

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada salah satu Lembaga Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Kepandean Serang yang berlokasi di Jl. Raya Serang-Cilegon Ruko Kepandean Kav. 75.G RT. 002/002 Kel. Lontar Baru Kec. Serang- Banten. Waktu yang di tempuh untuk melakukan penelitian ini mulai dari bulan Maret 2017.

Objek penelitian yang penulis ambil dalam penelitian adalah mengenai karakteristik marketing syariah dan kepuasan nasabah.

Atas dasar tersebut penulis tertarik untuk membahas dan meneliti masalah analisis pengaruh karakteristik marketing syariah terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang.

B. Jenis dan Sumber data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif:

a. Data kuantitatif

Yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis sehingga dapat terlihat hasilnya.

b. Data kualitatif

Yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.¹ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data Pertumbuhan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kepandean pada tahun 2016.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan adalah dokumentasi, yang mana data dokumentasi memuat apa dan kapan sesuatu terjadi atau transaksi, serta siapa saja yang terlibat dalam suatu kajian.

¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 309.

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu dengan melihat dan melakukan pencatatan data terhadap data pada Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang. Penelitian juga dilakukan dengan menggunakan studi kepustakaan, yaitu mempelajari, memahami, mencermati, menelaah, mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada dan apa yang belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.²

2. Kuesioner

Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau dilengkapi oleh responden. Secara umum kuesioner dapat memuat pertanyaan tentang fakta, pertanyaan tentang pendapat (opini) atau sikap. Bentuk-bentuk skala sikap yang biasa dipakai diantaranya model skala Likert yaitu: model skala Likert adalah bentuk kuesioner yang mengungkap sikap dari responden dalam bentuk jawaban (pernyataan) yang berupa Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragun (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap jawaban tersebut memiliki skor sendiri sesuai dengan positif atau negatifnya item itu.³

² Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, (Semarang: BP UNDIP, 2006), 97.

³ M. Subhan dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, 144.

Tabel 3.1
Pedoman Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah. Hal. 35*

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi (*population*), yaitu sekelompok orang kejadian atau gejala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.⁴ Populasi adalah wilayah menyeluruh berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.⁵ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Tahun 2016.

2. Sampel

Sampel adalah penelitian dapat meneliti seluruh elemen populasi (disebut dengan sensus) atau meneliti sebagian dari elemen-elemen populasi. Dengan kata lain sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel

⁴ Moh. Sidik Priadana, Saludin Muis, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) Ed, 1, 103.

⁵ Edy Supriyadi, *SPSS + AMOS* (Jakarta: In Media, 2014), 17.

dapat digeneralisasikan pada populasi.⁶ Sampel penelitian pada Pertumbuhan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang adalah dari periode 2016. Adapun teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik penarikan sampel *purposive sampling* ialah teknik sampling yang digunakan penelitian jika penelitian mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Oleh karena itu, sampling ini cocok untuk studi kasus yang mana aspek dari kasus tunggal representative diamati dan dianalisis.

Untuk mendapatkan sampel yang menggambarkan populasi, maka dalam penentuan sample dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umum digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1 catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel:

$$n = \frac{1.888}{1 + (1.888 \times 0,1^2)}$$

⁶ Edy Supriyadi, *SPSS + AMOS*, 17.

$$n = \frac{1.888}{1 + (1.888 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{1.888}{1 + 18,88}$$

$$n = \frac{1.888}{19,88}$$

$$n = 94,96$$

$$n = 95$$

Dengan demikian sampel yang diambil dari populasi yang ada adalah sebanyak 95 orang.

E. Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengelola dan memprediksi hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keshahihan suatu alat ukur. Untuk menguji instrumen validitas menggunakan rumus koefisien korelasi total item dengan menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $>$ r table (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

- b) Jika r hitung $<$ r table (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (maka dinyatakan tidak valid).⁷

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kereliabilan atau kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah.⁸

Jika kita menginginkan agar merasa yakin bahwa skor atau nilai dari kuesioner dapat mencerminkan dimensi kepuasan secara handal, maka kuesioner harus menunjukkan kehandalan yang tinggi.

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$a = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(\frac{s_r^2 \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

a : Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

k : Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$: Jumlah varian skor item

s_x^2 : Varian skor-skor tes

⁷ Riduan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta 2010), 73.

⁸ Azar Saifuddin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 93.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna mengetahui apakah regresi dapat dilakukan atau tidak. Model regresi linear berganda merupakan model yang baik apabila memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dan untuk memenuhi kriteria tersebut dibutuhkan setidaknya tiga langkah uji asumsi, yaitu:

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata berdistribusi normal, maka analisis nonparametrik dapat digunakan. Jika data berdistribusi normal, maka analisis parametrik termasuk model-model regresi dapat digunakan.

