

# Efektivitas Penggunaan Model *Window Shopping* untuk Meningkatkan Minat Siswa Mengikuti Layanan Bimbingan dan Konseling

Muh. Mansyur Thalib\*, Nur Eka Wahyuningsih, Dian Fitriani, Nurwahyuni, Hasan Hasan  
Universitas Tadulako Palu, Indonesia  
✉ [mansyuruntad46@gmail.com](mailto:mansyuruntad46@gmail.com)\*

Submitted: 03-05-2023

Revised: 27-05-2023

Accepted: 23-06-2023

Copyright holder:

© Thalib, M. M., Wahyuningsih, N., Fitriani, D., Nurwahyuni, N., & Hasan, H. (2023)

First publication right:

© Ghaidan Jurnal Bimbingan Konseling & Kemasyarakatan

**How to cite:** Thalib, M. M., Wahyuningsih, N., Fitriani, D., Nurwahyuni, N., & Hasan, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Model Window Shopping untuk Meningkatkan Minat Siswa Mengikuti Layanan Bimbingan dan Konseling. *Ghaidan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam Dan Kemasyarakatan*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/ghaidan.v7i1.17223>

Published by:

UIN Raden Fatah Palembang

Journal website:

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ghaidan>

E-ISSN:

2621-8283

## ABSTRACT:

*The main objective of this research is to increase students' interest in following guidance services by using a model window shopping in classical tutoring services. The type of research used is quasi-experimental. The number of subjects in this study was 29 students. Data collection was carried out using a questionnaire. The collected data were then analysed descriptively and inferentially. The study results in show that before using the model window shopping, students' interest in participating in guidance services varied from uninterested to interested. Still, the most dominant classification needs to be more interested and interested. After using the model window shopping, students' interest in participating in classical guidance services also varies, but the moderately interested and interested classification is the most dominant. This study's results indicate an increase in students' interest in taking classical guidance services. Therefore, it can be concluded that using the model window shopping to implement effective guidance services increases students' interest in following guidance services. The results of this study imply that school counselors can follow up using the model window shopping in the implementation of classical guidance services. School counselors can also use this model in guidance and counseling action research as an effort for continuous professional development.*

**KEYWORDS:** *Following Guidance Services, Window Shopping*

## PENDAHULUAN

Salah satu masalah dalam pemberian layanan bimbingan adalah rendahnya berminat siswa mengikuti layanan bimbingan dan konseling<sup>1</sup>. Keadaan ini ditandai dengan kurangnya partisipasi dan antusiasme siswa dalam mengikuti layanan bimbingan dan konseling, termasuk layanan bimbingan klasikal. Akar penyebabnya adalah karena suasana kelas kurang menarik/menyenangkan bagi siswa<sup>2</sup>. Hal ini terjadi apabila konselor hanya menggunakan model/metode pemberian layanan bimbingan yang berbentuk ceramah satu arah, atau tanya jawab dua arah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, proses pemberian layanan bimbingan diusahakan menjadi menarik dan menyenangkan dapat menjadikan siswa aktif. Untuk itu, konselor perlu menggunakan metode pemberian layanan bimbingan yang menjadikan suasana kelas menjadi aktif, menarik, dan

<sup>1</sup> Tyas Prastiti Sugiyo and Sinta Saraswati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Siswa Memanfaatkan Layanan Konseling Perorangan," *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application* 2, no. 4 (2013): 42–50.

<sup>2</sup> Abdul Saman et al., "PKM Perangkat Media Gamifikasi Untuk Layanan Bimbingan Dan Konseling Bagi MGBK," *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2022): 293–300.

menyenangkan<sup>3</sup>.

Berkaitan dengan kegiatan pembelajaran Zam<sup>4</sup> menjelaskan bahwa: “terdapat beberapa faktor penting yang memberikan rangsangan siswa agar berminat dan tertarik menerima layanan bimbingan, antara lain: (1) sugesti positif, (2) menciptakan suasana yang menyenangkan; (3) tujuan yang jelas, bermakna dan bermanfaat siswa; (4) menciptakan interaksi positif; (5) keterlibatan penuh peserta; (6) merangsang rasa ingin tahu peserta”.

