

**ANALISIS PENGARUH JENIS TEMPO MUSIK TERHADAP
KARAKTISTIK PEMBELIAN KONSUMEN KEDAI KOPI (STUDI
KASUS: UMPAMA COFFEE NGEMPLAK, SLEMAN,
YOGYAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Teknik Industri - Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia**



Nama : Ade Irawan Said
No. Mahasiswa : 20522104


**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mengakui bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang seluruhnya sudah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 9 - 4 - 2024




Ade Irawan Said
NIM. 20522104

SURAT BUKTI PENELITIAN



FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

Gedung KH. Mas Mansur
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4110, 4100
F. (0274) 895007
E. fti@uii.ac.id
W. fti.uii.ac.id

Nomor : 01/Ka.Lab DSK&E/70/Lab. DSK&E/I/2024

Hal : **Surat Keterangan Penelitian**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Kami yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Laboratorium Desain Sistem Kerja dan Ergonomi (DSK&E), Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, dengan ini ingin memberitahukan bahwa mahasiswa di bawah telah melakukan penelitian di Laboratorium DSK&E.

Nama Peneliti : Ade Irawan Said
NIM : 20522104
Program Studi : Teknik Industri-FTI-UII
Tempat Penelitian : Umpama Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta
Waktu Penelitian : Oktober 2023 - Februari 2024
Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap karakteristik Konsumen (Studi Kasus: Umpama Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta)
Dosen pembimbing : Atyanti Dyah Prabaswari S.T., M.Sc., IPM

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wssalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta 16 Januari 2024
Ka.Lab DSK&E


Chancana Basumeđa, S.T., M.Sc.

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS PENGARUH JENIS TEMPO MUSIK TERHADAP
KARAKTERISTIK PEMBELIAN KONSUMEN KEDAI KOPI (STUDI
KASUS: UMPAMA COFFEE NGEMPLAK, SLEMAN,
YOGYAKARTA)



Yogyakarta, 31-05-2024

Dosen Pembimbing


Atyanti Dyah Prabaywari, S.T., M.Sc.

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

ANALISIS PENGARUH JENIS TEMPO MUSIK TERHADAP KARAKTISTIK PEMBELIAN KONSUMEN KEDAI KOPI (STUDI KASUS: UMPAMA COFFEE NGEMPLAK, SLEMAN, YOGYAKARTA)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Ade Irawan Said
No. Mahasiswa : 20 522 104

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 31 Mei 2024

Tim Penguji

Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Ketua

Dr. Harwati, S.T., M.T

Anggota I

Suci Miranda, S.T., M.Sc.

Anggota II

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia**



Ir. Muhammad Ridwan Ansh Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM.
NIP. 01522010

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirobil'amin, segala rasa puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat, Hidayah dan Nikmat kepada seluruh umat-Nya. Dengan ini saya persembahkan hasil penelitian Tugas Akhir saya kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini, dan secara khusus juga kepada orang tua saya yang telah membiayai studi dan selalu mendo'akan serta mendukung saya. Saya juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang saya temui dan membantu saya selama masa studi, terima kasih karena telah memberikan dukungan, semangat, dan banyak hal baik kepada saya.

MOTTO

“Siapa saja yang menempuh suatu jalan mencari ilmu, niscaya Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.”

-HR. Muslim

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan”

-Sutan Syahrir

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Allhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Jenis Musik Terhadap karakteristik Pembelian Konsumen Kedai Kopi (Studi Kasus: Umpama Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta)” dengan baik. Tak lupa sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik, yaitu kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU, ASEAN.Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Kepada Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM., selaku ketua program studi Teknik Industri program sarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Kepada Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc., selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
4. Kepada Ibu Atyanti Dyah Prabaswari S.T. M.Sc., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan kesempatannya dalam membimbing dari awal hingga akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
5. Kepada Keluarga tercinta Bapak Umar Said, Ibu Dwi Handayani, Adik Sony Kurniawan Said serta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada penulis.
6. Kepada seluruh pengurus Umpama Coffe atas izin dan dukungannya saya bisa melakukan penelitian di kedai kopi Umpama.
7. Kepada Sahabat terdekat saya Safira, Agil, Bunga, Dimas, Sasa, Raihan, Bella, Sanyo, Lina, Oya, dan Nuhi yang telah selalu mendukung dan kebersamai saya selama masa pengerjaan tugas akhir.
8. Kepada Bapak Chancard Basumerda S.T. M.Sc., sebagai Kepala Lab, Mas Dwi Wahyu Santoso S.Pd sebagai Laboran dan teman-teman asisten Laboratorium DSK&E angkatan 2019, 2020, dan 2021 yang telah tiada henti memberikan semangat, ilmu, dan pengalaman kepada penulis.
9. Kepada Bapak M. Syah Fatahillah sebagai Manajer PE PT. Yamaha Indonesia dan Bapak Jones Sihombing sebagai mentor magang yang telah memberikan dukungan kepada saya selama persiapan sidang pendaran.

10. Kepada Teman-teman penulis selama perkuliahan yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
11. Kepada Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan laporan ini tentunya masih terdapat kekurangan dan kesalahan karena keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu, diharapkan laporan ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca. Saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan untuk kesempurnaan laporan ini.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 10-April-2024



Ade Irawan Said
20522104

ABSTRAK

Musik adalah bunyi dan nada yang menjadi ekspresi artistik tertentu dan berperan dalam penyampaian emosi ataupun identitas. Musik memberikan rasa nyaman, tenang, dan atau perasaan tertentu bagi pendengarnya. Musik banyak digunakan sebagai latar swalayan, toko, kedai kopi, dan tempat-tempat umum lainnya dengan tujuan tertentu, salah satunya pembentukan atmosfer kerja. Atmosfer suatu tempat jual beli seperti kedai kopi dapat diciptakan melalui bebrbagai elemen fisik dan psikologis dalam ruang toko untuk mempengaruhi emosi, persepsi, dan perilaku belanja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pengaruh jenis tempo musik yang diputar terhadap perilaku pembelian konsumen. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi kepada manajemen kedai kopi untuk memberikan pelayanan dan kepuasan yang optimal bagi konsumen. Pengambilan data terhadap 32 responden dilakukan dengan menggunakan kuesioner ergonomi kognitif dengan skala likert yang berisi 2 variabel pertanyaan tempo musik cepat dan tempo musik lambat. Selanjutnya data yang diperoleh akan diolah menggunakan software Microsoft Excel dan SPSS. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik *Multivariate Analysis of Variance* untuk menguji pengaruh perlakuan tempo musik terhadap perilaku pembelian. Melalui penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa tempo musik tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, namun diketahui rata-rata penambahan menu dan uang yang dibelanjakan konsumen dengan perlakuan musik tempo lambat lebih tinggi atau dalam artian memberikan keuntungan lebih bagi kedai kopi.

Kata kunci: *karakteristik pembelian konsumen, kedai kopi, MANOVA, tempo musik.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT BUKTI PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Literatur	6
2.1.1 Pengaruh tempo musik.	6
2.1.2 Multivariate analysis of variance (MANOVA).	9
2.1.3 Analisis deskriptif.	11
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Musik.	20
2.2.2 Tempo musik.	20
2.2.3 Kedai kopi.....	21
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.5 Atmosfer ruang toko.	21
2.2.6 Ergonomi.	22
2.2.7 Ergonomi kognitif.....	23
2.2.8 Desain eksperimen.....	23
2.2.9 Analisis deskriptif.....	24
2.2.10 Pilot study.	25
2.2.11 Uji validitas.....	25
2.2.12 Uji reliabilitas.	26
2.2.13 Uji normalitas.	26
2.2.14 Uji homogenitas matriks kovariansi.	27
2.2.15 Multivariate analysis of variance (MANOVA).	28
BAB III METODE PENELITIAN	30

3.1 Subjek Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian.....	30
3.3 Definisi Variabel.....	31
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	32
3.5 Populasi dan Sampel.....	32
3.6 Sumber Data.....	33
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.8 Penelitian.....	34
3.9 Prosedur Eksperimen.....	35
3.10 Metode Analisis Data.....	36
3.10.1 Uji validitas.....	36
3.10.2 Uji reliabilitas.....	37
3.10.3 Uji asumsi.....	37
3.10.4 Uji MANOVA.....	37
3.10.5 Analisis deskriptif.....	38
3.11 Alur Penelitian.....	38
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	45
4.1 Pengukuran Pengaruh Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian.....	45
4.1.1 Uji pilot study.....	45
4.1.2 Uji validitas dan reliabilitas.....	47
4.1.3 Uji asumsi MANOVA.....	53
4.1.4 Uji MANOVA.....	55
4.2 Rekomendasi Perbaikan.....	57
4.2.1 Karakteristik demografi responden.....	57
4.2.2 Karakteristik berdasarkan persepsi perasaan terhadap musik.....	58
4.2.3 Karakteristik berdasarkan genre musik yang disukai.....	59
4.2.4 Karakteristik berdasarkan lama mendengarkan musik sehari.....	59
4.2.5 Karakteristik berdasarkan media mendengarkan musik.....	60
4.2.6 Karakteristik berdasarkan persepsi kenyamanan volume.....	61
4.2.7 Karakteristik berdasarkan selera jenis music.....	61
4.2.8 Karakteristik berdasarkan perasaan mendengarkan musik.....	62
4.2.9 Karakteristik berdasarkan kegiatan saat mendengarkan musik.....	62
4.2.10 Karakteristik frekuensi kedatangan responden di kedai kopi.....	63
4.2.11 Karakteristik rencana lama waktu beraktivitas di kedai kopi.....	63
4.2.12 Karakteristik responden berdasarkan tujuan kedatangan.....	64
4.2.13 Karakteristik berdasarkan volume musik dalam kedai kopi.....	64
4.2.14 Karakteristik berdasarkan jumlah menu pesanan awal kedatangan.....	65
4.2.15 Karakteristik berdasarkan jumlah rencana uang yang dibelanjakan.....	65
4.2.16 Karakteristik berdasarkan jenis tempo musik yang dimainkan.....	66
BAB V PEMBAHASAN.....	68
5.1 Analisis Pengaruh Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian.....	68
5.1.1 Analisis rekapitulasi perilaku pembelian jenis tempo cepat dan lambat.....	68
5.1.2 Uji MANOVA.....	69
5.2 Analisis Rekomendasi Perbaikan.....	71
BAB VI PENUTUP.....	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Uji Pilot Study	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 4 Hasil Rekapitulasi Persepsi Responden Terhadap Musik	58
Tabel 4. 5 Hasil Rekapitulasi Selera Genre Responden	59
Tabel 4. 6 Hasil Rekapitulasi Lama Responden Mendengarkan Musik Dalam Sehari ..	59
Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Karakteristik Jenis Media Mendengarkan Musik.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Rekapitulasi Persepsi Responden Terhadap Volume Musik.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Rekapitulasi Selera Jenis Musik Responden	61
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Data Jenis Perasaan Responden saat Mendengar Musik	62
Tabel 4. 11 Tabel Jenis Kegiatan Favorit dengan Mendengar Musik	62
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Rata-rata Jumlah Kedatangan ke Kedai Kopi per Minggu.....	63
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Rencana Lama Waktu yang Dhabiskan Responden	63
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kedatangan. ..	64
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Hasil Karakteristik Volume yang Didengarkan Responden...	64
Tabel 4. 16 Hasil Jumlah Menu yang Dipesan Responden Saat Kedatangan	65
Tabel 4. 17 Hasil Karakteristik Jumlah Uang yang Digunakan saat Kedatangan	65
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Hasil Jenis Tempo Musik yang Dimainkan Dalam Kedai.....	66
Tabel 4. 19 Rekomendasi Lagu Genre Pop Bertempo Lambat	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Lokasi Kedai Kopi Umpama.....	31
Gambar 4. 1 Hasil Uji Validitas SPSS variabel X1	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Validitas SPSS variabel X2	49
Gambar 4. 3 Hasil Uji Cronbach's Alpha (X1)	52
Gambar 4. 4 Hasil Uji Cronbach's Alpha (X2)	52
Gambar 4. 5 Normalitas Multivariat	54
Gambar 4. 6 Uji Box's M Homogenitas	54
Gambar 4. 7 Hasil Uji MANOVA	55
Gambar 4. 8 Multivariat Test.....	56
Gambar 4. 9 Analisis Deskriptif	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik adalah seni yang berasal dari bunyi dan nada untuk menciptakan ekspresi artistik. Musik merupakan seni yang menggambarkan pemikiran dan perasaan manusia dalam bentuk suara dan dengan teknik tertentu (Andaryani, 2019). Musik dapat dimainkan dengan berbagai instrument (alat musik) atau dengan suara manusia. Tidak hanya itu musik dalam sejarah juga memiliki peran penting sebagai media untuk menyampaikan emosi, budaya, dan identitas. Musik dapat memberikan beberapa pengaruh bagi pendengarnya seperti rasa nyaman, tenang, pengendalian emosi, pendidikan moral, pengembangan spiritual, hingga menyembuhkan gangguan psikomatik. Musik memiliki banyak gaya dan genre yang beragam, mulai dari klasik hingga pop, rock, hip-hop, jazz, blues, reggae, country, dan masih banyak lagi mengikuti ciri khas budaya masing-masing masyarakat daerah. Setiap genre memiliki karakteristik musik yang berbeda dan penggemar yang berbeda-beda pula. Musik biasanya disusun oleh kumpulan nada yang memiliki ketukan dengan kecepatan tertentu atau biasanya disebut tempo musik. Tempo musik berdasarkan kecepatannya dibagi menjadi tempo musik cepat dan tempo musik lambat. Industri musik adalah sektor ekonomi besar yang mencakup rekaman, konser, penjualan musik, layanan streaming, dan lain sebagainya. Musik telah menjadi bahasa universal yang dapat menghubungkan orang dari berbagai latar belakang berbeda dan memiliki dampak yang mendalam pada banyak aspek kehidupan masyarakat seperti hiburan hingga pengaruh sosial budaya, tidak terkecuali pengaruh musik terhadap suara latar sebuah toko, kedai kopi tempat makan, atau retail yang lain.

