

## **Bab III**

### **Metode Penelitian**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan dalam bab pendahuluan maka peneliti memutuskan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dirancang untuk memahami suatu fenomena atau proses secara langsung (cooper & Schindler,2014). Cooper & Schindler melanjutkan bahwa penelitian kualitatif mencakup serangkaian teknik penafsiran yang berusaha mendeskripsikan, memecahkan kode, menerjemahkan, dan dengan cara lain menyimpulkan dengan makna, bukan frekuensi, dari fenomena tertentu yang terjadi secara alami di dunia sosial. Peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif dengan alasan agar tahapan keputusan pembelian Barberbos dapat dipahami dan dapat tergambarkan dengan jelas dan menyeluruh.

Metode penelitian akan berpengaruh terhadap keberhasilan penelitian yang dilakukan, dan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus memiliki arti, metode penelitian yang memungkinkan suatu fenomena kompleks untuk dieksplorasi melalui identifikasi berbagai faktor yang saling berinteraksi satu sama lain. Kasus yang diamati adalah situasi nyata ini diungkapkan oleh Sugiyono P. D (2013). Metode penelitian ini dipilih agar tahapan keputusan pembelian konsumen dapat dipahami secara menyeluruh dengan data yang dihasilkan dari wawancara dengan narasumber dari pengalaman yang dialaminya sejak mengenal masalah, mencari informasi mengenai Barberbos, mengevaluasi alternatif, ketika menggunakan layanan Barberbos, dan kesan setelah menggunakan layanan Barberbos.

#### **3.2 jenis dan sumber data**

Jenis dan sumber data yang dilihat dari bagaimana caranya diperoleh diklasifikasikan ke dalam dua kelompok yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer menurut (Edi, Kusnendi, & Ajang 2020) merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh dari sumber atau pemilik data. Dalam penelitian ini data primer didapat dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan kebalikan dari data primer, data sekunder (Edi, Kusnendi, & Ajang 2020) adalah data yang didapat dari orang lain yang memiliki kewenangan untuk memberikan data tersebut, data ini diperlukan untuk melengkapi data primer yang didapat dari partisipan. Sumber dari data sekunder adalah literatur, jurnal, artikel, *website*, dan berbagai sumber informasi lainnya.

**TABEL 3.1**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Jawaban partisipan tentang pengalaman yang dalam membeli layanan barberbos.	Hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan jawaban yang didapat dari partisipan	Primer
2	Penelitian terdahulu, literatur mengenai proses keputusan pembelian	Tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu juga buku	Sekunder
3	Data jumlah <i>barbershop</i> yang berada di Bandung	Hasil pengolahan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung 2018	Sekunder
4	Data pertumbuhan <i>barbershop</i> yang berada di Bandung	Hasil pengolahan data oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung 2018	Sekunder
5	Jumlah Penduduk di Kota Bandung	Hasil pengolahan data oleh Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil tahun 2022	Sekunder

### 3.3 partisipan dan tempat penelitian

Target tempat penelitian kali ini dilakukan di sebagian cabang Barberbos yang berada di wilayah Kota Bandung dan Kota Cimahi yang berjumlah 8 cabang sebagai berikut.

1. Jl. Surya Sumantri no. 4, Bandung
2. Jl. Moch Ramdan no. 9c, Bandung

3. Jl. Naripan no. 53, Bandung
4. Jl. Batununggal Indah 1 no. 20, Bandung
5. Jl. Rajawali Barat no. 7C, Bandung
6. Jl. Cihanjuang no. A5, Cimahi
7. Jl. Mekar Utama No.99, Mekarwangi, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40237
8. Jl. Progo No.30, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115

Sampel adalah bagian kecil dari populasi (Sugiyono, 2008), penggunaan sampel dilakukan karena keterbatasan dana, waktu, tenaga dari peneliti. Pemilihan sampel harus diperhatikan karena sampel harus betul-betul mewakili dari populasi (representatif). Sampel atau narasumber dalam penelitian adalah orang-orang yang menjadi informan dalam suatu penelitian atau sumber dari suatu penelitian. Jumlah sampel pada penelitian memiliki beberapa teknik pengambilan sampel namun pada umumnya jumlahnya sedikit (cooper & Schindler, 2014)