Model kooperatif tipe *Window Shopping* merupakan model pembelajaran yang unik dan menarik<sup>5</sup>. Dikatakan demikian karena, model pembelajaran ini berbasis kerja kelompok yang mengibaratkan peserta didik “berbelanja hasil karya” yaitu menambah wawasan materi pembelajaran dengan berkeliling melihat-lihat hasil karya kelompok lain di dalam kelas<sup>6</sup>. Dalam model ini, sebagian anggota kelompok menjaga “hasil karyanya” dan sebagian yang lain berjalan-jalan dan berkeliling untuk melihat-lihat, memotret hasil karya kelompok lain dan bertanya tentang “hasil karya” terkait materi pembelajaran. Hasil karya berupa gambar-gambar dan tulisan.

Dengan mempertimbangkan keunikan metode *window shopping*, peneliti mengadopsi model *window shopping* ke dalam pemberian layanan bimbingan klasikal. Diasumsikan bahwa pemberian layanan bimbingan klasikal menggunakan model *window shopping* dapat meningkatkan minat dan partisipasi peserta didik dalam mengikuti layanan bimbingan di kelas. Alasannya adalah metode *window shopping* memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk terlibat langsung dalam kegiatan bimbingan, lebih bervariasi, dan terjadi interaksi yang lebih luas antara sesama peserta didik. Penerapan model *Window Shopping* diasumsikan sebagai solusi untuk meningkatkan minat mengikuti layanan bimbingan.

Beberapa hasil penelitian tentang model *Window Shopping* menunjukkan keunggulan, di antara bahwa model ini dapat menjadi solusi dalam pembentukan dan perwujudan sikap proaktif, serius, dan saling kerja sama untuk merumuskan hasil literasi ke bentuk lembaran kerja, baik secara individu maupun kerja sama dalam kelompoknya, serta terciptanya situasi pembelajaran kondusif<sup>7</sup>. Model *Window Shopping* juga berhasil dalam meningkatkan keaktifan dan hasil belajar siswa<sup>8</sup>. Hasil belajar peserta yang diajar dengan metode *window shopping* terbukti berada pada level tinggi. Sedangkan hasil belajar peserta yang diajar tanpa menggunakan metode *Window Shopping* berada pada level sedang<sup>9</sup>. Jika dibandingkan dengan metode sejenis, model *Window Shopping* lebih efektif dibandingkan metode *Jigsaw* dan *Diskusi*<sup>10</sup>. Diantara metode sejenis seperti *Role Playing* dan *Bazz Group Discussion*, *Window Shopping* unggul dalam efektivitasnya

---

<sup>3</sup> Elly Leo Fara, “Bimbingan Klasikal Yang Aktif Dan Menyenangkan Dalam Layanan & Bimbingan Konseling,” 2017, 254.

<sup>4</sup> Embung Megasari Zam, “Efektivitas Pembelajaran Mata Pelatihan Pelayanan Publik Dengan Metode Window Shopping Pada Latsar CPNS Kabupaten Kampar,” *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 7, no. 3 (2021): 574–82, <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/educatio/article/view/1136>.

<sup>5</sup> Maslichah Kurdi, “Window Shopping: Model Pembelajaran Yang Unik Dan Menarik,” *Jurnal Lingkar Widya* 4, no. 3 (2018): hlm. 27-34.

<sup>6</sup> Muhamad Ahyar Rasidi and Nuruddin, “Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Windows Shopping Terhadap Keterampilan Berpikir Kritis Mahasiswa PGMI UIN Mataram,” *Jurnal Elementary* 2, no. 2 (2019): 31–33.

<sup>7</sup> Neviyarni Suhaili Jumrawarsi, “Peran Seorang Guru Dalam Menciptakan Lingkungan Belajar Yang Kondusif,” *Ensiklopedia Education Review* 2, no. 3 (2020): 50–54.