Musik dapat memiliki berbagai dampak positif pada pengalaman pelanggan dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan. Musik bertempo lambat dan bervolume keras diketahui dapat mempengaruhi konsumen dalam menghabiskan waktu lebih untuk melakukan eksplorasi di toko. Kemudian diperoleh juga bahwa jenis tempo serta volume tertentu memiliki pengaruh signifikan terhadap mood konsumen (Suhaeni, et al., 2020). Kemudian dalam kegiatan lain seperti gotong royong suatu acara masyarakat, musik dapat meningkatkan semangat dan mood masyarakat dalam melakukan suatu

pekerjaan tertentu (Kaunang & Sunarmi, 2020a). Musik juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional state* serta perilaku konsumen (Natalia, et al., 2021). Penelitian yang dilakukan pada lingkungan toko menunjukkan bahwa musik mampu mempengaruhi perilaku konsumen dalam aktivitas pembelian. Dengan atmosfer toko yang dibentuk sedemikian rupa, konsumen merasa senang untuk terus menjelajahi toko dan memilih berbagai produk yang disediakan. Atmosfer toko sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek, antara lain pencahayaan, desain interior, dan musik atau audio (S. Wahyuni & Raharjo, 2019a).

Umpama merupakan salah satu kedai kopi yang banyak dikunjungi oleh mahasiswa. Karena lokasi yang sangat strategis, yaitu dekat dengan kampus pusat UII Yogyakarta, kedai kopi ini sangat dikenal di kalangan mahasiswa. Menu-menu yang ditawarkannya pun beragam dengan harga yang dapat dijangkau oleh kalangan mahasiswa. Oleh sebab itu, kedai kopi ini menargetkan mahasiswa sebagai target marketingnya berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan dengan salah satu manajemen Kedai Kopi Umpama. Selain itu, kedai kopi ini juga menyediakan menu yang ditujukan untuk mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas seperti makanan ringan dan minuman. Umpama juga menentukan harga yang sesuai dengan pelayanan, rasa, dan atmosfer toko yang disediakan. Umpama berfokus kepada kenyamanan pelanggannya dan lebih menekankan kepada kualitas pelayanan dibandingkan kuantitas konsumen yang datang. Prioritas kepuasan pelanggan tersebut dilakukan untuk bertahan ditengah persaingan kedai kopi yang semakin ketat karena jumlah kedai kopi di Yogyakarta yang semakin banyak.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Restoran dan Rumah Makan Yogyakarta 2020-2024

Elemen	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah Restoran	1.002	307	310	350	350*
Jumlah Rumah Makan (Include Kedai Kopi)	1.007	1.198	1.225	1.247	1.246*

*data sementara

(Sumber: <https://bappeda.jogjaprov.go.id>)

Berdasarkan hasil wawancara awal, diperoleh bahwa 80% responden dari total 10 responden merasa santai dan nyaman dengan adanya musik di dalam kedai kopi Umpama dibandingkan kedaan tanpa musik, karena dengan adanya musik dapat memberikan suasana hidup dan senang di dalam kedai kopi. Kemudian 30% responden menyatakan bahwa musik membuat mereka beraktivitas lebih lama di Umpama Coffee, hal ini karena sebagian besar dari responden merasa bahwa tugas mereka atau kegiatan mereka yang menjadi faktor berapa lama mereka ada di kedai kopi. Kemudian hanya sebagian kecil dari responden yaitu 40% menyatakan musik di kedai kopi telah sesuai dengan suasana atau mood yang diinginkan konsumen, hal ini karena sebagian dari responden merasa tempo musik atau genre musik terlalu cepat atau bersemangat dan justru terkadang mengganggu aktivitas belajar responden.

Dengan demikian, maka diperlukan sebuah penelitian untuk mengukur seberapa pengaruh jenis tempo musik terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga pengusaha dapat menerapkan strategi marketing dan menerapkan atmosfer yang tepat pada kedai kopi Umpama. Hasil penelitian ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh pengusaha kedai kopi dalam memilih lagu berdasarkan jenis temponya untuk lebih meningkatkan kenyamanan dan juga mempengaruhi perilaku pembelian dalam kedai kopi. Jenis tempo musik cepat dan tempo lambat adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan keilmuan Ergonomi Kognitif dan metode pengolahan statistik uji MANOVA untuk mengukur pengaruh variabel independent yaitu tempo musik lambat dan tempo musik cepat terhadap karakteristik perilaku konsumen sebagai variabel dependennya. Uji asumsi dilakukan dan dipenuhi terlebih dahulu sebagai syarat dilakukannya uji MANOVA hasil penelitian yang digunakan dalam penelitian menjadi valid. Jenis uji asumsi yang digunakan antara lain uji normalitas multivariat untuk mengetahui apakah sebaran data multivariat telah terdistribusi secara normal. Kemudian dilakukan uji homogenitas Box's M untuk menguji matriks varians adalah homogen. Penelitian ini mengambil judul "Analisis Pengaruh Jenis Musik Terhadap karakteristik Pembelian Konsumen Kedai Kopi (Studi Kasus: Umpama Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, diketahui persaingan bisnis dibidang kedai kopi area Yogyakarta semakin ketat dan terus berkembang. Hal ini mendorong pelaku bisnis

untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan agar dapat memberikan kepuasan lebih bagi pelanggan untuk terus memilih kedai kopinya. Salah satu faktor pengaruh kepuasan konsumen adalah atmosfer toko yang disediakan. Atmosfer pada setiap toko berbeda-beda sesuai karakter toko yang diinginkan pemilik. Namun pada beberapa kedai kopi termasuk Kedai Kopi Umpama belum merancang atmosfer toko melalui musik yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, melainkan hanya musik random yang diinginkan oleh pegawai. Sehingga hal ini terkadang menimbulkan gap yang dialami konsumen, seperti 6 dari 10 orang menyatakan bahwa musik yang dimainkan terlalu bersemangat dan justru mendistraksi mereka dalam melakukan aktivitas. Oleh sebab itu diperlukan pendekatan untuk mengetahui jenis tempo musik yang tepat untuk memberikan kepuasan konsumen dan juga keuntungan bagi kedai kopi. Selain itu rekomendasi terhadap permasalahan tersebut perlu dirancang untuk memaksimalkan kepuasan konsumen terhadap atmosfer toko. Hal-hal tersebut bertujuan agar Umpama Kopi dapat memberikan perlakuan yang tepat bagi konsumen untuk memperoleh kepuasan pelanggan dan keuntungan terbaik.

Research Questions 1: Bagaimana pengaruh jenis tempo musik yang diputar berdasarkan perilaku pembelian konsumen?

Research Questions 2: Bagaimana rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil analisis penelitian untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen Umpama Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian yang dilakukan:

1. Mengidentifikasi pengaruh jenis tempo musik yang diputar berdasarkan perilaku pembelian konsumen.
2. Mendesain rekomendasi berdasarkan hasil analisis untuk meningkatkan kepuasan konsumen Umapa Coffee.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian yang dilakukan:

1. Peneliti dapat mengetahui bagaimana berpengaruh tempo musik yang disajikan terhadap perilaku pembelian konsumen kedai kopi, serta dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terkait ergonomi kognitif.

2. Bagi yang diteliti atau pengusaha Umpama Coffee dapat mengetahui pelayanan terbaik yang dapat diberikan kepada pelanggan khususnya dalam setting atmosfer musik yang didukung oleh hasil penelitian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai acuan mengenai topik ergonomi kognitif khususnya mengenai analisis pengaruh tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Berikut merupakan batasan dalam penelitian ini:

1. Pengambilan data dilakukan terhadap seluruh konsumen Umpama Ngemplak, Sleman, Yogyakarta, yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan.
2. Proses pengambilan data dilakukan di kedai kopi yang berada di Umpama Ngemplak, Sleman, Yogyakarta, pada bulan Oktober 2023.
3. Penelitian ini hanya dilakukan untuk jenis kedai kopi dengan jenis output musiknya menggunakan speaker.
4. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner via Google Form dan juga melakukan wawancara secara langsung jika responden berkenan.
5. Fokus analisis perilaku pembelian terdapat pada pengaruh jenis tempo musik yang dimainkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini berlandaskan kajian seperti yang tertera dalam kajian literatur. Kajian dilakukan dengan dua cara, yaitu kajian secara induktif dan kajian deduktif. Kajian induktif membahas mengenai penelitian terkait permasalahan atau topik yang menjadi bahasan dalam penelitian ini. Sementara itu, kajian deduktif membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat ahli atau peneliti terdahulu.

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Pengaruh tempo musik.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhaeni, et al., pada tahun (2020) dengan judul “**Musik Dalam Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket**” bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh musik dari faktor volume dan tempo terhadap perilaku pembelian konsumen ritel. Pengaruh musik diukur melalui rupiah yang belanjakan, mood, dan jumlah waktu konsumen berbelanja. Penelitian dilakukan dalam bentuk desain pre-eksperimental *the one group pretest-posttest* pada sebuah minimarket Politeknik Negeri Bandung. Peneliti menggunakan berbagai kombinasi volume dan tempo musik, yaitu tempo cepat volume tinggi (X1), tempo cepat volume rendah (X2), tempo lambat volume tinggi (X3), dan tempo lambat bervolume rendah (X4). Metode ANOVA dipilih untuk menganalisis berbagai kondisi, diantaranya yaitu uang yang dibelanjakan konsumen, mood, dan waktu yang digunakan untuk berbelanja (post-hoc comparison). Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa tempo dan volume musik tidak secara signifikan mempengaruhi pengunjung toko dalam membelanjakan uangnya, kemudian musik bertempo lambat dan bervolume keras, menyebabkan pembelanja lebih banyak menghabiskan waktu untuk melakukan eksplorasi di toko, kemudian latar belakang musik signifikan mampu mempengaruhi mood konsumen.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kaunang dan Sunarmi pada tahun (2020) dengan judul “**Pengaruh Musik Terhadap Kesenangan Tulung Kerja Pada Acara Pesta Pertiakan di Desa Sion Kecamatan Tompaso Baru Kabupaten Minahasa Selatan**” untuk

mengetahui pengaruh musik terhadap tingkat kesenangan masyarakat dalam budaya “Tulung Kerja” menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan musikologi dan disampaikan secara deskriptif. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa musik memiliki pengaruh signifikan dalam budaya Tulung Kerja pada acara pesta pernikahan, yang ditunjukkan dari hasil wawancara mengindikasikan bahwa musik membuat orang-orang yang sedang melakukan Tulung Kerja merasa senang.

Penelitian ketiga berjudul **“Pengaruh Program Terapi Musik Rumahan Pada Orang Tua dan Anak Dengan Disabilitas”** oleh F.Wahyuni, et al., pada tahun (2022). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh partisipasi orang tua dan anak dalam program terapi musik selama 6 minggu tentang respon orang tua, insiasi anak, dan sinkronisasi orang tua anak, serta penggunaan aktivitas musik sehari-hari oleh orang tua dan anak. Penelitian ini bersifat kuantitatif melalui metode *quasy experiment* dan *desain single group pretest – post test within subject without control group*. Populasi pada penelitian ini adalah orang tua dengan anak disabilitas atau yang mengalami keterlambatan perkembangan usia 6-12 tahun di SLBN 01 Pariaman. Sampel berjumlah 26 pasangan orangtua dengan *purposive sampling* menggunakan lembar observasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa musik efektif dalam memfasilitasi interaksi orang tua-anak dalam hal ketanggapan orang tua dan komunikasi yang dimulai oleh anak, serta meningkatkan keterikatan orang tua-anak dan keterampilan mengasuh anak.

Penelitian selanjutnya mengenai tempo musik dengan judul **“Pengaruh Tempo Musik, Volume Musik Dan Genre Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Lucifer Café and Pub di Yogyakarta”** oleh Selviana pada tahun (2018) bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh tempo musik, volume musik dan genre musik terhadap perilaku pembelian konsumen pada kedai kopi di Yogyakarta. Penelitian menggunakan jenis data primer dengan metode pengumpulan menggunakan angket. Metode penelitian yang digunakan adalah uji statistik regresi linier Sederhana. Hasil yang diperoleh adalah diketahui bahwa tempo, volume, dan genre musik yang dimainkan pada kedai berpengaruh signifikan secara positif bagi perilaku konsumen. Selain itu, disimpulkan juga bahwa seluruh variable bebas yang ada pada penelitian ini berpengaruh pada perilaku pembelian konsumen di Lucifer Café and Pub Yogyakarta.