Untuk mendeteksi suatu data berdistribusi normal atau tidak maka dapat dilihat dengan gambaran suatu model regresi yang dapat diidentifikasi dari grafik *scatter plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonalnya maka regresi memenuhi kenormalitasnya dan sebaliknya jika data menyebar diseluruh grafik *scatter plot* maka regresi tidak normal. Rumus normalitas sebagai berikut:⁹

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

⁹ Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Paradigm Positivistic dan Berbasis Pemecahan Masalah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007), 77.

Keterangan:

X^2 : Nilai X^2

O_i : Nilai observasi

E_i : Nilai harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi)

N : Banyaknya angka pada data

b) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Dalam penelitian dapat berupa data *time series* atau *cross section*. Untuk data *cross section*, akan diuji apakah terdapat hubungan yang kuat antara di data. Jika ya, terjadi autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi, perlu diupayakan agar tidak terjadi autokorelasi.

Autokorelasi yaitu suatu keadaan dimana kesalahan pengganggu dari periode tertentu (e_t) berkorelasi dengan kesalahan pengganggu dari periode sebelumnya (e_{t-1}). Pada kondisi kesalahan pengganggu tidak bebas tetapi satu sama lain saling berhubungan. Bila kesalahan pengganggu periode t dengan $t-1$ berkorelasi maka terjadi kasus korelasi serial sederhana tingkat pertama. Jadi autokorelasi ialah adanya korelasi antara variabel itu sendiri, pada pengamatan yang berbeda waktu atau individu umumnya kasus autokorelasi banyak terjadi pada data *time series*.

Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Durbin Watson (DW). Langkah-langkah pengujian autokorelasi dengan durbin Watsson yaitu:¹⁰

- a. Tentukan hipotesis nul dan hipotesis alternatif dengan ketentuan.

H_0 : Tidak ada autokorelasi (positif/negatif)

H_1 : Ada autokorelasi (positif/negatif)

- b. Estimasi model dengan OLS dan hitung nilai residualnya.

- c. Hitung DW dengan rumus sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum_t^t - \frac{T}{1} (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_t^t - \frac{T}{1} e_t^2}$$

- d. Hitung DW kritis yang terdiri dari nilai kritis dari batas atas (du) dan batas bawah (dl) dengan menggunakan jumlah data (n), jumlah variabel independen/ bebas (k) serta tingkat signifikansi tertentu
- e. Nilai dw hitung dibandingkan dengan dw kritis dengan kriteria penerima dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

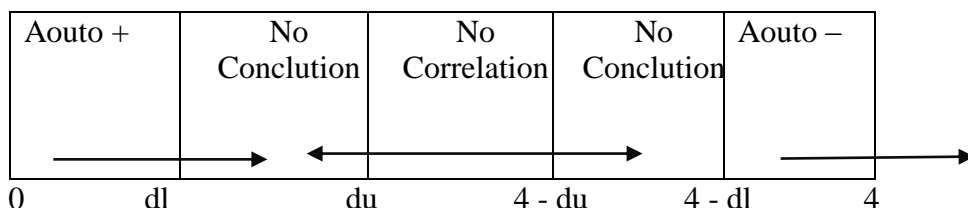
Tabel 3.2
Durbin Watson

HIPOTESIS NOL	KEPUTUSAN	KRITERIA
Ada autokorelasi positif	H_0 di Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl < d < du$
Ada autokorelasi negatif	H_0 di Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - du < d < 4$
Tidak ada autokorelasi	H_0 di Terima	$du < d < 4 - du$

¹⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Paradigm Positivistic dan Berbasis Pemecahan Masalah*, 84.

Dari tabel di atas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3.1
Durbin Watson



c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *varians* dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan jika *varians* yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat ditempuh dengan berbagai cara yaitu uji spearman's, uji glejser, uji park, jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Jika signifikan korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.¹¹

¹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: BP UNDIP, 2011), 160.

3. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)¹²

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang diajukan dan jawaban itu masih diuji secara empiris kebenarannya. Hipotesis dinyatakan dengan kalimat pernyataan dan bukan kalimat pertanyaan.

¹² Prpto Yuwono, *Pengantar Ekonometri*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 78

Dalam penelitian yang menggunakan sampel, hipotesisnya menggunakan kata signifikan.

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi. Hipotesis yang digunakan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:¹³

$$H_0 : b_1 = 0$$

Tidak ada hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Ada hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

1) Uji t (Parsial)

Uji t (t-test) dilakukan untuk menghitung dan membuktikan apakah koefisien korelasi secara statistik signifikan atau tidak. Uji ini dilakukan untuk menguji koefisien korelasi yang ada pada sampel untuk di berlakukan pada seluruh populasi dimana sampel diambil. Uji t merupakan uji hipotesis yang dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Sedangkan t tabel dapat dicari dalam tabel t dengan huruf df (*degree of freedom*) = n^2 dan taraf signifikan 5% dengan kesimpulan hasil uji sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} >$ dan $sig\ t < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R dan D*, 96.

- b. Jika $t_{hitung} <$ dan tidak sig $t > 0,005$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada hubungan dan pengaruh antara variabel bebas yang diukur dengan variabel berikutnya.