<sup>8</sup> N. Sulistijati, “Peningkatan Keaktifan Dan Hasil Belajar Siswa Mata Pelajaran Sejarah Materi Perkembangan Dunia Pasca Perang Dunia II Melalui Model Pembelajaran Aktif Window Shopping Kelas XII 8 Semester 1 SMA Negeri 1 Bumiayu Tahun Pelajaran 2018/2019,” *Jurnal Dialetika FKIP* 2, no. 2 (2019): 63–74.

<sup>9</sup> Fadri Alihar, “Pengaruh Penggunaan Teknik Pembelajaran Window Shopping Terhadap Hasil Belajar Fisika Peserta Didik SMP Negeri 9 Parepare,” *66 עלון הנוטע*, no. 1 (2018): 37–39, [https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept\\_cost\\_estimate\\_accepted\\_031914.pdf](https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf).

<sup>10</sup> Imbuh Yuwono, “Studi Perbandingan Metode Pembelajaran Diskusi, Jigsaw, Dan Window Shopping Dalam Internalisasi Wawasan Kebangsaan,” *Jurnal Widya Climago* 1, no. 1 (2019): 1–6.

dengan nilai tertinggi (41.5%) untuk *Window Shopping*; nilai sedang (31.0%) untuk *Role Playing*, dan nilai terendah (27.5%) untuk *Buzz Group Discussion*<sup>11</sup>.

## METODE

Penelitian ini bermaksud untuk menemukan efektifitas penggunaan model *window shopping* dalam layanan bimbingan klasikal untuk meningkatkan minat siswa mengikuti layanan bimbingan. Penelitian ini menggunakan rancangan eksperimen *one group pretest-posttest*. Pelaksanaannya dilakukan dengan tahap awal memberikan angket minat mengikuti layanan bimbingan sebelum penggunaan *window shopping*, kemudian pemberian angket minat mengikuti layanan bimbingan setelah penggunaan *window shopping*. Subjek penelitian ini adalah 29 siswa dan sasarannya adalah minat siswa untuk mengikuti layanan bimbingan klasikal.

Kegiatan layanan bimbingan klasikal dilaksanakan sebanyak 3 kali pertemuan. Pertemuan pertama membahas materi layanan bidang karir, pertemuan kedua membahas materi layanan bidang sosial, dan pertemuan ketiga membahas materi layanan bidang belajar. Setiap kegiatan layanan menggunakan model *window shopping* dengan langkah berikut dapat dilihat pada tabel 1.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara a) memberikan angket minat mengikuti layanan bimbingan baik sebelum maupun sesudah diberikan layanan bimbingan klasikal dengan menggunakan model *window shopping* b) mengadakan tanya jawab tentang minat siswa mengikuti layanan bimbingan klasikal, c) rekaman/dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil gambar atau rekaman tentang proses pemberian layanan bimbingan klasikal dengan menggunakan model *window shopping*. Pengolahan data dilakukan dengan cara mengubah data kualitatif (isi angket) menjadi skor (angka). Hasilnya diskor dan menjadi data kuantitatif minat peserta didik. Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif dan infrensial. Analisis deskriptif dengan teknik persentase dan analisis infrensial dengan teknik uji-t.

Tabel 1. Langkah Layanan Model *Window Shopping*

No	Rangkaian Kegiatan
1	Siswa dibagi menjadi 5 kelompok (5-6 siswa perkelompok)
2	Guru menyampaikan materi yang akan dipelajari.
3	Guru membagikan tugas yang berbeda tiap kelompok dan jenis tugasnya berupa pemecahan masalah melalui diskusi
4	Guru memberikan kesempatan kepada kelompok untuk membaca dan mempelajari materi pelajaran,
5	Masing-masing mengerjakan LKDP yang diberikan oleh guru
6	Hasil kerja kelompok di pajang di dinding kelas.
7	2 siswa anggota kelompok bertugas menjaga hasil kerja dan anggota yang bertugas mengunjungi hasil kerja kelompok lain.
8	Anggota yang bertugas menjaga hasil kerja diharapkan mampu memberikan penjelasan terkait isi/hasil kerja kepada anggota kelompok lain yang berkunjung. dan anggota yang bertugas mengunjungi hasil kerja kelompok lain dapat bertanya atau memberikan masukan terhadap hasil kerja kelompok yang dikunjungi.
9	Anggota kelompok kembali ke kelompoknya dan saling bertukar informasi yang diperoleh
10	Guru berkeliling mengecek hasil kerja dan memberikan komentar terhadap hasil pekerjaan kelompok dan menyampaikan hal-hal yang perlu diperbaiki,
11	Guru melakukan konfirmasi, koreksi dan umpan balik,
12	Guru melakukan evaluasi proses dan hasil.