Penelitian berjudul **“Analisis Pengaruh Musikape Terhadap Emotional States dan Perilaku Konsumen Restoran Hacienda Mexican Bar & Grill Surabaya”** oleh Natalia et

al, pada tahun (2022) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh musikscape terhadap emotional states dan perilaku konsumen Hacienda Mexican Bar & Grill Surabaya. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah kuesioner dengan melakukan sebaran sebanyak 176 kuesioner di Hacienda Mexican Bar & Grill Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* dan menghasilkan bahwa musikscape memiliki pengaruh signifikan dan langsung yang positif terhadap emotional states dan perilaku konsumen Hacienda Mexican Bar & Grill Surabaya. Musikscape juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen Hacienda Mexican Bar & Grill Surabaya melalui emotional states sebagai variabel intervening

Selanjutnya dalam jurnal yang dibuat oleh Bandwal et al, pada tahun (2022) dengan judul **“Impact of In-store musik on Customers, Owners, and Employees in India”**. Penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dalam mendengarkan musik di toko-toko ritel. Penelitian dilakukan pada toko-toko pakaian dari toko multi-brand hingga toko milik lokal di Celebration Mall, Udaipur. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa dari 30 toko pakaian, 24 toko tidak memutar musik latar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif dengan cara observasi, kuesioner, dan analisis deskriptif berdasarkan metode analisis uji chi-square. Hasil dalam penelitian ini antara lain dapat diketahui bahwa Volume musik dapat merugikan pelanggan dan membuat mereka meninggalkan toko, jadi volume yang dipasang seharusnya optimal untuk semua kelompok usia. Familiaritas dengan musik memengaruhi mood pelanggan saat membeli. Musik yang tepat dapat meningkatkan suasana toko dan menarik konsumen. Jika manajer dapat memanfaatkan peluang ini, dan konsumen bahagia saat masuk ke toko, mereka kemungkinan akan memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rodgers, et al., pada tahun (2021). dengan judul **“Artificial intelligence-driven musik biometrics influencing customers’ retail buying behavior”** bertujuan untuk menguji efek transformasi digital dari biometrik wajah dan musik berbasis kecerdasan buatan (AI) terhadap keadaan kognitif dan emosional pelanggan, serta bagaimana efek tersebut memengaruhi respons perilaku mereka dalam hal penciptaan nilai. Penelitian ini dilakukan pada toko ritel jenis penjualan optik yang berada di China, 386 pelanggan berpartisipasi sebagai responden dalam eksperimen selama lima hari dengan berbagai jenis musik. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *One-way ANOVA* dan analisis deskriptif. Penelitian ini menghasilkan hubungan yang

signifikan antara hubungan kognisi dan emosi yang diinduksi oleh sistem biometrik wajah dan musik berbasis AI dalam membaca perilaku pelanggan.

2.1.2 *Multivariate analysis of variance (MANOVA).*

MANOVA merupakan metode statistik yang adalah bentuk pengembangan dari ANOVA untuk menguji perbedaan rata-rata dua kelompok variabel dependen atau lebih. Metode ini seringkali digunakan dalam berbagai bidang penelitian untuk eksplorasi sekaligus memahami hubungan kompleks data multivariate.

Pada ***“The Psychophysiological Effect of Different Tempo Music on Endurance Versus High-Intensity Performance”*** oleh Maria, et al., tahun (2020). bertujuan untuk untuk menentukan apakah latihan intensitas tinggi lebih berdampak baik dibandingkan latihan ketahanan dengan adanya efek dari tempo musik. Dua jenis latihan tersebut dilakukan dan selanjutnya diukur denyut jantung responden dan penilaian persepsi usaha (RPE) yang dibarengi dengan 3 jenis kondisi yaitu tempo musik rendah, sedang, dan tinggi. Melalui RPE diketahui perubahan signifikan dalam latihan ketahanan dibandingkan intensitas tinggi dengan kondisi tempo musik tinggi dan tidak ada musik. Sehingga mendengar musik di bawah kondisi stres serta selama latihan ketahanan dan intensitas tinggi dapat berdampak lebih positif terutama dalam latihan ketahanan. Akibatnya, musik dapat dianggap sebagai alat penting untuk merangsang orang yang terlibat dalam latihan fisik intensitas rendah.

Penelitian dengan **judul "Perbandingan Keputusan Pembelian di CV. Sinar Makmur dan UD. Sea Mart Dalam Hal Harga, Promosi, Kualitas Layanan , dan Bangunan Fisik"** oleh Vonnie dan Sonata tahun (2020) bertujuan mengetahui faktor signifikan terhadap keputusan pelanggan berbelanja di toko ritel untuk peningkatan daya saing. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah uji statistik MANOVA dengan instrumen kuesioner untuk menjawab tujuan penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pada kedua toko dalam mengkombinasikan harga, promosi, kualitas layanan, dan bangunan fisik. Selain itu tidak ditemukan perbedaan antara kedua badan usaha dari segi harga dan kualitas layanan, namun terdapat aspek 7P pemasaran yang perlu terus untuk di tingkatkan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Signe, et al., pada tahun (2020) dengan judul ***“Music to eat by: A systematic investigation of the relative importance of tempo and articulation on eating time”*** dengan tujuan untuk meneliti sejauh mana tempo dan artikulasi dapat mempengaruhi durasi makan pelanggan. Peneliti menggunakan dua eksperimen yaitu responden mencicipi dan mengevaluasi potongan cokelat dengan kondisi musik berbeda. Hasil penelitian tersebut

menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara tempo musik yang dipadukan dengan jenis musik tertentu dengan durasi makan responden.

Penelitian dengan metode MANOVA lainnya dilakukan Costas, et al., pada tahun (2022) dengan judul **“Interactive effects of task load and music tempo on psychological, psychophysiological, and behavioural outcomes during simulated driving”**. Peneliti melakukan studi mengenai efek antara beban tugas dan tempo musik pada kognisi, afek, respon jantung, dan perilaku yang relevan dengan keselamatan mengemudi dengan simulasi mengemudi. Kondisi yang diberikan pada responden adalah musik tempo cepat, lambat dan tanpa musik dengan beban mengendarai tinggi dan rendah. Diperoleh bahwa tempo musik cepat menghasilkan skor tertinggi, artinya masyarakat perkotaan dengan beban berkendara tinggi harus berhati-hati dalam penggunaan musik tempo cepat.

Pada tahun (2024) Srie, et al., melakukan penelitian untuk menguji proses kemampuannya dalam memperkaya hasil penelitian baik dalam bidang kesehatan dan pendidikan MIPA. Penelitian dengan judul **“Multivariat Analysis of Variance (MANOVA) Di Bidang Kesehatan Dan Pendidikan MIPA”** ini mengumpulkan penelitian atau *literature review* pada jurnal, prosiding, dan literatur terpercaya lain dalam 5 tahun terakhir. Hasilnya diketahui bahwa penelitian pada bidang kesehatan cenderung menggunakan metode statistic deskriptif dengan bahan penelitian berupa data-data faktor pengaruh kesehatan tertentu dan bidang MIPA cenderung bersifat kuantitatif dengan bahan penelitiannya adalah luaran pembelajaran. Metode pengumpulan data bidang kesehatan biasanya adalah survei sedangkan MIPA menggunakan angket, survei, hingga wawancara.

Pada jurnal penelitian berjudul **“Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Motivasi dan Prestasi Belajar Matematika Siswa”** oleh Yahya, et al., pada (2022) memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh teman sebaya siswa terhadap motivasi berprestasi dan capaian belajar siswa kelas XII MA pergis Campalagian. Penelitian dilakukan dengan cara pengambilan sampel sebanyak 51 siswa dengan angket dan diketahui bahwa sebagian besar siswa berada pada kategori tinggi dalam indikatornya. Rata-rata skor motivasi ada diangka 89 (sedang) dan rata-rata prestasi belajar matematikanya berkategori cukup. Kemudian dengan uji MANOVA yang dilakukan diketahui bahwa terdapat pengaruh teman sebaya terhadap motivasi berprestasi siswa.

2.1.3 Analisis deskriptif.

Analisis deskriptif digunakan dalam menganalisis suatu data dengan cara pendeskripsian data yang telah terkumpul. Salah satu penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif dilakukan oleh Setiawardani pada tahun (2019) yang berjudul **“Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung)”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian suasana toko yang diberikan oleh konsumen toko dan juga perilaku *impulsive buying* yang dilakukan oleh konsumen. Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* digunakan dalam penelitian ini. Selain itu kuesioner dengan skala *likert* juga digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji asumsi klasik, analisis korelasi sederhana, regresi linier sederhana, uji hipotesis dan analisis deskriptif sebagai metode analisis data. Kemudian dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata – rata variabel ini sebesar 3,80 dan tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko dinilai baik oleh konsumen Miniso Bandung.

Penelitian kedua yang menggunakan metode analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan oleh Andis, et al., pada tahun (2019) dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk handphone Samsung di toko Centro Palopo. Metode penelitian berupa kuantitatif dengan data sampel diambil menggunakan *purposive* pada 100 responden yang membeli produk Samsung. Penelitian ini melakukan uji instrument menggunakan uji validitas dan realibilitas. Metode analisis yang digunakan adalah uji statistic deskriptif dan analisis regresi linier Sederhana. Melalui analisis deskriptif penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi menunjukkan hasil positif atau ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk handphone Samsung.

Tabel 2. 1 Kajian Induktif

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
1	Pengaruh musik terhadap kesenangan tulong kerja pada acara pesta pernikahan di desa sion, kecamatan tompaso baru, kabupaten minahasa selatan	Kaunang & Sunarmi,	2020					✓
2	Musik Dalam-Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket	(Suhaeni et al.,	2020	✓				✓

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
3	Pengaruh Program Terapi Musik Rumahan Pada Orang Tua dan Anak Dengan Disabilitas	F. Wahyuni et al.,	2022					✓
4	Pengaruh Tempo Musik, Volume Musik Dan Genre Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Lucifer Café and Pub di Yogyakarta		2018	✓			✓	
5	Analisis Pengaruh <i>Musikape</i> Terhadap Emotional States dan Perilaku Konsumen	Natalia et al.,	2021	✓				✓

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
6	Restoran Hacienda Mexican Bar & Grill Surabaya Impact of In-store musik on Customers, Owners, and Employees in India	Bandwal,	2022					✓
7	Artificial intelligence- driven musik biometrics influencing customers	Rodgers et al.,cing customers	Rodgers et al.,	2021				✓
8	The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case	Mardiatmoko,		✓				✓

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
9	Study of the Preparation of the Allometric Equation of Young Walnuts) Pengaruh Musik Dengan Tempo Cepat dan Lambat Terhadap Atensi Mahasiswa	Aryanto & Megananda,	2019					✓
10	Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Apotek Gondang Watumalang Wonosobo)	S. Wahyuni & Raharjo	2022		✓			✓

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
11	Pengaruh <i>Store image</i> and <i>Store atmosphere</i> Terhadap Impuls Buying Pada Konsumen Dafinna Swalayan Tenggara	S. Wahyuni & Raharjo,	2019	✓				✓
12	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder	Mendur et al.,	2021	✓				✓
13	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada	Setiawardani	2019	✓				✓

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
14	Gerai Miniso di Kota Bandung) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo	Andis et al.,	2019	✓				✓
15	<i>The Psychophysiological Effect of Different Tempo Music on Endurance Versus High-Intensity Performance</i>	Patania et al.,	2020			✓		✓

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
16	Perbandingan Keputusan Pembelian di CV. Sinar Makmur dan UD. Sea Mart Dalam Hal Harga, Promosi, Kualitas Layanan , dan Bangunan Fisik	Ashari & Christian	2020			✓		✓
17	<i>Music to eat by: A systematic investigation of the relative importance of tempo and articulation on eating time</i>	Mathiesen et al.,	2020	✓				
18	<i>Interactive effects of</i>	Karageorghis et al.,	2022	✓				

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Topik				
				Regresi Linier	MANOVA	ANOVA	Tempo Musik Tidak Berpengaruh Kepada Responden	Tempo Musik Berpengaruh Kepada Pembelian
	<i>task load and music tempo on psychological, psychophysiological, and behavioural outcomes during simulated driving</i>							
19	Multivariat Analysis of Variance (MANOVA) Di Bidang Kesehatan Dan Pendidikan MIPA	Pursitasari et al.,	2024	✓				
20	Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Motivasi dan Prestasi Belajar Matematika Siswa	Yahya et al.,	2022		✓			

Melalui tabel 2.1 diketahui perbandingan antara penelitian terdahulu yang digunakan dalam kajian literatur terkait pengaruh tempo musik terhadap konsumen dengan metode statistic tertentu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perlakuan tempo musik cepat dan lambat untuk melihat pengaruh yang terjadi kepada perilaku konsumen dalam kedai kopi melalui pendekatan ergonomic kognitif dan metode MANOVA. Pada akhirnya penelitian ini akan menghasilkan pengetahuan berupa hasil uji statistic mengenai perbedaan pengaruh tempo musik terhadap perilaku pembelian serta rekomendasi yang diberikan untuk peningkatan kualitas layanan dalam pengaturan atmosfer toko.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Musik.

Kata musik lahir dari bahasa Yunani yaitu *Mousikos* yang artinya merupakan dewa keindahan yang menguasai seni dan ilmu pengetahuan. Dalam KBBI musik memiliki arti ilmu atau seni dalam susunan nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal yang menghasilkan kombinasi suara. Musik juga merupakan salah satu jenis seni yang menggambarkan pemikiran dan perasaan manusia melalui suara dengan bentuk dan teknik tertentu (Andaryani, 2019). Menurut Al-Farabi di dalam bukunya *Great Boook About Musik* menjelaskan bahwa musik dapat memberikan beberapa pengaruh bagi pendengarnya seperti rasa nyaman, tenang, pengendalian emosi, pendidikan moral, pengembangan spiritual, hingga menyembuhkan gangguan psikomatik. Sejalan dengan pernyataan sebelumnya (Tercan, 2020).

2.2.2 Tempo musik.

Musik biasanya disusun oleh kumpulan lantunan nada yang memiliki ketukan atau beat dengan kecepatan tertentu yang pada akhirnya disebut tempo musik. Dalam pengertian lain tempo musik adalah kecepatan dimana suatu bagian musik berkembang atau dimainkan (Natalia, et al., 2021). Kecepatan dari ketukan sebuah musik dalam satu menit memiliki satuan ukur yang disebut BPM (*Beat Per Minute*). Semakin banyak ketukan dalam satu menit dalam sebuah lagu, maka dapat dikatakan bahwa musik tersebut tergolong tempo musik cepat, dan bagitu pula sebaliknya. Berdasarkan kecepatannya tempo musik dibagi menjadi tempo musik lambat dan cepat. Tempo musik lambat memiliki kecepatan ketukan dibawah 100

BPM, sedangkan musik tempo cepat memiliki kecepatan ketukan diatas 110 BPM. Musik dengan tempo lambat cenderung memberikan ketenangan dan kedamaian bagi pendengarnya.