Dalam penelian ini, pemilihan partisipan dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana peneliti menentukan siapa yang akan menjadi narasumber sesuai dengan kebutuhan penelitian (Bungin, 2007, hlm. 107). Cooper & Schindler (2014) menambahkan peneliti memilih narasumber secara sewenang-wenang berdasarkan karakteristik unik atau pengalaman, sikap, dan persepsi mereka; seiring dengan berkembangnya kategori konseptual atau teoritis narasumber selama proses wawancara, peneliti mencari partisipan baru atau menantang pola-pola yang muncul. Pada penelitian ini informan atau narasumber yang akan diteliti adalah konsumen yang telah menggunakan layanan Barberbos, karena mereka lah yang sudah melewati tahapan keputusan pembelian dalam membeli layanan Barberbos alhasil mereka dapat menjadi sumber data untuk menjawab masalah penelitian. Selain itu peneliti memilih narasumber yang telah berlangganan mencukur di Barberbos, dan narasumber yang mencoba layanan Barberbos untuk pertama kali. Setelah itu dilihat apakah ada perbedaan dalam tahapan keputusan pembelian yang dilalui oleh dua kelompok tadi.

Teknik *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan responden (Creswell, 2012). Tidak jauh berbeda dengan pendapat

Creswell, Cooper & Schindler menyebutkan bahwa *convenience sampling* adalah peneliti memilih siapa saja individu yang siap untuk dijadikan narasumber

Dalam buku Bungin (2007) disebutkan ukuran atau jumlah sampel purposive sering kali ditentukan berdasarkan teori kejenuhan (titik dalam pengumpulan data saat data baru tidak lagi membawa wawasan tambahan untuk pertanyaan penelitian). Namun partisipan selanjutnya akan ditentukan bersamaan dengan perkembangan *review* dan hasil penelitian saat pengumpulan data berlangsung.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pemilihan teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian perlu diperhatikan dengan baik agar rumusan masalah yang telah dirumuskan dapat terjawab.

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan wawancara, Observasi, studi dokumentasi, studi literatur, dan metode penelusuran internet:

#### a. Wawancara:

Basrowi dan Suwandi (2008, hlm. 127) mengemukakan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pegaju/pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) sebagai pemberi jawaban atau pertanyaan itu.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan Teknik wawancara semi terstruktur. Wawancara semi struktur memiliki sedikit berbeda dimana letak perbedaannya ada pada pertanyaan yang diajukan bisa diluar dari pedoman wawancara yang telah dibuat (Mulyana, (2003) Moleong, (2004), Creswell, (2007), Emzir (2008, 2010), Daymon & Holloway, (2008), Cooper & Schindler (2014). Kelebihan dari jenis wawancara ini lebih mendalam dan data yang diperoleh lebih lengkap.

Wawancara akan dilakukan oleh peneliti kepada narasumber dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan. Namun pada pelaksanaan, peneliti akan bertanya secara bebas dan juga tanpa menggunakan kata-kata yang baku agar narasumber memberikan informasi atau seluruh pengalaman yang ia rasakan selama kegiatan narasumber dalam melakukan pembelian layanan Barberbos atau lebih dikenal dengan wawancara semi-terstruktur. Peneliti pun dalam wawancara akan terbuka bahwa peneliti sedang melakukan wawancara agar partisipan tahu kalau ia

sedang diwawancara, dan mengetahui pula apa maksud dari wawancara yang dilakukan.

