pelajar akan fleksibilitas waktu dan ruang merupakan faktor kunci yang membuatnya menjadi pilihan yang menarik dan relevan bagi pelajar di era digital ini.

Kepuasan pelanggan adalah faktor krusial dalam menjaga kelangsungan bisnis bimbel online. Pelanggan yang puas cenderung akan mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan bimbel dan bahkan dapat menjadi pelanggan setia dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, pelanggan yang puas juga lebih mungkin untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan pangsa pasar dan

reputasi bisnis bimbel online (Basri, 2017). Menurut Sugiyono (2019:53), pra survei meliputi persiapan judul, persiapan teori, pengajuan judul, dan mencari perusahaan.

Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang menggunakan angket untuk mengumpulkan data dari sampel yang diambil dari populasi. Data yang diperoleh dari metode survei dapat digunakan untuk menguji hipotesis, mendapatkan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, dan perilaku. Kepuasan pelanggan masih sangat rendah dilihat bahwa persentase masih sangat jauh dari yang diharapkan. Dalam konteks bimbel online, di mana persaingan semakin ketat dan pilihan bagi pelanggan semakin banyak, menjaga kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama. Kepuasan pelanggan tidak hanya mencakup pengalaman belajar yang positif, tetapi juga melibatkan aspek-aspek lain seperti kemudahan penggunaan platform, kualitas materi pembelajaran, responsivitas tutor atau instruktur, dan ketersediaan sumber daya pendukung lainnya.

Oleh karena itu, untuk menjaga kepuasan pelanggan, penyedia layanan bimbel online perlu terus memperhatikan umpan balik dari pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, dan berkomitmen untuk memberikan pengalaman belajar yang optimal. Selain itu, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan menawarkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka juga merupakan langkah penting dalam memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi fokus bagi penyedia layanan bimbel online dalam menjaga kelangsungan bisnis mereka, tetapi juga menjadi kunci untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan membangun reputasi yang positif di pasar. Meskipun teknologi virtual classroom menawarkan berbagai manfaat yang menarik, seperti tingkat interaktivitas yang tinggi, aksesibilitas, dan kemudahan penggunaan, namun belum banyak penelitian yang mendalam mengenai bagaimana penggunaan teknologi tersebut secara spesifik memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di konteks bimbel online. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor krusial dalam menjaga kelangsungan bisnis bimbel online, karena pelanggan yang puas cenderung akan tetap setia dan bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat membantu dalam meningkatkan basis pelanggan dan citra merek (Belawati, 2019). Harapan dan juga realita yang terjadi ketika pelanggan mengikuti virtual classroom yang ada, dapat dikatakan bahwa harapan pelanggan belum sesuai dengan realita yang terjadi, maka dapat dikatakan bahwa perlu adanya perbaikan mengenai hal tersebut, agar pelanggan merasa puas dan senang belajar virtual di tempat tersebut.

Penelitian-penelitian sebelumnya mungkin telah menyelidiki kepuasan pelanggan dalam konteks pendidikan online secara umum, namun mungkin belum secara khusus memfokuskan pada penggunaan teknologi virtual classroom dalam bimbel online. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dengan menyelidiki secara lebih mendalam tentang sejauh mana teknologi virtual classroom memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan di bimbel online. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik dan mendalam tentang bagaimana penggunaan teknologi virtual classroom berkontribusi terhadap pengalaman belajar pelanggan, serta sejauh mana hal tersebut memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi penyedia layanan bimbel online untuk meningkatkan kualitas layanan mereka dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan dengan lebih baik lagi.