2.2.3 *Kedai kopi.*

Kedai kopi pertama kali ditemukan di Inggris dengan sebutan *Penny Universities* pada tahun 1637 sebagai tempat berkumpulnya pebisnis atau kelompok tertentu. Seriring berkembangnya jaman kedai kopi atau akrab disebut coffeeshop atau kafe berasal dari Bahasa Perancis yaitu *Café* yang berarti kopi. Kopi menjadi minuman yang sangat populer pada segala kalangan dan telah menjadi gaya hidup, sehingga pasar kedai kopi terus mengalami perkembangan, inovasi produk dan layanan sehingga menjadi bisnis yang sangat ketat hingga saat ini (Putri, et al., 2023). Jadi kedai kopi dapat diartikan sebagai tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman, dan cemilan dalam suasana santai, tempat yang nyaman, serta biasanya dilengkapi alunan musik melalui speaker maupun live musik atau instrumen (Herlyana, 2012).

2.2.4 *Perilaku Konsumen.*

Perilaku konsumen merupakan proses yang terjadi saat individu memilih, membeli, dan menggunakan, mengatur suatu produk atau jasa atau ide serta pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Anita, et al., 2023) Perilaku konsumen yaitu penggambaran proses konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dari mulai cara konsumen dalam menggunakan dan mengatur pembelian hingga faktor-faktor pengaruh keputusan pembelian tersebut. Perilaku konsumen sangat berkaitan dengan bagaimana terjadinya aktivitas pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk atau jasa. Selain itu, perilaku konsumen dapat berupa tindakan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa

2.2.5 *Atmosfer ruang toko.*

Atmosfer toko merupakan rangsangan yang menimbulkan pengaruh kognitif dan emosional pada individu konsumen sehingga menimbulkan respon berupa perilaku. Beberapa indikator penyusun atmosfer antara lain tampak luar dan dalam toko, tata letak, design, titik pembelian, dekorasi, dan manusia (Mamuaya, 2021). Atmosfer toko merupakan suasana yang diciptakan di dalam sebuah toko agar konsumen merasa nyaman dan membuat pelanggan merasa senang untuk lebih menjelajahi toko dan memilih berbagai produk yang akan dibeli (S. Wahyuni &

Raharjo, 2019). Atmosfer toko merupakan kesan atau suasana yang diciptakan melalui berbagai elemen fisik dan psikologis dalam ruang ritel yang mempengaruhi emosi, persepsi, hingga perilaku pelanggan saat berbelanja. Aspek-aspek yang mempengaruhi atmosfer toko beberapa diantaranya:

1. Pencahayaan, melalui pencahayaan yang baik maka dapat meningkatkan visibilitas produk hingga memberikan suasana hangat dan menyenangkan
2. Desain Interior, Penggunaan warna, tata letak ruang, dan desain suatu interior sangat mempengaruhi suasana ruang ritel untuk meningkatkan nilai estetika dan kenyamanan. Selain itu, pilihan warna pada ruang akan menentukan perasaan dan emosi tertentu pada pelanggan.
3. Musik dan Audio, Pemilihan musik berperan signifikan terhadap penciptaan atmosfer ritel. Pemilihan musik yang tepat untuk dimainkan akan berdampak baik bagi ritel karena musik yang tepat akan menciptakan perasaan relaksasi atau semangat dan bahkan kecepatan berbelanja.

Atmosfer ritel perlu diciptakan untuk menarik dan merekam perhatian pelanggan, kepuasan pelanggan, ketersediaan nilai-nilai produk dan keterikatan pelanggan dengan merk untuk menciptakan pengalaman yang berkesan.

2.2.6 Ergonomi.

Ergonomi berasal dari kata *ergon* berarti kerja dan *nomos* berarti aturan, maka ergonomi dapat diartikan secara harfiah sebagai keilmuan yang membahas mengenai aturan kerja. Dalam pengertian lain ergonomi dapat dikatakan sebagai penyesuaian tugas pekerjaan dengan kondisi tubuh seseorang guna mengurangi beban yang dirasakan. Ergonomi merupakan cabang ilmu yang mempelajari mengenai kaitan manusia dan aspek lain dalam suatu sistem untuk implementasi dari prinsip, teori, data dan metode dalam pekerjaan (Putro, et al., 2023). Keilmuan ergonomi mempelajari perilaku manusia dan hubungannya dengan pekerjaan yang dilakukan. menurut Wignjosoebroto pada tahun 2003, ergonomi merupakan ilmu pengetahuan atau teknologi dan juga seni untuk menyeimbangkan peralatan, mesin kerja, sistem, organisasi, dan lingkungan dengan kemampuan serta keterbatasan manusia untuk mencapai kondisi lingkungan yang lebih sehat, aman, nyaman, efisien, dan produktif, melalui

pemanfaatan tubuh manusia secara maksimal dan optimal. Menurut Fatmawati pada tahun (2014), ergonomi dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Ergonomi Fisik, berkaitan dengan antropometri, fisiologis, dan aktivitas fisik manusia. Materi yang dipelajari seperti postur kerja, tata letak area kerja, keselamatan dan kesehatan kerja.
2. Ergonomi Organisasi, berkaitan dengan pengoptimalan sistem organisasi melalui kerja tim, sumberdaya, atau sosioteknik
3. Ergonomi Kognitif, berkaitan dengan proses mental manusia, serta interaksi manusia dengan elemen sistem. Contohnya seperti aksi, persepsi, pengambilan keputusan, dan beban kerja manusia.
4. Ergonomi Lingkungan, berkaitan dengan hubungan antara manusia, pekerjaan, dan faktor lingkungan yang mempengaruhinya seperti pencahayaan, suhu, kebisingan, dan getaran.

2.2.7 Ergonomi kognitif.

Menurut asosiasi Internasional Ergonomi, Ergonomi kognitif adalah salah satu bagian dari keilmuan ergonomi yang berfokus pada proses mental manusia seperti aspek aksi, persepsi, *memory*, dan reaksi yang menjadi output dari interaksi manusia terhadap elemen sistem yang ada (Hutabarat, 2017). Ergonomi kognitif membahas mengenai kaitan antara proses mental seperti proses persepsi, memori, penalaran, dan respon motoric yang berpengaruh terhadap interaksi manusia dan elemen sistem (Putro, et al., 2023). Keilmuan ini membahas mengenai segala sesuatu yang berkenaan dengan mental seseorang melalui penerimaan stimulus, pemrosesan data, dan juga pengkategorianya. Tahapan di dalam proses kognitif disebut sebagai pembayangan, pemecahan masalah, pengingatan, berfikir atau pemrosesan, dan pengalaman.

2.2.8 Desain eksperimen.

Desain eksperimen merupakan salah satu jenis rangkaian percobaan yang setiap langkahnya ditentukan secara jelas untuk mengumpulkan data dan informasi sebagai bentuk pemecahan permasalahan yang ada. Selain itu pengelompokan secara random penting dilakukan agar hubungan kausal yang terjadi memang disebabkan oleh adanya perlakuan dan bukan karena faktor lain yang mempengaruhi perlakuan (Dantes, 2023). Dalam pengertian lain, desain

eksperimen adalah penyusunan rangkaian percobaan yang mendefinisikan setiap langkah-langkah yang harus dilakukan sebelum melakukan pengambilan data untuk nantinya dijadikan sebagai dasar pembentukan analisis dan kesimpulan permasalahan (Ginting & Syahputri, 2018). Desain eksperimen merupakan rencana strategis untuk menemukan jawaban atas permasalahan dalam sebuah penelitian, agar hasil yang diperoleh sesuai dengan keinginan peneliti (Sudrajat, 2017). Desain eksperimen digunakan untuk memberikan perlakuan spesifik kepada subjek penelitian untuk mempengaruhi peristiwa atau keadaan tertentu. Tujuan penelitian menggunakan desain eksperimen adalah sebagai berikut:

1. Menentukan variabel input yang dapat berpengaruh terhadap respons (faktor).
2. Menentukan variabel input yang dapat membuat respons mendekati nilai yang ditargetkan.
3. Menentukan variabel input yang dapat memberikan perubahan kecil terhadap respons.

2.2.9 Analisis deskriptif.

Analisis deskriptif merupakan salah satu *tools* dalam statistik untuk melakukan analisis suatu data dengan mendeskripsikan data-data yang telah terkumpul dengan apa adanya tanpa membuat kesimpulan secara umum atau general. Analisis deskriptif juga berdasar pada akumulasi data-data dasar dalam bentuk deskripsi tanpa mencari atau menerangkan hubungan, hipotesis, ramalan atau kesimpulan (Muchson, 2017). Metode ini digunakan dalam penelitian dengan sifat eksplorasi untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang hal-hal tertentu seperti minat masyarakat terhadap profesi PNS, guru, dan lain sebagainya. Penelitian ini biasanya digunakan hanya dalam pendeskripsian hasil penelitiannya semata. Metode ini dapat dilakukan dengan cara:

1. Penyajian data dapat berbentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi singal atau *crossstab*. Analisis ini akan menggambarkan kecenderungan hasil temuan penelitian seperti kategori rendah, sedang, atau tinggi.
2. Penyajian dapat berbentuk visual seperti histogram, oogive, polygon, dan diagram batang, *pie chart*, dan lain sebagainya.
3. Perhitungan ukuran tendensi sentral seperti median, mean atau rata-rata, dan modus
4. Perhitungan ukuran letak seperti kuartil, desil, dan persentil
5. Perhitungan mengenai ukuran persebaran seperti standar deviasi, varians, dan range, deviasi kuartil, mean, deviasi, dan sebagainya.

2.2.10 Pilot study.

Penting bagi instrument penelitian berupa kuesioner untuk dilakukan studi uji coba. Studi uji coba tersebut diperlukan untuk identifikasi dan mengavulasi permasalahan instrument sebelum digunakan dalam pengambilan data seperti kesalahan pengetikan, tata bahasa, bias, perkiraan lama pengisian, dan menerima feedback dari kesulitan-kesulitan yang mungkin ditemukan responden nantinya. Studi ini dapat digunakan dalam melakukan validitas muka secara kualitatif (Indriartiningtias & Hartono, 2019). Dalam studi uji coba tersebut diperlukan responden tertentu yang diharapkan dapat memberikan feedback terbaiknya.

2.2.11 Uji validitas.

Uji validitas meruapakan indeks suatu alat ukur pengujian, salah satunya kuesioner agar diketahui apakah benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Semakin tinggi nilai validitas suatu instrument, maka semakin akurat juga alat ukur tersebut dalam mengukur suatu data (Amanda, et al., 2019). Uji validitas biasanya digunakan dalam menguji sah atau tidaknya alat uji (kuesioner). Suatu kuesioner dikatakn valid jika pertanyaan pada kuesioner mengungkap hal yang direncanakan akan diukur menggunakan kuesioner tersebut (Hidayat, 2021).

$$r_{xy} = \frac{\Sigma_{xy} - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}}{\sqrt{\left(\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}\right)\left(\Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{n}\right)}} \quad (2.1)$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

Σ_{xy} = jumlah perkalian antara x dan y

Σx^2 = jumlah dari kuadrat x

Σy^2 = jumlah dari kuadrat y

$(\Sigma x)^2$ = jumlah nilai x yang dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = jumlah nilai y yang dikuadratkan

2.2.12 Uji reliabilitas.

Reliabilitas merupakan salah satu jenis tools yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variable konstruk. Kuesioner dapat dikatakan handal (*realible*) apabila jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini bertujuan untuk menjamin bahwa penelitian stabil, handal, dan konsisten. Penelitian ini melakukan uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Alpha Chronbach* karena penelitian atau kuesioner berbentuk skala (Hidayat, 2021). Berikut rumus *Alpha Chronbach*:

$$r_{xy} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_t^2}{n - \sigma_t^2} \right) \quad (2.2)$$

Keterangan:

- r_{xy} = nilai realibilitas yang dicari
 $\Sigma \sigma_t^2$ = varians total
 σ_t^2 = jumlah varians skor tiap pertanyaan
 n = jumlah butir pertanyaan yang diuji

2.2.13 Uji normalitas.

Uji normalitas adalah pengujian yang biasanya dilakukan pada awal perhitungan metode statistic salah satunya MANOVA untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada MANOVA mensyaratkan terpenuhinya asumsi normalitas multivariat dengan hipotesis sebagai berikut.

H0 : Data berdistribusi normal multivariat

H1 : Data tidak berdistribusi secara normal multivariat

Dengan diterimanya H0 maka secara persamaan menyatakan bahwa data memiliki persamaan y_1, y_2, \dots, y_n berdistribusi d_p^2 . Prosedur yang umum digunakan yaitu uji normalitas multivariat mahalonobis, dimana prosedur ini melihat jarak suatu titik data ke pusat distribusinya melalui matriks kovariansya dengan cara membuat Q-Q plot (Purnomo, et al., 2022). Pembuatan Q-Q plot tersebut dilakukan dengan cara teori berikut (Johnson & Wichern, 2007):

1. menentukan nilai rata-rata \bar{Y} , invers matriks matriaks varian kovarianya, serta d_i^2 .

2. Selanjutnya adalah mengurutkan jarak mahalnobis dari yang terkecil hingga terbesar dan mencari nilai steroid dengan $X_p^2 \left(\frac{n-i+0,05}{n} \right) p$
3. Kemudian membuat plot antara d_i^2 (ordinat) dan $X_p^2 \left(\frac{n-i+0,05}{n} \right) p$ (axis)
4. Melakukan pengamatan pada pola plot distribusi yang terbentuk. Apabila plot mengikuti pola garis lurus maka dapat dikatakan normal multivariat. Namun jika terdapat lekungan maka dikatakan terdapat penyimpangan dari distribusi normal, sehingga perlu dilakukan uji normalitas menggunakan metode lain seperti Kolmogorov smirnov.