Untuk narasumber yang peneliti wawancara terdiri dari Pa heri (nama samaran) seorang ASN yang bekerja di PT. KAI, Angga seorang karyawan Bank BJB (nama samaran), Sofian (nama samaran) adalah karyawan di Pertamina berusia 30 tahun, Yoga (nama samaran) 32 tahun seorang karyawan swasta, Gilang (nama samaran) seorang ASN di Pemerintahan Provinsi Jawa Barat, Refki (nama samaran) 19 tahun seorang Mahasiswa di STIEPAS, Randi (nama samaran) 14 tahun merupakan siswa SMP, Aji (nama samaran) 32 tahun saat ini sedang melanjutkan studi di UNPAD, Panji (nama samaran) 25 tahun, seorang karyawan di CIMB Niaga, Moh. Putra (nama samaran) 18 tahun berjualan membantu orang tuanya, Dono (nama samaran) umur 49 tahun bekerja karyawan swasta di bagian marketing, Fikri (nama samaran) saat ini berusia 26 tahun seorang freelance yang saat ini bekerja di event salah satu merek pengharum baju, Fahri (nama samaran) 26 tahun seorang pelatih sepakbola di Sans Prima, Riki 19 tahun seorang mahasiswa Maranatha jurusan IT (nama samaran), Sam seorang pengusaha property (nama samaran), Rizki seorang mahasiswa Polban jurusan Teknik Kimia umurnya 19 tahun (nama samaran), El 15 tahun seorang pelajar di BPK Penabur(nama samaran), Heri seorang karyawan Bank BRI berusia 30 tahun (nama samaran), Indra (nama samaran) 21 tahun seorang karyawan swasta sekaligus musisi, Ido (nama samaran) saat ini 28 tahun seorang penjual sembako dengan keliling pasar, Angga (nama samaran) 28 tahun dan merupakan seorang Mahasiswa, , Alrozi 18 tahun saat ini sedang gap year untuk mencoba daftar kedinasan, Renggo (nama samaran) 18 tahun dan seorang mahasiswa. Semua narasumber ini di wawancara di cabang Barberbos yang berbeda, Barberbos sendiri memiliki jumlah *barbershop* sebanyak 8 cabang, dan setiap cabang peneliti mengambil dua, tiga, atau empat orang untuk diwawancarai mengenai tahapan keputusan pembelian yang narasumber lalui. Konsumen yang menjadi narasumber penelitian berjumlah 23 orang. Terbukti apa yang disampaikan oleh *capster* diseluruh cabang serta manajer dan pemilik kalau konsumen yang datang didominasi oleh dewasa, kemudian mahasiswa, sedangkan remaja dan anak-anak jumlahnya tidak terlalu banyak.

Selain mewawancarai konsumen, peneliti juga mewawancarai *capster*/ tukang cukur berjumlah 8 orang yang terdiri dari said 24 tahun asli Garut di Barberbos selama 2 tahun sebelumnya said menjadi *capster* di Depok (nama samaran), anjas, *capster*

cabang Mekarwangi telah bekerja di Barberbos selama 3 tahun(nama samaran), Farhan asli sumatra, telah bekerja di Barberbos cabang Batununggal selama satu tahun (nama samaran), Rifki 33 tahun, asal tasik telah bekerja di Barberbos sejak agustus 2021 saat ini bekerja di Barberbos cabang Moh. Ramdan (nama samaran), Reza 23 tahun, adalah pegawai baru di Barberbos di cabang Moh. Ramdan (nama samaran), Ega, 30 tahun *capster* di cabang Surya Sumantri telah bekerja di Barberbos selama 2-3 tahun (nama samaran), deni adalah pegawai Barberbos di cabang Cihanjuang telah bekerja di Barberbos selama 4 tahun (nama samaran) dan tedi (nama samaran) *capster* di cabang Naripan sudah bekerja di Barberbos selama 1 tahun, serta manajer Barberbos 1 orang (Rifat) beliau adalah manajer untuk seluruh cabang dan *owner* dari Barberbos sendiri (Erlan). Tujuan mewawancarai *capster*, manajer, serta *owner* adalah untuk memverifikasi tahapan keputusan pembelian yang dilalui oleh konsumen yang menjadi narasumber di penelitian ini.