KAJIAN LITERATUR

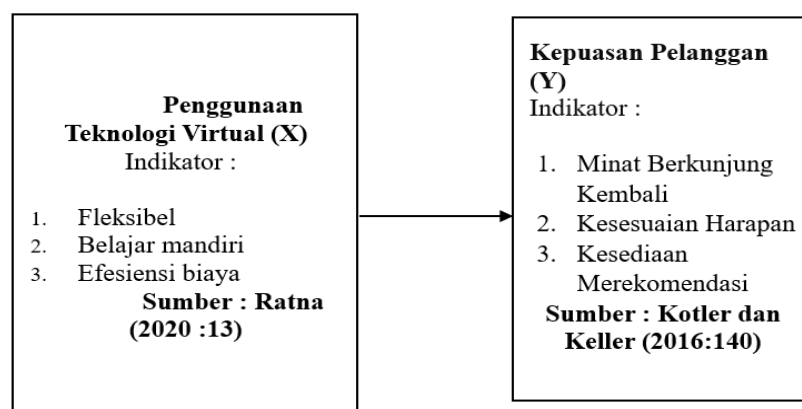
Penggunaan Teknologi Virtual Classroom

Pembelajaran online pada dasarnya adalah metode pembelajaran jarak jauh (PJJ), sebuah sistem yang telah ada sejak pertengahan abad ke-18. Sejak awal, PJJ selalu

mengandalkan teknologi, baik teknologi sederhana maupun yang paling canggih, untuk mendukung kegiatan belajarnya. Perkembangan PJJ sepanjang sejarah dapat dilihat melalui evolusi teknologi yang digunakan. Sebagai contoh, Pada generasi keempat dan kelima, istilah-istilah seperti e-learning, online learning, dan mobile learning menjadi semakin populer dan berperan besar dalam menyebarkan fenomena PJJ. (Belawati, 2019). Seperti yang telah diungkap, pembelajaran online berkembang sejak generasi keempat dengan munculnya Internet. Dalam Bahasa Indonesia, pembelajaran online merujuk pada proses belajar yang berlangsung melalui jaringan internet. Oleh karena itu, istilah "pembelajaran online" kerap disebut sebagai "pembelajaran dalam jaringan" atau "pembelajaran daring". Istilah "online learning" sering dibandingkan dengan istilah lain seperti e-learning, internet learning, web-based learning, tele-learning, distributed learning, dan lain sebagainya. Beberapa tahun belakangan, pembelajaran online juga sering dikaitkan dengan istilah mobile learning atau m-learning, yaitu pembelajaran online yang dilakukan melalui perangkat bergerak seperti tablet dan smartphone (Belawati, 2019). Salah satu definisi yang diterima oleh banyak pihak, seperti yang diungkapkan oleh Darin E. Hartley, adalah bahwa "E-learning adalah suatu bentuk pembelajaran yang memfasilitasi penyampaian materi kepada siswa melalui media Internet, Intranet, atau media jaringan komputer lainnya." (Asshidiqqi, 2019).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dapat dijelaskan sebagai usaha untuk memperoleh sesuatu atau mencapai tingkat kecukupan. Howard dan Sheth menggambarkan kepuasan pelanggan sebagai persepsi pembeli terhadap sejauh mana manfaat yang diterima sebanding atau berbeda dengan biaya yang dikeluarkan. Di sisi lain, menurut Kotler & Amstrong (2018), kepuasan pelanggan adalah penilaian terhadap sejauh mana kinerja suatu produk sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Umar dalam penelitian yang dilakukan oleh Yang et al. (2019), kepuasan pelanggan tidak hanya memiliki dampak yang nyata terhadap keinginan pelanggan untuk membeli kembali, tetapi juga berdampak pada profitabilitas dan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan penekanan pada pemenuhan kebutuhan pelanggan guna menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dari berbagai interpretasi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian yang dilakukan oleh pelanggan dengan membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan mereka. Pelanggan merasa puas ketika produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi atau melebihi harapan mereka. Sebaliknya, jika produk atau layanan tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan merasa puas. Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam referensi yang dikutip oleh Indrasari (2019:90), kepuasan pelanggan adalah perasaan gembira atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan hasil atau kinerja sebuah produk atau layanan dengan ekspektasi mereka.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

H0: Diduga Tidak terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Virtual terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan

H1: Diduga Terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Virtual terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dengan meto deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 3) bahwa: “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian”. Tempat penelitian ini dilakukan di Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan yang berlokasi Jl. Panglima Polim XII No.6, RT.4/RW.7, Melawai, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160. Dalam penelitian populasinya adalah Siswa Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan Sebanyak 120 orang Pelanggan. Dengan teknik Slovin, diambil sampel sebanyak 92 Siswa Bimbel Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan. Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pernyataan-pernyataan dimana masing-masing jawabannya mengacu pada skala Likert. Sugiyono (2017:270) mengemukakan bahwa analisis regresi digunakan oleh peneliti bila ingin mengetahui bagaimana variable dependen atau kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau predictor secara individual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi X – Y

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	2.986	2.180		1.370.174
	Penggunaan Teknologi Virtual (X)	.932	.044	.914	21.402.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel di atas, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: Nilai konstanta intersep sebesar 2,986 menyatakan bahwa jika variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 2.986. Nilai koefisien regresi variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.932. Hal ini berarti jika variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.932, dengan asumsi variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) dianggap konstan.

Tabel 2. Koefisien Korelasi X – Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	.836	.834	2.64693

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Teknologi Virtual (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) sebesar 0,914, masuk pada interval 0,750 - 0,990 artinya bahwa tingkat

hubungan antara variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi X – Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	.836	.834	2.64693

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Teknologi Virtual (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.836, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 83.6% variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 16,4% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi X – Y

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	2.986	2.180		1.370.174
	Penggunaan Teknologi Virtual (X)	.932	.044	.914	21.402.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) dengan thitung sebesar 21,402 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel (21,402 > 1.986) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Penggunaan Teknologi Virtual (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan jawaban responden variabel Penggunaan Teknologi virtual pada Bimbel di Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan dalam kondisi Kurang Baik dengan rata rata jawaban responden 3,38 berada pada rentang skala 2,60 – 3,39 dengan kriteria Kurang Baik. Berdasarkan jawaban responden variabel kepuasan pelanggan pada Bimbel di Evachlo Panglima Polim Jakarta Selatan dalam kondisi Kurang Baik dengan rata rata jawaban responden 3,36 berada pada rentang skala 2,60 – 3,39 dengan kriteria Kurang Baik. Berdasarkan tabel di atas, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: $Y = 2,986 + 0,932 X$. Koefisien Korelasi sebesar 0,914 memiliki hubungan yang sangatkuat, Koefisien Determinasi sebesar 0,836 atau 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4%. Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Penggunaan Teknologi Virtual (X) dengan thitung sebesar 21,402 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel (21,402 > 1.986) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Penggunaan Teknologi Virtual (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, Diah, Rt Al. 2020. Pelatihan Pemanaatan Google Classroom Untuk Mendukung Kegiatan Pembelajaran Daring Saat Pandemi COVID 19 Di SMPIT Insan Rabbani. Jurnal Abdidas 1.5

- Ashsiddiqi, Hasbi. "Kompetensi Sosial Guru Dalam Pembelajaran Dan Pengembangannya.".....Hlm. 61-71.
- Basri, Hasan, 2017. Pengaruh Pembelajaran E-Learning Terhadap Hasil Belajar Siswa Mata Pelajaran PAI Di SMK Plus Melati Samarinda
- Belawati, T. (2019). Pembelajaran Online. Jakarta, Universitas Terbuka
- Belawati, Tian. "Pembelajaran Online." Jakarta, Universitas Terbuka (2019).Hlm. 6
- Dian Rahardian, Dkk, Teknologi Pendidikan: Kajian Aplikasi Ruang Guru Berdasarkan Paradigma Interaksi Manusia Dan Komputer, Jurnal PETIK, Volume 5, Nomor 1, Tahun 2019
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hernita BR Siallagan, Pengaruh Aplikasi Ruang Guru Terhadap Minat Belajar, (Skripsi, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2019)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principle Of Marketing: Vol. 17e Global Edition. Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (Vol. 15e). Pearson Education.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Penerbit Alfabeta,Bandung
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa. Andi.
- Yang, K.-F., Yang, H.-W., Huang, C.-H., Yang, J.-Y., & Chang, W.-Y. (2019). Research On The Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty-Taking Corporate Image As A Moderating Variable. Proceedings Of 63 The 2019 5th International Conference On Industrial And Business Engineering., 119–122. <https://doi.org/10.1145/3364335.3364339>