Uji ini dapat dilakukan dengan bantuan software SPSS melalui serangkaian tahapan yang kemudian ditinjau kembali hipotesisnya melalui jarak nilai kritis dari distribsi chisquare. Apabila syarat uji masih belum memenuhi maka perlu dilakukan penghapusan *outliar* atau menambah uji normalitas lain sehingga dapat diteruskan hingga pengujian MANOVA (Sutrisno & Wulandari, 2018).

2.2.14 Uji homogenitas matriks kovariansi.

Asumsi yang harus dipenuhi selanjutnya adalah homogenitas matiks kovarian antar variabel dependen. ini dapat menggunakan uji Box's M dengan bantuan software SPSS untuk melihat apakah kelas memiliki matriks kovarians yang homogen atau tidak (Rencher, 2002). Uji box digunakan dalam salah satu syarat terpenuhinya asumsi manova bahwa varian atau kovarian dari variabel dependen adalah sama atau terjadi homoskedastisitas data (Purnomo, et al., 2022). Melalui tabel Box's M dapat ditinjau kesimpulan homogenitas model dengan hipotesis berikut.

$H_0 = \Sigma_1 = \Sigma_2 = \Sigma_3 = \dots = \Sigma_n$ atau sig. $> \alpha$ pada uji box's M

$H_1 =$ terdapat minimal 1 pasan Σ_n yang tidak sama atau sig. $< \alpha$ pada uji box's M

Sehingga apabila H_0 diterima dapat dikatakan matriks varian covarian populasinya homogen. Apabila H_1 diterima maka terjadi heteroskedastisitas dan diperlukan alternatif seperti transformasi data.

2.2.15 *Multivariate analysis of variance (MANOVA).*

Analisis multivariat pertama kali dikenalkan oleh Pearson dan Fisher. Pada dasarnya analisis multivariat adalah metode dalam memahami struktur data dengan dimensi tinggi. Teknik multivariat merupakan pengembangan dari univariat yang pada masa ini sering digunakan dalam berbagai jenis disiplin ilmu. Teknik ini dinilai dapat memodelkan kerumitan sistem pada berbagai bidang atau keperluan studi tertentu seperti psikologi, kesehatan, psikologi, bisnis, teknik, dan lain sebagainya (Sutrisno & Wulandari, 2018). Menurut Field pada tahun (2009) MANOVA memiliki bentuk asumsi yang hampir sama dengan ANOVA, dengan letak perbedaannya adalah pada jumlah variabel dependen serta tujuannya. Pada metode ANOVA sering digunakan untuk mengetahui perbedaan pengaruh perlakuan terhadap satu variabel dependen, sedangkan MANOVA digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independennya melalui perbedaan pengaruh perlakuan terhadap lebih dari satu variabel dependennya. MANOVA memiliki rumus persamaan $Y1 = X1 + X2 + X3 + \dots + Xn$.

Dalam pengujianya, akan diketahui perbedaan rata-rata dari dua atau lebih variabel dependent berdasarkan kelompok variabel independent. Dimana variabel independent bersifat kategorik atau non-metrik sedangkan variabel dependen bersifat interval, rasio atau metrik. Sebelum dilakukan pengujian, MANOVA memiliki uji pra-syarat asumsi yaitu matriks kovarian antara p populasi sama dan setiap populasi normal multivariat. Uji asumsi ini perlu untuk dipenuhi sehingga hasil uji MANOVA dari setiap populasi dipastikan diambil secara acak dan saling bebas satu sama lain.

Terdapat berbagai jenis uji signifikansi multivariat seperti Wilks Lambda, Pillai, dan lain sebagainya. Menurut Rencher (2002), uji Wilks Lambda merupakan uji yang pertama kali digunakan dan memiliki pendekatan yang sering digunakan peneliti untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan nyata pada lebih dari beberapa variabel dependennya. Dalam uji ini, variabel independent adalah skala nominal dan variabel dependen dalam skala interval. Dalam melakukan uji MANOVA, diperlukan beberapa uji asumsi yang harus terpenuhi, antara lain:

1. Normalitas Multivariat

Variabel dependen mengikuti distribusi normal multivariat dalam setiap kelompok.

2. Homogenitas Matriks Kovarians

Melalui uji Box's M matriks kovarians variabel harus sama diseluruh kelompok.

3. Independensi Pengamatan

Setiap pengamatan harus independent satu sama lain.

4. Memiliki hubungan liner satu sama lain

Hubungan antar pasangan variabel harus linier.

Setelah beberapa uji asumsi dilakukan dan terpenuhi, maka pengujian MANOVA dapat dilakukan untuk pengambilan kesimpulan. Berikut adalah prosedur pengujian MANOVA:

1. Formulasi Hipotesis

- H0 : Tidak ada perbedaan rata-rata multivariat antar kelompok.
- H1 : Terdapat perbedaan rata-rata multivariat antar kelompok

2. Analisis Data

Melakukan perhitungan manova matriks rata-rata dan kovarians untuk setiap kelompok kemudian hitung statistik uji MANOVA teori Wilks's Lambda. Uji signifikansi ini dipilih karena uji ini lebih cocok digunakan jika terdapat dua atau lebih kelompok variabel independent dengan asumsi homogenitas terpenuhi menurut (Rencher, 2002). Berikut rumus dari uji signifikansi ini.

$$A = \Pi(1 + \lambda^{-1} \frac{|W|}{|B+W|}) \quad (2.3)$$

3. Interpretasi Hasil

Nilai uji Wilks lambda berkisar antara 0-1 dimana semakin kecil nilai sig. maka semakin besar pula pengaruh antar variabel yang diuji. Jika hasil uji statistic menunjukkan sig. < 0,05 maka h0 dapat ditolak dan diketahui bahwa H1 atau terdapat perbedaan multivariat antar kelompok begitu pula sebaliknya. Apabila H1 diterima dapat dilakukan uji post hoc menggunakan metode scheffe jika terdapat lebih dari 2 variabel bebas. Namun apabila terdapat dua jenis variabel independent maka perbandingan dapat dilihat dari masing-masing rata-rata marginalnya (Sutrisno, et al., 2018).

BAB III

METODE PENELITIAN

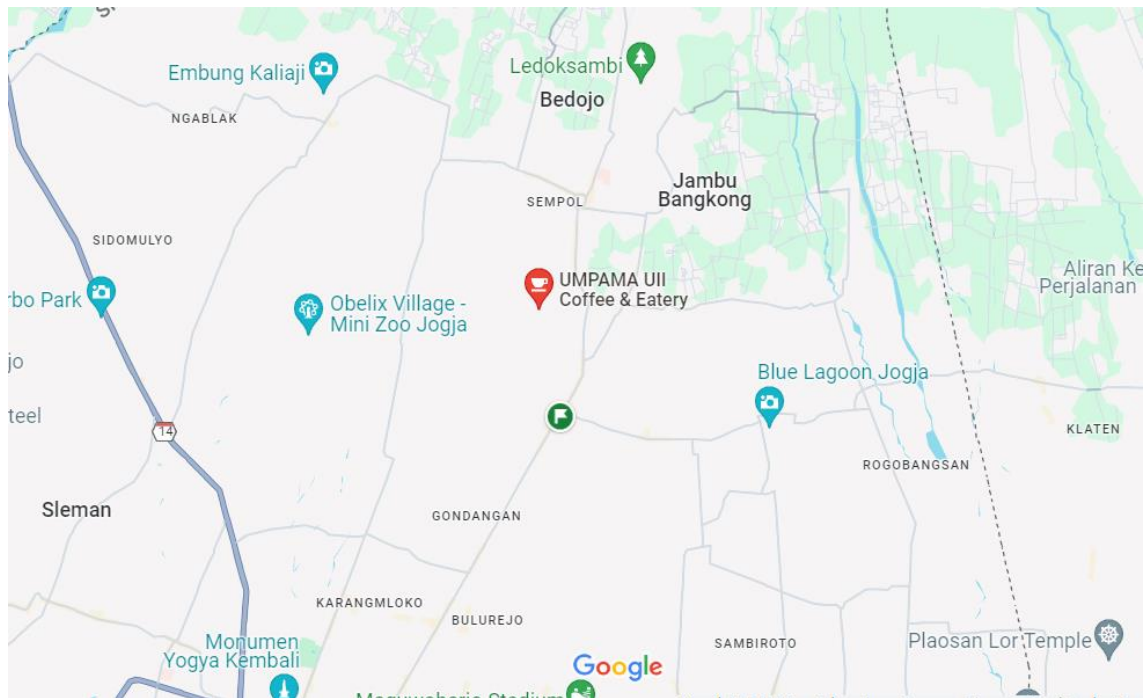
3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang-orang yang dijadikan sebagai sumber informasi dalam memberikan data sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan konsumen kedai kopi umpama yang terletak di Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan kriteria subjek penelitian sebagai berikut:

1. Subjek penelitian adalah responden yang sudah pernah menjadi konsumen *dine-in* di *Coffeeshop* Umpama Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang melakukan *dine-in* di *Coffeeshop* Umpama Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Subjek penelitian berusia 18-25 tahun.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dapat dikatakan sebagai elemen yang akan diteliti yang dapat berbentuk organisasi, orang, atau barang. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah perilaku pembelian konsumen saat beraktivitas di dalam kedai kopi Umpama Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang dipengaruhi oleh musik dengan jenis tempo cepat dan tempo lambat. Berikut lokasi geografis Kedai Kopi Umpama.



Gambar 3. 1 Peta Lokasi Kedai Kopi Umpama
(Sumber: Google Maps, 2024)

3.3 Definisi Variabel

Variabel merupakan atribut atau sifat atau nilai dari suatu objek, organisasi, orang, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu untuk dipelajari peneliti dan kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Variabel perlu diidentifikasi untuk mempermudah pengukuran dari setiap variable penelitian dan juga untuk memberikan Batasan-batasan terhadap objek yang akan diteliti. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 jenis, antara lain variabel independent dan variabel dependen. Berikut merupakan variabel independent yang digunakan dalam penelitian:

1. Tempo musik cepat

Jenis musik dengan tempo cepat biasanya ditandai dengan *beat per minutes* (bpm) yang tinggi yaitu 109 – 200 bpm. Tempo musik jenis ini menggambarkan suasana riang, ceria dan lincah. Lagu dalam tempo ini biasanya merupakan jenis lagu yang bersemangat, senang, bahagia, ceria, dan lincah.

2. Tempo musik lambat

Jenis musik dengan tempo lambat biasanya ditandai dengan *beat per minutes* (bpm) yang rendah yaitu 60 – 108 bpm. Tempo musik jenis ini menggambarkan

suasana santai, tenang, dan sedih. Lagu dalam tempo ini biasanya merupakan jenis lagu yang santai, menennagkan, atau sedih.

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh independen, dimana dalam penelitian ini terdata 2 variabel dependen sebagai berikut:

1. Penambahan jumlah pembelian dari rencana awal
2. Uang yang dihabiskan

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variable dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala ini digunakan dalam mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang terhadap fenomena sosial. Skala likert memiliki dua bagian, yaitu item dan evaluasi. Bagian item merupakan pernyataan mengenai produk, acara, dan sikap tertentu. Sedangkan bagian evaluasi berisi tanggapan yang biasanya memiliki urutan pilihan yang bersifat sangat positif hingga sangat negatif. Berikut adalah skala likert yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
2. Setuju (S) dengan skor 4
3. Netral (N) dengan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (TTS) dengan skor 1

Responden kemudian akan diminta untuk memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban tersebut pada setiap item yang disediakan. Jawaban yang dipilih kemudian akan dilakukan perekapan dengan memberikan nilai skor yang tela ditentukan sebelumnya.

3.5 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksperimen. Menurut Supranto (2000) dalam penelitian dengan sifat eksperimen dengan rancangan acak lengkap, kelompok, ataupun factorial dapat dirumuskan dalam persamaan berikut:

$$\begin{aligned} (t - 1) (r - 1) &\geq 15 \\ (2 - 1) (r - 1) &\geq 15 \quad r \geq 16 \end{aligned} \tag{3.1}$$

Keterangan:

t = *treatment* atau perlakuan

r = replikasi atau pengulangan perlakuan yang sama

Dalam penelitian ini perlakuan (t) yang dilakukan sebanyak 2 perlakuan kepada responden, yaitu pemberian musik dengan tempo cepat dan lambat. Melalui persamaan diatas maka jumlah replikasi (r) yang harus dilakukan adalah lebih dari 15. Maka dalam penelitian ini menggunakan 32 responden agar memenuhi syarat replikasi.

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling* jenis *Purposive Sampling* dengan teknik pengumpulan data *random sampling*, dimana kuesioner akan disebar secara acak kepada seluruh konsumen yang telah menyelesaikan aktivitas di kedai kopi. Menurut Sugiyono (2016), *non-probability* sampling merupakan teknik pengambilan sampel tanpa memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi yang akan dipilih dengan kata lain sampel sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan teknik *purposive sampling*, peneliti menentukan sampel berdasarkan pada pertimbangan peneliti sendiri mengenai sampel mana saja yang dinilai sesuai dan dapat mewakili suatu populasi (*representative*) seperti berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, seperti rentang usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan lain sebagainya.

3.6 Sumber Data

Berikut merupakan sumber data pada penelitian ini:

1. Data Primer

Data jenis ini diambil secara langsung oleh peneliti sendiri dari subjek dan objek penelitian yang dilakukan. Data ini diambil untuk menyelesaikan permasalahan yang telah diketahui sebelumnya dengan cara melakukan pengisian kuesioner oleh responden.

2. Data Sekunder

Data jenis sekunder diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui perantara atau pihak lain. Data ini diperoleh dengan mudah dan cepat dari berbagai sumber. Sumber data sekunder antara lain jurnal, skripsi, tesis dan berbagai media di internet.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Berikut merupakan metode pengumpulan data yang digunakan:

1. Kuesioner

Berisi beberapa pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai apa yang mereka ketahui atau rasakan. Dalam pengertian lain kuesioner merupakan satu set tulisan pertanyaan yang disusun agar responden mencatat jawabannya, dan juga biasanya terbuka dengan alternatif jawaban ditentukan peneliti (Silalahi, 2009).

2. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data dengan cara bertanya dan mendengar jawaban responden. Wawancara dilakukan pada responden tertentu untuk mengumpulkan informasi mengenai masalah yang kaitanya dengan subjek tertentu atau orang lain.

3. Dokumentasi

Sumber data dengan bentuk dokumentasi biasanya berupa gambar, video, dan sumber tertulis yang digunakan untuk melengkapi penelitian.

3.8 Penelitian

Berikut adalah instrument yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Laptop Lenovo Ideapad Slim 5
2. Smartphone Infinix Note 30 Pro
3. Google Form
4. Kuesioner Eksperimen Ergonomi Kognitif "Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap karakteristik Konsumen (Studi Kasus: Umpama Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta)"
5. IBM SPSS Statistic 25
6. Software Microsoft Excel 360
7. Software Microsoft Word 360

3.9 Prosedur Eksperimen

Dalam penelitian eksperimen ini, desain penelitian yang jelas harus dimiliki oleh peneliti, dan peneliti harus mengikuti langkah-langkah berdasarkan desain tersebut. Penelitian ini dilakukan dalam dua perlakuan kondisi yaitu aktivitas belajar di kedai kopi dengan diiringi musik bertempo cepat dan lambat. Berikut uraian mengenai langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam penelitian ini.

Tahapan pertama yang dilakukan penulis antara lain adalah datang lokasi pengambilan data yaitu Umpama Coffee Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, D.I. Yogyakarta. Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan observasi terkait musik yang diputar dalam toko tersebut dan melakukan wawancara singkat kepada manager dan konsumen kedai kopi untuk mengetahui permasalahan, dan kondisi ideal yang diinginkan konsumen. Selanjutnya dilakukan pengelompokan musik yang akan dimainkan ke dalam 2 jenis kelompok perlakuan, yaitu perlakuan tempo musik cepat dan tempo musik lambat, berikut contoh beberapa list lagu yang dimainkan pada saat pengambilan data.

Tabel 3. 1 List Lagu yang Dimainkan

No.	Tempo Musik Lambat	BPM	Tempo Musik Cepat	BPM
1.	Pamungkas – Monolog	96	Maroon 5 – Payphone	111
2.	Float – Sementara	88	Maroon 5 – Just a Feeling	150
3.	Ed Sheeran – Photograph	107	Justin Bieber - STAY	170
4.	Sal Priadi – Kita Usahakan Rumah Itu	95	Tulus – Sepatu	115
5.	Payung Teduh – Mari Bercerita	82	Bruno Mars – Grenade	110
6.	Hindia - Secukupnya	106	Bruno Mars – Locked Out of Heaven	144
7.	Bobby Caldwell – What You Won't Do for Love	84	James Arthur – Rewrite the Strars	125
8.	Sasha Alex Soan – Older	64	Jamers Arthur – Car's Outside	150
9.	Pamungkas – One Only	73	Payung Teduh – Berdua Saja	178
10.	Coldplay – Hymne for the Weekend	90	GAC – Bahagia	176

Langkah ke tiga yaitu penyusunan kuesioner sebagai alat pengambilan data dan dilakukan validasi pada instrumen kuesioner tersebut agar alat pengambilan data valid, reliabel, dan efektif. Langkah Selanjutnya adalah pengambilan data dengan memberikan kuesioner kepada responden atau konsumen dan juga memberikan penjelasan mengenai informasi singkat dari tujuan penelitian dan juga mekanisme pengisian kuesioner. Terdapat 2 tahap pengisian kuesioner, yaitu tahap awal kedatangan dan tahap akhir. Pada tahap awal, responden perlu untuk mengisi kuesioner pada sesi demografi responden, introduction, dan pra-eksperimen. Setelah sesi tersebut selesai diisi maka responden dipersilahkan untuk melakukan aktivitasnya. Setelah itu jika responden telah selesai beraktivitas, maka dipersilahkan untuk mengisi 2 sesi terakhir yaitu pertanyaan perlakuan A/B dan sesi *post-eksperiment*. Selanjutnya dilakukan wawancara terhadap beberapa dari responden. Setelah target harian terpenuhi maka pengambilan data dilakukan pada hari selanjutnya hingga terkumpul sebanyak 32 orang responden beserta 6 data cadangan.

Setelah pengambilan data dan perekapan data penelitian selesai dilakukan, maka dilanjutkan pada tahap pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan asumsi terlebih dahulu. Apabila uji asumsi MANOVA tidak memenuhi maka dilakukan perbaikan instrument atau pengambilan data ulang. Jika hasil dari pengolahan MANOVA telah dilakukan maka dilakukan analisis hasil pengujian untuk menjawab tujuan penelitian.

3.10 Metode Analisis Data

3.10.1 Uji validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur dan mengetahui valid atau tidaknya suatu alat ukur penelitian yang digunakan yaitu kuesioner. Berikut adalah kriteria dari uji validitas:

1. $r_{hitung} < r_{tabel}$ dikatakan pertanyaan tidak sah
2. $r_{hitung} > r_{tabel}$ dikatakan pertanyaan sah
3. $r_{hitung} > r_{tabel}$ tapi negatif, dikatakan pertanyaan tidak sah

3.10.2 Uji reliabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban dari setiap butir pertanyaan dari kuesioner sudah konsisten atau belum. Berikut adalah kriteria dari uji reliabilitas:

1. $0,5 < \text{Cronbach Alpha} < 0,6$ dikatakan bahwa variabel reliabelnya diragukan.
2. $\text{Cronbach Alpha} > 0,6$ dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel
3. $\text{Cronbach Alpha} < 0,5$ dikatakan bahwa variabel tersebut tidak reliabel

3.10.3 Uji asumsi.

Berikut adalah tahapan uji asumsi sebagai syarat dilakukannya MANOVA.

1. Uji Normalitas Multivariat

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data multivariat terdistribusi normal atau tidak. Data penelitian yang baik adalah data yang berdistribusi secara normal. Pengujian ini menggunakan metode normalitas multivariat.

2. Uji Homogenitas Box's M

Uji box digunakan dalam salah satu syarat terpenuhinya asumsi manova bahwa varian atau kovarian dari variabel dependen adalah sama. Pengujian ini dilakukan dengan software SPSS melalui berbagai tahapan hingga pada akhirnya dilakukan perbandingan statistik Box's M dengan distribusi chi-square untuk menentukan signifikansi. Jika statistik Box's M lebih kecil dari nilai kritis chi-square maka asumsi homogenitas matriks kovarian terpenuhi, sehingga dapat memastikan validitas hasil analisis yang telah dilakukan.

3.10.4 Uji MANOVA.

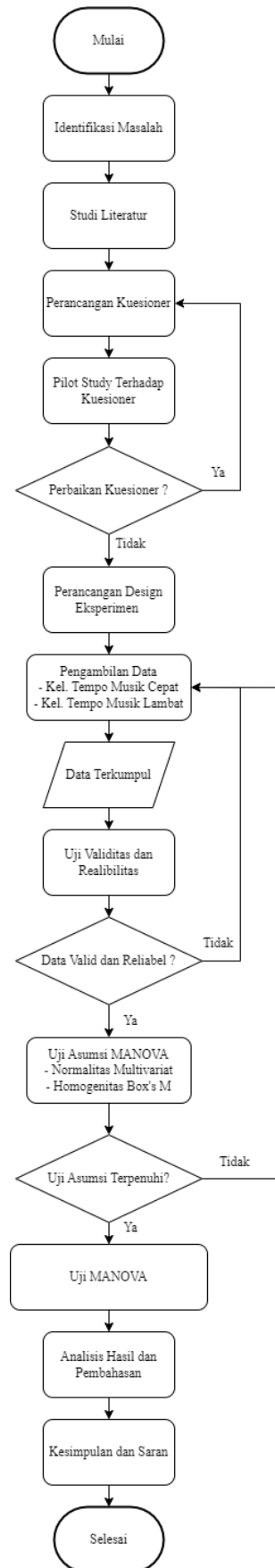
Analisis MANOVA adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). uji Wilks Lambda merupakan salah satu uji yang sering digunakan dalam MANOVA untuk mengetahui perbedaan nyata dari rata-rata variabelnya. Pengujian dilakukan dengan software SPSS untuk menunjukkan ada tidaknya pengaruh variabel independent ke variabel dependen berdasarkan perbedaan rata-ratanya.

3.10.5 Analisis deskriptif.

Menurut Sugiyono (2016), analisis deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul untuk membuat kesimpulan umum atau generalisasi.

3.11 Alur Penelitian

Berikut alur penelitian yang digambarkan dalam diagram alir:



Gambar 3.1 Alur penelitian

Berikut penjelasan alur penelitian diatas:

1. Mulai

Tahap ini merupakan tahap paling awal dalam penelitian yang dilakukan dengan menentukan topik dan area penelitian.

2. Identifikasi masalah

Tahap identifikasi masalah dilakukan dengan cara melakukan studi lapangan untuk mencari permasalahan yang akan diteliti, pada tahap ini akan menghasilkan rumusan masalah.

3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan sumber data yang akan digunakan pada penelitian. Studi literatur dibagi menjadi dua, antara lain sebagai berikut:

1. Kajian Deduktif (Teoritis), merupakan kajian yang membahas terkait objek penelitian untuk dijadikan sebagai landasan teori yang bersumber dari buku, jurnal, laporan tugas akhir, dan website resmi, dimana sumber tersebut membahas topik mengenai penelitian serupa.
2. Kajian Induktif (Empiris), merupakan kajian yang menjelaskan ulang atau mereview terkait penelitian sebelumnya yang bersumber dari jurnal.

4. Penyelesaian Tujuan 1: Melakukan pengolahan dan analisis data penelitian secara statistic menggunakan metode *Multivariate Analysis of Variance* (MANOVA) untuk mengukur pengaruh perlakuan tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen. Untuk memperoleh tujuan 1 diperlukan beberapa tahapan sebagai berikut:

A. Observasi

Observasi dilakukan pada tahap awal penelitian dengan cara pengamatan, wawancara terhadap konsumen dan pemilik serta pengurus kedai kopi Umpama untuk mengetahui latar belakang masalah secara nyata. Observasi sekaligus wawancara kepada pengurus dan pengunjung dilakukan pada bulan Oktober Minggu ke 4

B. Kuesioner

Kuesioner selanjutnya disusun berdasarkan kebutuhan untuk memenuhi data dan informasi yang akan digunakan dalam melengkapi tujuan penelitian. Pembuatan kuesioner dilakukan dengan bantuan aplikasi *google form*. Kuesioner digunakan sebagai tugas yang harus dilakukan oleh responden

dengan menjawab pertanyaan tertentu untuk memperoleh informasi sebagai bahan analisis pengaruh tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen kedai kopi. Kuesioner dirancang dengan tahapan sesi demografi, pengantar, pra-eksperimen, perlakuan A/B, pasca-eksperimen, dan penutup. Dalam segmen pasca eksperimen akan diperoleh informasi berupa berapa banyak menu yang dipesan oleh responden, penambahan menu yang tidak direncanakan, serta nominal yang dikeluarkan secara total. Berikut butir pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk memperoleh data uji pada saat responden selesai melakukan aktivitas di kedai kopi. Butir pertanyaan pada tujuan penelitian pertama mengacu terhadap hasil penelitian dari (Natalia et al., 2021; Suhaeni et al., 2020) dimana pada kedua penelitian tersebut indikator rupiah yang dikeluarkan dan kondisi pembelian yang tidak direncanakan menjadi variabel dependen variabel perilaku pembelian.

Tabel 3. 2 Pertanyaan Tujuan Penelitian 1

No.	Pertanyaan Pasca Eksperimen
Q1.	Berapa penambahan jumlah porsi pesanan hingga akhir aktivitas ?
Q2.	Berapa nominal rupiah yang dihabiskan dalam pembelian ?

C. Pilot Study

Tahapan ini dilakukan untuk menguji keefektifitasan instrumen penelitian yaitu kuesioner. Pilot Study dilakukan dengan cara merancang kuesioner yang ditujukan kepada beberapa expert seperti dosen, mahasiswa s1, dan mahasiswa s2 jurusan Teknik Industri untuk selanjutnya dilakukan review, penilaian, dan pemberian saran terhadap kuesioner sebelum digunakan. Apabila beberapa ahli memberikan komentar atau saran perbaikan maka selanjutnya dilakukan perbaikan hingga kuesioner dirasa dapat digunakan oleh responden.

D. Perancangan Desain Eksperimen

Perancangan desain penelitian yang akan diberikan kepada 2 kelompok responden berdasarkan perlakuannya masing-masing, yaitu perlakuan tempo musik lambat dan cepat. Eksperimen ini nantinya akan menghasilkan data yang selanjutnya digunakan pada pengolahan data untuk diperoleh informasi

dalam menjawab tujuan penelitian. Ruang lingkup penelitian mencakup kondisi lingkungan serta musik yang diberikan.

E. Pengambilan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data dalam mempersiapkan pengujian selanjutnya menggunakan SPSS. Data akan diolah untuk memperoleh jawaban dari tujuan penelitian yang telah ditentukan.

- Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas akan menunjukkan seberapa akuratnya alat ukur penelitian ini memenuhi dari fungsi pengukurannya, atau dengan kata lain apakah kuesioner sudah benar-benar dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pada tahap uji validitas ini ditujukan untuk mengukur valid atau tidaknya dari pertanyaan kuesioner yang diberikan berdasarkan jawaban dari responden. Sedangkan Uji reliabilitas akan menunjukkan bahwa yang digunakan pada penelitian ini dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data untuk memperoleh informasi dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Pada tahap ini, uji realibilitas akan menguji terhadap hasil pengumpulan data jawaban dari responden untuk melihat apakah data tersebut konsisten. Apabila data kurang valid atau realibel maka dilakukan pengambilan data ulang

F. Pengolahan Data

Pengolahan data hasil kuesioner yang sudah diisi oleh responden. Pengolahan data perlu melalui beberapa tahapan, antara lain:

a. Uji Asumsi MANOVA

Pengujian asumsi sebagai syarat uji MANOVA ini meliputi uji normalitas multivariat dan uji homogenitas. Jika kedua asumsi terpenuhi maka selanjutnya dapat dilanjutkan menuju perhitungan MANOVA

b. Uji statistic MANOVA

Pengujian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS dengan melalui beberapa tahapan terlebih dahulu. Pada akhirnya nilai signifikasi akan dijadikan indikator untuk menentukan signifikan atau tidaknya pengaruh perlakuan tempo musik terhadap pembelian kosumen.

Data hasil pengolahan tersebut selanjutnya digunakan untuk membantu perumusan tujuan penelitian 2 yaitu rekomendasi perbaikan.

5. Penyelesaian Tujuan Penelitian No.2: Melakukan perumusan pertanyaan pada kuesioner sebagai bahan penentuan rekomendasi untuk mengetahui preferensi konsumen. Hasil pada tujuan penelitian pertama digunakan dalam penentuan rekomendasi perbaikan yang akan diusulkan selanjutnya. Selain itu rekomendasi perlu dilakukan dengan mengumpulkan pendapat dari beberapa jurnal penelitian terdahulu.

A. Perumusan Kuesioner

Kuesioner dirumuskan untuk mengetahui informasi-informasi penting yang ingin diketahui dari responden. Selanjutnya informasi tersebut dikumpulkan dan dilakukan analisis berkaitan dengan hasil tujuan pertama. Butir pertanyaan pada tujuan penelitian kedua merupakan hasil diskusi bersama dosen selaku akademis di bidang terkait, pengurus kedai kopi umpama, dan juga beberapa pendapat atau variabel yang digunakan dalam beberapa penelitian oleh (Andersson et al., 2012; Barata & Coelho, 2021; Nararya & Bramantyo, 2024a; Turley & Milliman, 2000).

Tabel 3. 3 Pertanyaan Kuesioner Tujuan Nomor 2

No.	Pertanyaan Tujuan Penelitian 2
Q1.	Suka mendengarkan musik ?
Q2.	Jenis genre musik yang disukai ?
Q3.	Perkiraan lama mendengarkan musik dalam satu hari ?
Q4.	Media mendengarkan musik ?
Q5.	Apakah volume mempengaruhi kenyamanan dan mood?
Q6.	Jenis musik yang disukai berdasarkan sumbernya ?
Q7.	Perasaan yang dirasakan saat mendengarkan musik tersebut ?
Q8.	Kegiatan harian yang dibarengi dengan mendengarkan musik ?
Q9.	Bagaimana volume musik pada coffeshop ?
Q10.	Jumlah menu yang dipesan di awal kedatangan ?
Q11.	Jumlah uang yang rencana akan digunakan ?
Q12.	Jenis tempo musik yang didengarkan di Coffeshop?
Q13.	Tujuan datang ke coffeshop (aktivitas yang dilakukan) ?

No.	Pertanyaan Tujuan Penelitian 2
Q14.	Frekuensi datang ke coffeshop/minggu ?
Q15.	Bagaimana volume musik pada coffeshop ?
Q16.	Jumlah menu yang dipesan di awal kedatangan ?
Q17.	Jumlah uang yang rencana akan digunakan ?

B. Perumusan Rekomendasi

Setelah uji statistic terkait pengaruh telah diketahui, maka dilakukan analisis untuk mengetahui faktor-faktor pengaruh tempo musik terbaik dalam mempengaruhi pembelian. Dengan pola analisis menghubungkan tiap hasil butir pertanyaan yang ada kemudian diperkuat oleh penelitian terdahulu, maka dirancang rekomendasi terhadap kedai kopi Umpama untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan pengalaman terbaik kepada mereka.

C. Analisis dan Pembahasan

Analisis serta pembahasan dari hasil pengolahan data dilakukan setelah data selesai diolah, dimana hasil analisis tersebut akan diambil kesimpulan. Pembahasan dilakukan dengan mempertimbangkan penelitian-penelitian terdahulu untuk memperkuat argumen yang digunakan. Selanjutnya dalam tahap ini pula disusun rekomendasi.

D. Kesimpulan dan Saran

Merupakan tahap akhir dimana dilakukan penjabaran mengenai ringkasan atau kesimpulan dari penelitian yang menjawab dari rumusan dan tujuan permasalahan yang diteliti, selain itu juga akan dipaparkan saran untuk penelitian selanjutnya.

E. Selesai

Setelah seluruh tahap dilakukan, maka penelitian sudah selesai dan dituangkan kedalam laporan tugas akhir secara tertulis.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengukuran Pengaruh Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian

Penelitian dilakukan menggunakan data yang diperoleh dari responden yang merupakan konsumen *Coffeeshop* Umpama Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah selesai melakukan aktivitasnya di dalam kedai. Responden yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kriteria usia 18-25 tahun dan melakukan pemesanan di kedai kopi pada bulan Januari 2024.

4.1.1 Uji pilot study.

Berikut ini merupakan hasil dari Uji Pilot Study yang telah diberikan kepada 4 orang responden dengan keahlian ilmu tertentu yang berkaitan dengan penelitian ini. Responden pertama, kedua, dan ketiga berturut-turut adalah dosen teknik industri UII, mahasiswa S2 teknik industri, dan mahasiswa S1 teknik Industri. Responden dengan profesi sebagai dosen dan mahasiswa ini dipilih agar dapat memberikan pandangannya terkait dengan kuesioner bertemakan ergonomi untuk pengambilan data tugas akhir dengan metode statistic, sehingga diharapkan dapat memberikan saran, kritik, dan penilaian terhadap instrument uji. Selanjutnya responden terakhir adalah pelanggan Umpama kopi, dimana responden ini dipilih sebagai bahan trial terhadap calon responden nantinya yang juga merupakan konsumen Kedai kopi yang sama, agar dengan harapan tidak terjadi kebingungan dan perbedaan persepsi dengan peneliti terkait instrument uji yang diberikan. Rekapitulasi dari hasil uji pilot disajikan Pada Tabel 4.19 dibawah ini.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Pilot Study

Responden	Kesimpulan
Responden 1 (Dosen Teknik	• Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk

Responden	Kesimpulan
Industri Universitas Islam Indonesia)	<p>memperoleh informasi yang dibutuhkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan familiar Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami • Survei yang dilakukan cukup singkat • Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti • Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti • Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah 5 menit • Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner • Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan • Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton • Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis • Tidak terdapat komentar yang diberikan oleh responden
Responden 2 (Mahasiswa S2 Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	<ul style="list-style-type: none"> • Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan • Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan familiar Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami • Survei yang dilakukan cukup singkat • Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti • Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti • Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah 7 menit • Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner • Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan • Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton • Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis • Sebagai saran dapat diberikan kalimat perkenalan penelitian (Saran terimplementasikan)
Responden 3 (Mahasiswa S1 Teknik Industri UII Angkatan 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan • Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan familiar Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami • Survei yang dilakukan cukup singkat • Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti • Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti • Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah 8 menit • Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner • Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan • Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak

Responden	Kesimpulan
Responden 4 (Pelanggan Umpama Coffee)	<p>monoton</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis • Tidak terdapat komentar yang diberikan oleh responden • Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan • Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan familiar Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami • Survei yang dilakukan cukup singkat • Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti • Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti • Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah 8 menit • Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner • Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan • Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton • Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis • Saran diberikan keterangan section

Berdasarkan hasil pilot study secara kualitatif pada draft kuesioner, diketahui bahwa kuesioner telah sesuai sebagai instrumen dalam menjawab tujuan penelitian. Selain itu kalimat dapat dipahami, dapat diisi dengan singkat (5-8 menit), dan mudah diisi tanpa menimbulkan kebingungan. Selain itu juga terdapat beberapa feedback seperti diberikan section untuk setiap sesi atau kelompok pertanyaan. Dengan demikian kuesioner dapat digunakan dalam pengambilan data.

4.1.2 Uji validitas dan reliabilitas.

Valid artinya data-data yang diperoleh dengan menggunakan (kuesioner) dapat menjawab dari tujuan penelitian. Reliabel artinya handal, konsisten, atau stabil. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data valid dan reliabel atau tidak. Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan terhadap 16 responden pada masing-masing jenis pengujian tempo musik. Uji statistik validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu alat ukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner, dengan kriteria uji validitas sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan pertanyaan tidak valid
2. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dikatakan pertanyaan valid

3. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tapi negatif, dikatakan pertanyaan tidak valid

Berikut adalah hasil uji statistik validitas yang diperoleh dari 32 responden ($n=16$ dari setiap perlakuan) dengan nilai t -tabel sebesar 95%. r -tabel diperoleh menggunakan nilai df ($n-2=14$) yaitu 0,4973.

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Xtotal
X1.1	Pearson Correlation	1	.320	.376	.326	.744**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.227	.151	.218	.001	.000
	N	16	16	16	16	16	16
X1.2	Pearson Correlation	.320	1	.254	.336	.624**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.227		.342	.203	.010	.004
	N	16	16	16	16	16	16
X1.3	Pearson Correlation	.376	.254	1	.151	.492	.604*
	Sig. (2-tailed)	.151	.342		.576	.053	.013
	N	16	16	16	16	16	16
X1.4	Pearson Correlation	.326	.336	.151	1	.436	.624**
	Sig. (2-tailed)	.218	.203	.576		.091	.010
	N	16	16	16	16	16	16
X1.5	Pearson Correlation	.744**	.624**	.492	.436	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.053	.091		.000
	N	16	16	16	16	16	16
Xtotal	Pearson Correlation	.791**	.683**	.604*	.624**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.013	.010	.000	
	N	16	16	16	16	16	16

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 4. 1 Hasil Uji Validitas SPSS variabel X1

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2total
X2.1	Pearson Correlation	1	.337	.259	.402	.119	.634**
	Sig. (2-tailed)		.202	.332	.123	.660	.008
	N	16	16	16	16	16	16
X2.2	Pearson Correlation	.337	1	.784**	.178	-.056	.577*
	Sig. (2-tailed)	.202		.000	.510	.837	.019
	N	16	16	16	16	16	16
X2.3	Pearson Correlation	.259	.784**	1	.365	.193	.709**
	Sig. (2-tailed)	.332	.000		.165	.475	.002
	N	16	16	16	16	16	16
X2.4	Pearson Correlation	.402	.178	.365	1	.528*	.796**
	Sig. (2-tailed)	.123	.510	.165		.035	.000
	N	16	16	16	16	16	16
X2.5	Pearson Correlation	.119	-.056	.193	.528*	1	.607*
	Sig. (2-tailed)	.660	.837	.475	.035		.013
	N	16	16	16	16	16	16
X2total	Pearson Correlation	.634**	.577*	.709**	.796**	.607*	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.019	.002	.000	.013	
	N	16	16	16	16	16	16

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 4. 2 Hasil Uji Validitas SPSS variabel X2

Berdasarkan Gambar 4.2 hasil uji SPSS dapat diketahui bahwa seluruh indikator pertanyaan pada uji validitas X1 dan X2 dapat dikatakan valid. Namun untuk memperkuat hipotesis tersebut dilakukan pengujian secara manual. Berikut pengujian menggunakan perbandingan antara tabel distribusi r hitung dengan hasil yang diketahui pada r tabel.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Jenis Tempo Musik Cepat				
1	Mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat memberikan suasana santai saat beraktivitas di dalam	0,791	0,4973	Valid

No	Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
	coffeshop.			
2	Mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat membuat saya merasa nyaman saat beraktivitas di dalam coffeshop.	0,683	0,4973	Valid
3	Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat mempengaruhi mood (suasana hati) saat beraktivitas di dalam coffeshop.	0,604	0,4973	Valid
4	Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo cepat membuat saya menghabiskan waktu lebih banyak untuk beraktivitas di dalam coffeshop.	0,624	0,4973	Valid
5	Musik dengan jenis tempo cepat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak menu (makanan/minuman)?	0,915	0,4973	Valid
Jenis Tempo Musik Lambat				
1	Mendengarkan musik dengan jenis tempo lambat memberikan suasana santai saat beraktivitas di dalam coffeshop.	0,634	0,4973	Valid
2	Mendengarkan musik dengan jenis tempo lambat membuat saya merasa nyaman saat beraktivitas di dalam coffeshop.	0,577	0,4973	Valid
3	Musik yang diputar dengan	0,709	0,4973	Valid

No	Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
	jenis tempo lambat mempengaruhi mood (suasana hati) saat beraktivitas di dalam coffeshop.			
4	Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo lambat membuat saya menghabiskan waktu lebih banyak untuk beraktivitas di dalam coffeshop.	0,796	0,4973	Valid
5	Musik dengan jenis tempo lambat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak menu (makanan/minuman)?	0,607	0,4973	Valid

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dilihat bahwa keseluruhan dari r hitung dianggap valid karena nilai yang didapatkan lebih besar daripada rtabel, suatu alat ukur dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan rtabel. Nilai rtabel yang digunakan yaitu dengan tingkat signifikansi 95%.