<sup>11</sup> Kurdi, "Window Shopping : Model Pembelajaran Yang Unik Dan Menarik."

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Hasil penelitian dalam bentuk hasil analisis deskriptif tentang minat siswa mengikuti layanan bimbingan sebelum penggunaan model *window shopping* dalam layanan bimbinganb klasikal adalah sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Klasifikasi dan Presentase MSMLB (Minat Siswa Mengikuti Layanan Bimbingan) Sebelum Penggunaan Model *Window Shopping*

Rentang Skor	Klasifikasi Minat	F	%
52-60	Sangat Berminat	0	0
43-51	Berminat	4	13,79
34-42	Cukup Berminat	6	20,69
25-33	Kurang Berminat	12	41,38
15-24	Tidak Berminat	7	24,14
Jumlah		29	100

Selanjutnya hasil analisis deskriptif tentang minat siswa mengikuti layanan bimbingan sesudah penggunaan model *window shopping* dalam layanan bimbingan, adalah sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi dan Presentase MSMLB (Minat Siswa Mengikuti Layanan Bimbingan) Sesudah Penggunaan Model *Window Shopping*

Rentang Skor	Klasifikasi MSMLB	F	%
52-60	Sangat Berminat	3	10,34
43-51	Berminat	8	27,59
34-42	Cukup Berminat	10	34,48
25-33	Kurang Berminat	5	17,24
15-24	Tidak Berminat	3	10,34
Jumlah		29	100

Selanjutnya untuk melihat perubahan/peningkatan minat siswa mengikuti layanan bimbingan dengan menggunakan *window shopping*, maka dapat ditampilkan hasil identifikasi minat sebelum dan sesudah penggunaan model *window shopping* sebagaimana pada tabel 4. berikut.

Tabel 4. Klasifikasi dan Presentase Minat Siswa Mengikuti Layanan Bimbingan Sebelum dan Sesudah Penggunaan Model *Window Shopping*.

No	Klasifikasi Minat	Sebelum Model <i>Window Shopping</i>	Sesudah Model <i>Window Shopping</i>	Peningkatan Minat	%
1	Sangat Berminat	0	4,10,14	3	10,34
2	Berminat	4,10,14,17	1, 12,16,17, 19,21,23,24	7	24,14
3	Cukup Berminat	1,3, 12, 16, 19, ,27,28	2,3, 6,7,8,11, 15,27,28, 29	8	27,59
4	Kurang berminat	2,6,7, 8,11, 12, 15,21,23,24, 26,29	5, 18,.20, 22, 26	4	13,79
5	Tidak berminat	5, 9, 13, 18, 20, 22, 25,	9, 13, 25	0	0
Jum.	34	29	29	22	75,86

Selanjutnya data penelitian dianalisis menggunakan uji t dengan bantuan SPSS dan hasilnya adalah sebagaimana tampilan dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Uji T

Paired Differences					t	df	Sig.
Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
			Lower	Upper			
-8.27586	5.27729	.97997	-10.28323	-6.26849	-8.445	28	.000

Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t = -8,445$ . Dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut berarti bahwa terjadi perbedaan yang signifikan nilai rata-rata minat mengikuti layanan bimbingan anrta sebelum dan sesudah penggunaan model *window shopping*. Hasil deskripsi penelitian menunjukkan bahwa minat siswa mengikuti layanan bimbingan sebelum penggunaan model *window shopping* umumnya (dominan) kurang berminat dengan persentase sebesar 41,38 %. Selanjutnya disusul dengan dominasi berikutnya tidak berminat dengan persentase sebesar 24,14 %. Cukup berminat dengan persentase sebesar 20,29 %. Sedangkan yang berminat hanya 13,79 % dan yang sangat berminat tidak ada atau 0 %. Hal ini merupakan salah satu indikasi bahwa model layanan yang digunakan kurang atau tidak menarik bagi siswa sehingga minat siswa mengikuti layanan bimbingan tergolong rendah. Dengan demikian maka perlu dilakukan upaya peningkatan minat siswa untuk mengikuti layanan bimbingan.

Selanjutnya hasil analisis deskripsi penelitian menunjukkan bahwa minat siswa mengikuti layanan bimbingan sesudah penggunaan model *window shopping* umumnya (dominan) cukup berminat mengikuti layanan bimbingan dengan persentase sebesar 34,48 %. Selanjutnya disusul dengan dominasi berikutnya berminat mengikuti layanan bimbingan dengan persentase sebesar 27,59 %. Siswa yang kurang berminat mengikuti layanan bimbingan sebesar 17,24 %. Sedangkan yang sangat berminat dan yang tidak berminat mengikuti layanan bimbingan masing-masing sebesar 10,34 %. Hal ini merupakan salah satu indikasi bahwa penggunaan model *window shopping* dalam layanan bimbingan klasikal lebih menarik bagi siswa.

Peningkatan minat siswa mengikuti layanan bimbingan setelah penggunaan model *window shopping* dapat dibuktikan dengan adanya a) peningkatan minat mengikuti layanan bimbingan dari berminat menjadi sangat berminat sebesar 10,34 % siswa, b) peningkatan minat mengikuti layanan bimbingan dari cukup berminat menjadi berminat sebesar 24,14 % siswa, c) peningkatan minat mengikuti layanan bimbingan dari kurang berminat menjadi cukup berminat sebesar 27,59 % siswa, d) peningkatan minat mengikuti layanan bimbingan dari tidak berminat menjadi kurang berminat sebesar 13,79 % siswa. Secara keseluruhan persentase siswa yang meningkat minatnya untuk mengikuti layanan bimbingan setelah diberikan layanan menggunakan model *window shopping* sebesar 75,86 %. Berdasarkan keempat peningkatan tersebut ternyata bahwa peningkatan yang paling besar persentasenya adalah peningkatan minat mengikuti layanan bimbingan dari kurang berminat menjadi cukup berminat sebesar 27,59 % siswa, disusul dengan peningkatan minat mengikuti layanan bimbingan dari cukup berminat menjadi berminat sebesar 24,14 % siswa.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 14,03. Nilai tersebut memiliki signifikansi  $< 0,01$ . Dengan demikian maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Artinya bahwa pernyataan bahwa "rata-rata minat mengikuti layanan bimbingan sesudah penggunaan model *window shopping* tidak lebih besar dibanding dengan rata-rata minat mengikuti layanan bimbingan sebelum penggunaan model *window shopping*" ternyata ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan model *window shopping* efektif dalam meningkatkan minat siswa mengikuti layanan bimbingan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil

penelitian Sugatri yang berkesimpulan bahwa penggunaan *Kooperatif Window Shopping* dapat meningkatkan partisipasi siswa dalam mengikuti layanan bimbingan konseling klasikal<sup>12</sup>. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil eksperimen oleh Kurdi dalam pelatihan Widyaswara, yang menyatakan bahwa hasil pengamatan menunjukkan model pembelajaran *Window Shopping* ternyata memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan dua model lainnya<sup>13</sup>. Nilai tertinggi (41.5%) untuk *Window Shopping*; nilai sedang (31.0%) untuk *Role Playing*, dan nilai terendah (27.5%) untuk *Buzz Group Discussion*. Dalam keunggulan model window shopping kaitannya dengan hasil belajar bahwa penerapan pendekatan saintifik berbasis *Window Shopping* dapat meningkatkan hasil belajar konsep himpunan, meningkatkan aktivitas saintifik peserta didik dan pelaksanaan pembelajaran oleh guru<sup>14</sup>. *Window Shopping* dapat menjadi inovasi dan optimalisasi pembaharuan metode pembelajaran yang efektif dan interaktif karena terdapat banyak manfaat dan kelebihan sehingga ada baiknya tenaga pengajar menggunakannya.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa model *window shopping* tepat digunakan dalam layanan bimbingan, khususnya layanan klasikal. Pada pelaksanaan layanan bimbingan klasikal dapat memberikan kesempatan kepada guru bimbingan dan konseling untuk membagi siswa-siswa dalam satu kelas menjadi beberapa kelompok<sup>15</sup>. Setiap kelompok dapat bekerjasama dan berdiskusi tentang suatu tugas dari guru, yang selanjutnya hasil kerja tugas tersebut dapat tunjukkan kepada kelompok lain. Model ini selain adanya unsur aktif, kreatif, dan inovatif, juga ada unsur bermain dan bersaing antar kelompok. Hal ini salah satu hal menarik bagi usia remaja termasuk remaja akhir yaitu usia Sekolah Menengah Atas (SMA). Dengan demikian dapat disarankan kepada guru bimbingan dan konseling di sekolah untuk menggunakan model *window shopping* ini dalam pemberian layanan bimbingan klasikal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa sebelum digunakan model *window shopping*, minat siswa mengikuti layanan bimbingan klasikal bervariasi dari tidak berminat sampai dengan berminat, namun yang paling dominan adalah klasifikasi kurang berminat dan tidak berminat. Sesudah digunakan *window shopping*, minat siswa mengikuti layanan bimbingan klasikal juga bervariasi, namun yang paling dominan adalah klasifikasi cukup berminat dan berminat. Penggunaan model *window shopping* dalam pelaksanaan layanan bimbingan klasikal efektif untuk meningkatkan minat siswa mengikuti layanan bimbingan. Keefektifan ini dibuktikan dengan adanya; peningkatan dari berminat meningkat menjadi sangat berminat mengikuti layanan bimbingan; peningkatan dari cukup berminat meningkat menjadi berminat mengikuti layanan bimbingan, peningkatan dari kurang berminat meningkat menjadi cukup berminat mengikuti layanan. Agar konselor sekolah menindaklanjuti dengan menggunakan model *window shopping* dalam pelaksanaan layanan bimbingan klasikal, sekaligus menjadikan sebagai suatu penelitian tindakan bimbingan dan konseling sebagai upaya untuk pengembangan keprofesian berkelanjutan.

---

<sup>12</sup> M Sugatri, "Metode Window Shopping Dengan Penugasan Poster Untuk Pencegahan Peredaran Narkoba Dan Pembentukan Karakter Siswa," *Jurnal Riset Daerah Kabupaten Bantul*, 2020, <https://ojs.bantulkab.go.id/index.php/jrd/article/download/25/11>.

<sup>13</sup> Kurdi, "Window Shopping : Model Pembelajaran Yang Unik Dan Menarik."

<sup>14</sup> Rusnida Erliyanti, "Penerapan Pendekatan Saintifik Berbasis Window Shopping Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Konsep Himpunan Pada Kelas Vii C Smpn 3 Hulu Sungai Tengah," *EDU-MAT: Jurnal Pendidikan Matematika* 7, no. 2 (2019): 187, <https://doi.org/10.20527/edumat.v7i2.7205>.

<sup>15</sup> Dewi Nur Fatimah, "Layanan Bimbingan Klasikal Dalam Meningkatkan Self Control Siswa Smp Negeri 5 Yogyakarta," *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 14, no. 1 (2017): 25–37, <https://doi.org/10.14421/hisbah.2017.141-03>.