Karakteristik konsumen beragam dilihat dari latar belakang masing-masing konsumen, dimana ada yang merupakan mahasiswa, siswa, karyawan swasta, asn, dsb.

b. dokumentasi:

teknik dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang terekam dalam bentuk catatan tertulis atau gambar. Yang diperlukan seringkali dicatat dengan data lainnya dalam suatu dokumen, sehingga peneliti harus memilih dan memilah dokumen yang diperlukan (edi, kusnendi, ajang, 2020). Ada beberapa jenis dokumen yang bisa digunakan dalam studi dokumentasi, namun pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan dokumen resmi (Bungin, 2007, hlm. 126):

Dokumen resmi, ada dua jenis dokumen resmi, dokumen intern dan dokumen ekstern. Dokumen intern dapat berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan lembaga untuk lapangan sendiri seperti risalah atau laporan, keputusan pemimpin kantor, konvensi yaitu kebiasaan-kebiasaan yang berlangsung di suatu lembaga dan sebagainya. Dokumen ekstern berupa bahan-bahan informasi yang dikeluarkan suatu lembaga, seperti majalah, buletin, berita-berita yang disiarkan ke media massa, pengumuman atau pemberitahuan.

c. Observasi

Observasi dalam penelitian kualitatif deskriptif berupa pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung di lapangan. Observasi dilakukan dengan mengamati berbagai kejadian atau gejala yang terkait dengan penelitian (sitasi Mulyana, (2003) Moleong, (2004), Creswell, (2007), Emzir (2008, 2010), Daymon & Holloway, (2008)

Edi, Kusnendi dan Ajang (2020) menyebutkan bahwa observasi adalah cara mengumpulkan data dengan mengamati perilaku objek atau peristiwa yang sedang berlangsung. Terdapat dua jenis observasi berdasarkan cara:

1. Pengamatan langsung. Yaitu pengamatan yang dilakukan langsung disaat kejadian berlangsung. Peneliti hadir di lokasi mengamati dan mencatat bagaimana narasumber berperilaku.
2. Pengamatan tidak langsung. Yaitu pengamatan yang dilakukan setelah terjadinya suatu peristiwa. Biasanya peneliti melihat peristiwa melalui rekaman masa lampau, dalam bentuk video, atau tertulis

Untuk penelitian ini peneliti akan melakukan observasi langsung, dimana peneliti langsung mengamati konsumen atau narasumber yang datang ke Barberbos untuk merasakan pelayanan yang ditawarkan, dan melihat reaksi dari konsumen atau narasumber setelah merasakan pelayanan yang dilakukan. Observasi ini dilakukan untuk melengkapi data yang didapat dari wawancara dengan konsumen atau narasumber.

d. Studi Literatur:

Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi melalui buku, skripsi, jurnal atau artikel yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber literatur dapat membantu dalam memahami dan menjelaskan keputusan pembelian konsumen Barberbos.

e. Metode penelusuran data online:

Media online sebagai salah satu media untuk mencari data primer atau sekunder (Bungin, 2007, hlm. 127), informasi teoritis dari berbagai penjuru dunia, dari dalam maupun luar negeri yang dapat membantu dalam memahami dan menjelaskan keputusan pembelian konsumen Barberbos.

### 3.5 Pengujian Reliabilitas (validasi data)

“Validitas kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi temuan penelitian yang didapat dengan menggunakan prosedur tertentu”, (Creswell, 2016, hlm. 269).

Triangulasi data menurut Sugiyono (2008, hlm. 125) mengatakan bahwa triangulasi adalah alat untuk menguji keabsahan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Triangulasi dilakukan oleh peneliti guna menentukan data yang benar-benar dipercaya dan valid. Untuk menguji keabsahan data peneliti akan menggunakan triangulasi berdasarkan sumber, yaitu dengan cara melakukan pengecekan wawancara, dan observasi dengan beberapa sumber mulai dari konsumen, owner, serta manajer.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Strategi analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis proses fenomena yang berlangsung dan makna dari fakta yang tampak dipermukaan, jadi strategi analisis kualitatif digunakan untuk memahami sebuah proses dan fakta bukan sekedar untuk menjelaskan fakta tersebut. Setelah mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi literatur, dan penelusuran online. Data yang didapat akan diolah dengan teknik analisis data yang akan digunakan.