Uji t_{hitung} dapat dilakukan dengan rumus:

$$t = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r)^2}}$$

2) Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah suatu bilangan yang menyatakan sifat arah dan kekuatan nisbah asosiatif antara dua variabel.

Pada penelitian ini rumus koefisien yang digunakan adalah korelasi person (Person Correlation) atau r , dimana korelasi ini digunakan pada analisis korelasi sederhana untuk variabel interval/rasio.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(\sum y)^2 - (\sum x)^2}$$

Di mana:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

X = Skor Total Variabel X

Y = Skor Total Variabel Y¹⁴

¹⁴ Prapto Yuwono, *Pengantar Ekonometri*, 79.

3) Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Formula menghitung koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = (TSS - SSE) / TSS = SSR / TSS$$

Nilai koefisien determinasi ada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkatkan tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (memiliki nilai t yang signifikan atau tidak). Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Adjusted R^2 dihitung dari:

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 - (n - 1) \left[\frac{s^2}{r_{SS}} \right] = 1 - (1 - R^2) \left[\frac{n-1}{n-k} \right]$$

F. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjabaran variabel pada aspek penelitian ini ke dalam indikator tertentu untuk memudahkan

pengukurannya, agar dapat dijadikan pedoman dalam pengumpulan data untuk menjawab masalah-masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini.¹⁵ Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya di sebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan di ukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹⁶

Tabel 3.3
Tabel Operasional Variabel

Variabel X	Konsep variabel	Indikator	Pengukuran
1	2	3	4
Teistis (<i>rabbaniyyah</i>)	Marketer syariah harus memiliki ketahanan moral, selalu mendekati diri pada Allah, dan menyakini jika gerak-geriknya diawasi oleh sang khalik karena marketing memang akrab dengan penipuan, sumpah palsu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada penipuan dalam memasarkan produk. 2. Jujur dalam memasarkan produknya. 3. Sudah sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam memasarkan produk. 	Skala likert dengan bobot skor yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Kurang Setuju 4. Setuju 5. Sangat Setuju
Etis (<i>akhlaqiyah</i>)	Marketer syariah harus mengedepankan akhlak dan etika.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersikap, berperilaku sopan, ramah. 2. Bersikap rendah 	Skala likert dengan bobot skor yaitu:

¹⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.

¹⁶ M. Subhan dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, 145.

		hati. 3. Sabar dalam melayani nasabah.	1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Kurang Setuju 4. Setuju 5. Sangat Setuju
Realistis (<i>al-waqi'iyah</i>)	Marketer syariah harus berpenampilan bersih, rapih dan profesional dalam berkerja.	1. Berpenampilan bersih, rapih dan memakai busana muslim. 2. Menguasai dengan betul tentang produk yang ditawarkan (<i>product knowledge</i>).	Skala likert dengan bobot skor yaitu: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Kurang Setuju 4. Setuju 5. Sangat Setuju
Humanistis (<i>alinsaniyyah</i>)	Marketer syariah harus, memelihara sifat kemanusiaannya, menghilangkan nafsu kehewanan, tidak serakah, melainkan peduli pada keadaan sosial.	1. Tidak menghiraukan status. 2. Sedia membantu kesulitan yang dihadapi nasabah.	Skala likert dengan bobot skor yaitu: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Kurang Setuju 4. Setuju 5. Sangat Setuju
Variabel Y	Konsep variabel	Indikator	Pengukuran
Kesesuaian Harapan	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.	1. Menyediakan produk yang dibutuhkan. 2. Merasa puas dengan sistem syariah. 3. Yakin bahwa barang	Skala likert dengan bobot skor yaitu: 1. Sangat Tidak

		<p>yang di simpan aman.</p> <p>4. Merasa puas atas kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.</p>	<p>Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Kurang Setuju</p> <p>4. Setuju</p> <p>5. Sangat Setuju</p>
Minat Berkunjung Kembali	<p>Merasa puas atas kenyamanan, keamanan dan kebersihan lingkungannya. Serta tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain sehingga minat untuk berkunjung kembali.</p>	<p>1. Tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.</p> <p>2. Merasa puas atas kenyamanan, keamanan dan kebersihan lingkungannya.</p> <p>3. Merasa puas atas kecepatan petugas.</p> <p>4. Merasa puas atas kemudahan prosedur/alur pelayanan yang di berikan.</p>	<p>Skala likert dengan bobot skor yaitu:</p> <p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Kurang Setuju</p> <p>4. Setuju</p> <p>5. Sangat Setuju</p>
Kesediaan Merekomendasikan	<p>Apabila jasa yang diterima memuaskan, maka pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain.</p>	<p>1. Sering merekomendasikan kepada teman atau orang lain untuk menggadaikan barangnya.</p> <p>2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan.</p>	<p>Skala likert dengan bobot skor yaitu:</p> <p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Kurang Setuju</p> <p>4. Setuju</p> <p>5. Sangat Setuju</p>