## REFERENSI

- Alihar, Fadji. "Pengaruh Penggunaan Teknik Pembelajaran Window Shopping Terhadap Hasil Belajar Fisika Peserta Didik SMP Negeri 9 Parepare." *עלון המטע* 66, no. 1 (2018): 37–39. [https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept\\_cost\\_estimate\\_accepted\\_031914.pdf](https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf).
- Erliyanti, Rusnida. "Penerapan Pendekatan Saintifik Berbasis Window Shopping Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Konsep Himpunan Pada Kelas Vii C Smpn 3 Hulu Sungai Tengah." *EDU-MAT: Jurnal Pendidikan Matematika* 7, no. 2 (2019): 187. <https://doi.org/10.20527/edumat.v7i2.7205>.
- Fara, Elly Leo. "Bimbingan Klasikal Yang Aktif Dan Menyenangkan Dalam Layanan & Bimbingan Konseling," 2017, 254. [Google Scholar](#)
- Fatimah, Dewi Nur. "Layanan Bimbingan Klasikal Dalam Meningkatkan Self Control Siswa Smp Negeri 5 Yogyakarta." *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 14, no. 1 (2017): 25–37. <https://doi.org/10.14421/hisbah.2017.141-03>.
- Jumrawarsi, Neviyarni Suhaili. "Peran Seorang Guru Dalam Menciptakan Lingkungan Belajar Yang Kondusif." *Ensiklopedia Education Review* 2, no. 3 (2020): 50–54. <https://doi.org/10.33559/eer.v2i3.628>
- Kurdi, Maslichah. "Window Shopping : Model Pembelajaran Yang Unik Dan Menarik." *Jurnal Lingkar Widyaiswara* 4, no. 3 (2018): hlm. 27-34. [Google Scholar](#)
- Rasidi, Muhamad Ahyar, and Nuruddin. "Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Windows Shopping Terhadap Keterampilan Berpikir Kritis Mahasiswa PGMI UIN Mataram." *Jurnal Elementary* 2, no. 2 (2019): 31–33. <https://doi.org/10.31764/elementary.v2i2.1297>
- Saman, Abdul, Nur Fadillah Umar, Muhammad Ilham Bakhtiar, and Akhmad Harum. "PKM Perangkat Media Gamifikasi Untuk Layanan Bimbingan Dan Konseling Bagi MGBK." *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2022): 293–300. <https://doi.org/10.31960/caradde.v5i2.1849>
- Sugatri, M. "Metode Window Shopping Dengan Penugasan Poster Untuk Pencegahan Peredaran Narkoba Dan Pembentukan Karakter Siswa." *Jurnal Riset Daerah Kabupaten Bantul*, 2020. <https://ojs.bantulkab.go.id/index.php/jrd/article/download/25/11>.
- Sugiyono, Tyas Prastiti, and Sinta Saraswati. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Siswa Memanfaatkan Layanan Konseling Perorangan." *Indonesian Journal of Guidance and Counseling : Theory and Application* 2, no. 4 (2013): 42–50. <https://doi.org/10.15294/ijgc.v2i4.3198>
- Sulistijati, N. "Peningkatan Keaktifan Dan Hasil Belajar Siswa Mata Pelajaran Sejarah Materi Perkembangan Dunia Pasca Perang Dunia II Melalui Model Pembelajaran Aktif Window Shopping Kelas XII 8 Semester 1 SMA Negeri 1 Bumiayu Tahun Pelajaran 2018/2019." *Jurnal Dialektika FKIP* 2, no. 2 (2019): 63–74. <https://doi.org/10.58436/dfkip.v2i2.322>
- Yuwono, Imbuh. "Studi Perbandingan Metode Pembelajaran Diskusi, Jigsaw, Dan Window Shopping Dalam Internalisasi Wawasan Kebangsaan." *Jurnal Widya Climago* 1, no. 1 (2019): 1–6. [Google Scholar](#)
- Zam, Embung Megasari. "Efektivitas Pembelajaran Mata Pelatihan Pelayanan Publik Dengan Metode Window Shopping Pada Latsar CPNS Kabupaten Kampar." *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 7, no. 3 (2021): 574–82. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/educatio/article/view/1136>.