Teknik analisis data yang akan digunakan untuk menganalisis data yang didapat adalah teknik *thematic content analysis* yaitu melakukan analisa secara terperinci berdasarkan tema yang telah ditentukan kemudian melakukan pengkodean berdasarkan data yang diperoleh (Roberts & Pettigrew, 2007; Vaismoradi, Turunen, & Bondas, 2013). Analisis dilakukan secara komprehensif dengan menggunakan banyak ahli untuk mendapatkan kualitas dan simpulan yang lebih objektif tentang suatu fenomena.

*Thematic analysis* adalah cara untuk menganalisa data dengan maksud untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti menurut Braun & Clarke, (2006). Cara ini sangat efektif apabila sebuah penelitian bermaksud untuk mengupas secara rinci data-data kualitatif yang mereka miliki guna menemukan keterkaitan pola-pola dalam sebuah fenomena



dan menjelaskan sejauh mana sebuah fenomena terjadi melalui kacamata peneliti (Fereday & Muir-Cochrane, 2006).

Tahapan yang dilakukan dalam menganalisis data dengan analisis tematik adalah sebagai berikut:

- a. Memahami data: membaca atau mendengarkan kembali rekaman saat mewawancarai narasumber untuk memahami pengalaman yang dialami oleh narasumber. Tujuan utama tahap ini adalah agar peneliti merasa memahami isi data yang ia peroleh, dan mulai menemukan beberapa hal didalam data yang terkait dengan pertanyaan penelitian, kemudian menggaris bawahi beberapa hal yang berpotensi untuk di *coding* nantinya. *Coding* adalah proses menelaah dan menguji data mentah yang ada dengan memberikan label dalam bentuk kata, frase, atau kalimat.
- b. Membuat kode: tahapan kedua dalam proses analisis tematik adalah membuat kode. Disini peneliti membuat kode untuk data yang didapat seperti pikiran utama dalam sebuah paragraf.

Kode harus diusahakan ditulis se jelas mungkin sehingga nantinya melalui kode ini peneliti jadi lebih paham kan makna dari setiap pernyataan partisipan. Kode dibuat dengan perpaduan dari deskriptif dan interpretatif.

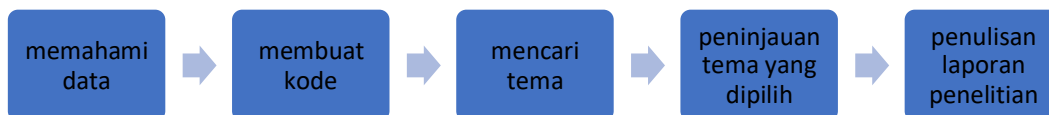
Tahapan ini baru bisa dibilang selesai ketika semua data telah dibuatkan kodenya dan semua kode yang memiliki makna sama dijadikan dalam satu kelompok dan diberi nama.

- c. Mencari tema, Seperti yang direkomendasikan oleh Braun & Clarke (2006,), tahap ketiga dalam *thematic analysis* adalah mencari tema, tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tema ini menggambarkan sesuatu yang penting yang ada di data terkait dengan rumusan masalah penelitian. Lebih lanjut disampaikan oleh Boyatzis (1998,), tema ini menggambarkan pola dari fenomena yang diteliti.

Langkah pertama dalam menentukan tema adalah dengan menentukan tema tentatif terlebih dahulu. Disebut tentatif karena tema-tema yang nantinya akan dibuat merupakan tema awal hasil analisa dan ada kemungkinan berubah sesuai dengan peninjauan yang dilakukan terhadap tema-tema tentatif tersebut. Ketika

tema tentatif selesai disusun, masing-masing tema dikalkulasi kembali berdasarkan signifikansinya, keterkaitannya dengan pertanyaan penelitian, dan kekhasan masing-masing dalam proses dijadikan dalam satu tema.

- d. Peninjauan tema yang dipilih
- e. Pembahasan dan pemberian nama tema
- f. Penulisan laporan penelitian



Gambar 3.1 Tahapan analisis data tematik

Sumber: diadaptasi dari Braun dan Clarke, 2006; walters, 2016, (dalam Adiyukh, Muzaffer & George. 2021)

## 1. 7 Coding

Liamputtong (dalam Novendawati, 2022) mengungkapkan bahwa data kualitatif secara umum menggunakan *coding* dalam memahami makna, atau pola yang ada pada data kualitatif. *Coding* sendiri menurutnya adalah proses menelaah dan menguji data mentah yang ada dengan memberikan label dalam bentuk kata-kata, frase, atau kalimat.

Terdapat dua tahap melakukan *coding* yakni pengkode awal (*initial coding*) atau pengkodean terbuka (*open coding*) dan pengkodean aksial (*axial coding*) menurut Hesse-Biber & Leavy (dalam Novendawati, 2022). *Initial coding* memiliki arti pemberian label dalam bentuk kata-kata atau frase sesuai dengan data yang ada (dalam penelitian ini transkrip wawancara). *Axial coding* memiliki arti sebagai Langkah atau tahap kelanjutan dari *initial coding* dengan cara membuat tema-tema atau kategori-kategori yang didasarkan dari kata atau frasa yang dihasilkan dari *initial coding*. Tema yang dibuat dikelompokkan dengan memilah tema tersebut dengan memperhatikan prinsip hierarki atau cakupan tema-tema. Dalam membuat tema-tema dan kategori ataupun konsep, peneliti harus mampu memperhatikan keterkaitan antara satu tema dengan tema yang lain.

Langkah selanjutnya adalah membuat konsep-konsep atau gagasan-gagasan teoritis yang berkaitan dengan kode dan tema yang telah dibuat. Perencanaan yang tepat dalam

proses analisis data ini adalah dengan menghubungkan antara konsep-konsep yang telah dibuat dengan mengaitkan dengan teori-teori atau literatur yang telah ada. Dalam hal ini peneliti akan mencari literatur yang ada yang relevan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti.

**Tabel 3.2 Tempat Penelitian**

NO	KODE	KETERANGAN
1	A	Barberbos Naripan
2	B	Barberbos Cihanjuang
3	C	Barberbos Surya Sumantri
4	D	Barberbos Moh. Ramdan
5	E	Barberbos Batununggal
6	F	Barberos Mekarwangi
7	G	Barberbos Rajawali
8	H	Barberbos Progo

**Tabel 3.3 Narasumber Penelitian**

NO	KODE	KETERANGAN	Jumlah
1	O	Owner	1
2	M	Manajer	1
3	C	Capster	8
4	K	Konsumen	23

**Tabel 3.4 Data Wawancara**

NO	KODE	JUMLAH	KETERANGAN

1	Q1	4	Merasa tidak nyaman, ingin rapi dan enak dilihat, karena panjang, karena ingin ganti model rambut
2	Q2	3	deket < 1km, lumayan deket (1-3 km), jauh (diatas 3 km)
3	Q3	3	karena lewat (lokasi), dari orang lain (wom), dari media sosia
4	Q4	4	Baru sekali, kurang dari 1 tahun, lebih dari 2 tahun, lebih dari 3 tahun
5	Q5	4	hasilnya bagus, tempatnya nyaman, pelayanannya bagus, lokasi dekat dari rumah atau tempat kerja
6	Q6	2	ada pilihan lain. Tapi memilih barberbos, engga ada pilihan
7	Q7	3	hasilnya bagus, tempat, ga ada alesan tertentu
8	Q8	3	Tempatnya enak dan nyaman, Pelayanannya bagus, hasil potongannya bagus
9	Q9	4	sudah ada model sendiri, iya merekomendasi, tidak merekomendasi, capster mengiyakan
10	Q10	3	Baik Sopan, Ramah
11	Q11	2	Jarang, Ngobrol
12	Q12	4	Ngobrol ngalor ngidul, Basa-basi, Kehidupan keseharian
13	Q13	2	sangat lengkap, cukup lengkap
14	Q14	2	kebersihan bagus, kebersihan cukup
15	Q15	2	sangat puas, puas
16	Q16	2	sangat puas (melebihi ekspektasi) iya, sesuai
17	Q17	3	tidak pasti untuk balik lagi, Pasti balik lagi, Bakal balik lagi
18	Q18	3	udah pernah sharing (wom), belum sharing tapi bakal ngasih tau, belum sharing