Uji reliabilitas dilakukan setelah dilakukannya uji validitas, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban dari pertanyaan kuesioner apakah reliabel atau tidak dengan kriteria uji reliabilitas sebagai berikut:

1. $0,5 < \text{Cronbach Alpha} < 0,6$ dikatakan bahwa variabel reliabelnya diragukan.
2. $\text{Cronbach Alpha} > 0,6$ dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel
3. $\text{Cronbach Alpha} < 0,5$ dikatakan bahwa variabel tersebut tidak reliabel

Berikut merupakan hasil Uji pada software SPSS dan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh dalam software.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	16	94.1
	Excluded ^a	1	5.9
	Total	17	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

Gambar 4. 3 Hasil Uji Cronbach's Alpha (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	16	94.1
	Excluded ^a	1	5.9
	Total	17	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	5

Gambar 4. 4 Hasil Uji Cronbach's Alpha (X2)

Kemudian, berikut ini merupakan kesimpulan dari uji reliabilitas dengan menggunakan perbandingan antara syarat reliabilitas yang telah disebutkan diatas dengan nilai Cronbach's Alpha.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Jenis Tempo	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Tempo Cepat	0,777 > 0,6	Reliabel

Tempo Lambat	0,677 > 0,6	Reliabel
--------------	-------------	----------

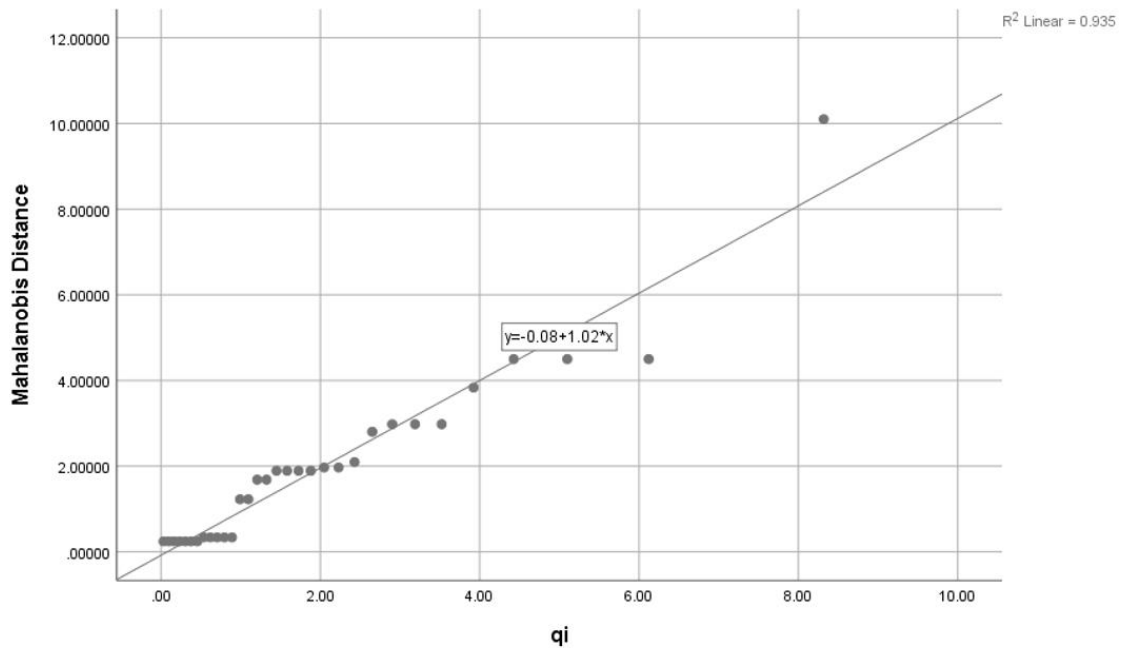
Berdasarkan jawaban dari responden terhadap kuesioner dapat dilihat Pada Tabel 4.21 diketahui hasil uji reliabilitas atau croncbach's alpha adalah 0,837 (X1) dan 0,677 (X2) pada jenis tempo cepat dan tempo lambat. Hasil yang diperoleh dari uji statistik reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai lebih dari 0.6, sehingga data tersebut dianggap reliabel (handal) atau telah sesuai dengan keadaan sebenarnya.

4.1.3 Uji asumsi MANOVA.

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk memenuhi syarat dilakukanya uji MANOVA, sehingga hasil uji nantinya valid untuk dapat dijadikan alat pengambilan keputusan dalam dunia nyata. Berikut merupakan data perilaku pembelian konsumen yang di ukur melalui variabel penambahan pembelian yang tidak terencana dan uang yang dibelanjakan.

a. Uji Normalitas Multivariat

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data multivariat terdistribusi secara normal atau terdapat variabel outiar yang dapat mempengaruhi hasil uji nantinya. Untuk melihat apakah data telah berdistribusi normal, maka dapat diketahui melalui hasil uji normalitas dibawah ini:



Gambar 4. 5 Normalitas Multivariat

Berdasarkan Gambar 4.5 diketahui bahwa plot data mengikuti garis diagonal lurus yang mengartikan bahwa data multivariat berdistribusi secara normal.

b. Uji homogenitas

Uji homogenitas menggunakan uji Box's dengan bantuan software SPSS menghasilkan output sebagai berikut:

**Box's Test of
Equality of
Covariance
Matrices^a**

Box's M	1.007
F	.311
df1	3
df2	162000.000
Sig.	.817

Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups.

a. Design:
Intercept +
Tempo_Musik

Gambar 4. 6 Uji Box's M Homogenitas

Berdasarkan Gambar 4.6 diketahui bahwa hasil uji homogenitas memiliki signifikansi sebesar $0,817 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa matriks varian/konvarian homogen, sehingga dapat dilanjutkan kedalam uji manova.

4.1.4 Uji MANOVA.

Uji MANOVA dilakukan setelah uji asumsi terpenuhi agar diperolehnya hasil uji yang valid untuk diterapkan dalam pengambilan keputusan secara nyata. Berikut adalah hasil uji MANOVA melalui software SPSS.

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Y2	.781 ^a	1	.781	1.596	.216
	Y3	19531250.0 ^b	1	19531250.00	.133	.718
Intercept	Y2	19.531	1	19.531	39.894	.000
	Y3	4.689E+10	1	4.689E+10	318.943	.000
Tempo_Musik	Y2	.781	1	.781	1.596	.216
	Y3	19531250.00	1	19531250.00	.133	.718
Error	Y2	14.688	30	.490		
	Y3	4410937500	30	147031250.0		
Total	Y2	35.000	32			
	Y3	5.133E+10	32			
Corrected Total	Y2	15.469	31			
	Y3	4430468750	31			

a. R Squared = ,051 (Adjusted R Squared = ,019)
b. R Squared = ,004 (Adjusted R Squared = -,029)

Gambar 4. 7 Hasil Uji MANOVA

Berdasarkan Gambar 4.7 diketahui bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara jenis tempo musik cepat dan lambat terhadap perilaku pembelian. Kemudian selain itu pula dapat ditinjau melalui multivariat test yang diperoleh hasil sebagai berikut:

Multivariate Tests^a

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.914	154.817 ^b	2.000	29.000	.000
	Wilks' Lambda	.086	154.817 ^b	2.000	29.000	.000
	Hotelling's Trace	10.677	154.817 ^b	2.000	29.000	.000
	Roy's Largest Root	10.677	154.817 ^b	2.000	29.000	.000
Tempo_Musik	Pillai's Trace	.051	.771 ^b	2.000	29.000	.472
	Wilks' Lambda	.949	.771 ^b	2.000	29.000	.472
	Hotelling's Trace	.053	.771 ^b	2.000	29.000	.472
	Roy's Largest Root	.053	.771 ^b	2.000	29.000	.472

a. Design: Intercept + Tempo_Musik

b. Exact statistic

Gambar 4. 8 Multivariat Test

Berdasarkan Gambar 4.8 diketahui bahwa melalui metode Wilks Lambda nilai signifikansi kedua jenis tempo musik tidak menunjukkan perbedaan hasil yang signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, begitu pula dengan uji Pillai's Trace dan Hotelling's Trace. Namun, apabila hasil signifikansi tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, perbedaan rata-rata tetap dapat diketahui melalui hasil statistic deskriptif menurut Sutrisno, et al., pada (2018) yang pada hasilnya ditemukan adanya perbedaan rata-rata pada perilaku pembelian konsumen dari kedua perlakuan tempo musik yang dilihat dari hasil statistic deskriptif berikut.

Descriptive Statistics

	Tempo_Musik	Mean	Std. Deviation	N
Y2	Tempo Cepat	.63	.619	16
	Tempo Lambat	.94	.772	16
	Total	.78	.706	32
Y3	Tempo Cepat	37500.00	12780.193	16
	Tempo Lambat	39062.50	11433.686	16
	Total	38281.25	11954.846	32

Gambar 4. 9 Analisis Deskriptif

Gambar 4.9 menunjukkan bahwa tempo musik lambat memiliki rata-rata yang lebih tinggi pada kedua variabel. Sehingga dapat diartikan bahwa perlakuan tempo musik

lambat memberikan pengaruh kepada rata-rata perilaku pembelian melalui indikator penambahan menu diluar rencana dan uang yang dibelanjakan.

4.2 Rekomendasi Perbaikan

4.2.1 Karakteristik demografi responden.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan aspek demografi.

Tabel 4. 1 Data Demografi Responden

Nama Responden	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
Responden 1	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 2	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 3	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 4	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 5	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 6	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 7	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 8	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 9	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 10	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 11	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 12	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 13	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 14	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 15	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 16	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 17	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 18	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 19	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 20	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 21	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 22	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 23	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 24	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 25	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 26	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 27	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 28	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 29	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
Responden 30	23	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 31	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa
Responden 32	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa

Pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan klasifikasi usia diperoleh sebanyak 22 responden masuk ke dalam kategori (18-21 Tahun) dan 10 responden masuk ke dalam kategori dewasa awal (22 - 25 Tahun). Informasi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merupakan generasi yang sama yang memiliki preferensi yang tidak jauh berbeda terhadap kedai kopi yang nyaman. Sehingga penelitian tidak menghasilkan hasil atau kesimpulan yang bias akibat perbedaan latar belakang responden. Karakteristik responden jenis kelamin diperoleh sebanyak 19 responden berjenis kelamin perempuan dan 13 responden berjenis kelamin laki-laki. Tidak terdapat ketimpangan latar demografi responden berdasarkan usia, sehingga hasil penelitian dapat mewakili kedua jenis kelamin. Selain itu diketahui bahwa karakteristik responden sejumlah 32 orang secara keseluruhan 100% adalah sebagai Pelajar/Mahasiswa. Hal ini sesuai dengan target market kedai kopi dan mayoritas pengunjung kedai yang merupakan mahasiswa. Sehingga tujuan dan hasil penelitian sejalan dengan target market kedai kopi.

4.2.2 Karakteristik berdasarkan persepsi perasaan terhadap musik.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan klasifikasi persepsi konsumen terhadap kegiatan mendengarkan musik yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 4 Hasil Rekapitulasi Persepsi Responden Terhadap Musik

Persepsi	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Suka Mendengar Musik	32	100
Tidak Suka Mendengar Musik	0	0

Pada Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa melalui pengambilan sample responden secara acak diperoleh karakteristik responden keseluruhan atau 100% responden menyukai kegiatan mendengarkan musik. Maka, tidak terdapat outlier terhadap tujuan penelitian dimana preferensi responden yang tidak menyukai musik akan memberikan arah pengaruh negative dengan perlakuan tempo musik jenis apapun.

4.2.3 Karakteristik berdasarkan genre musik yang disukai.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan klasifikasi genre musik yang paling disukai oleh 32 sampel pengunjung atau responden.

Tabel 4. 5 Hasil Rekapitulasi Selera Genre Responden

Genre	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)	Laki-Laki (%)	Perempuan (%)
Pop	23	72	18,75	53,1
Rock	1	3	0,3	0
Klasik	1	3	0,3	0
Dangdut	2	6	0,6	0
Jazz	1	3	0	0,3
EDM	1	3	0,3	0
R&B	3	9	0,3	0,6

Pada Tabel 4.5 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis genre yang paling disukai. Diperoleh bahwa sebanyak 23 responden menyukai genre musik pop, kemudian pada tiap genre musik rock, klasik, dangdut, jazz dan EDM disukai oleh 1 orang responden, genre musik dangdut disukai 2 responden, dan 3 orang responden menyukai genre musik R&B. Selain itu juga diketahui bahwa mayoritas responden penggemar musik pop adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 53% sedangkan laki-laki sebanyak 18%. Informasi ini dapat memberikan data pendukung yang dapat digunakan untuk memberikan rekomendasi genre musik yang dapat diberikan kepada konsumen sebagai rekomendasi.

4.2.4 Karakteristik berdasarkan lama mendengarkan musik sehari.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan lama responden mendengarkan musik dalam sehari.

Tabel 4. 6 Hasil Rekapitulasi Lama Responden Mendengarkan Musik Dalam Sehari

Lama Waktu (menit)	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)	Pop (%)	R&B (%)
10	1	3	0,3	0
30	7	22	18,75	0
60	10	31	28,1	0
120	7	22	12,5	0,6

Lama Waktu (menit)	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)	Pop (%)	R&B (%)
180	3	9	0,3	0
240	4	13	0,6	0,3

Pada Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan rata-rata lama waktu mendengarkan musik dalam sehari tergolong beragam. Mayoritas responden sejumlah 10 orang (31%) mendengarkan musik selama 60 menit dalam sehari, kemudian 7 orang responden (22%) mendengarkan musik selama 30 menit dan 120 menit, diikuti 4 orang responden mendengarkan musik selama 240 menit, 3 orang responden selama 180 menit dan hanya 1 orang responden yang mendengarkan musik selama 1 menit dalam sehari. Seluruh responden memiliki kebiasaan mendengarkan musik, sehingga musik telah akrab digunakan oleh responden dalam kehidupan sehari-harinya untuk menambah kenyamanan dan pengaturan mood. Selain itu juga diketahui bahwa mayoritas penggemar musik pop memiliki aktivitas mendengarkan musik rata-rata 30 hingga 120 menit. Sedangkan mayoritas genre favorit kedua yaitu R&B mayoritas mendengarkan musik selama 120 menit.

4.2.5 Karakteristik berdasarkan media mendengarkan musik.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis media responden dalam mendengarkan musik sehari-hari.

Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Karakteristik Jenis Media Mendengarkan Musik

Media Musik	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
<i>LoudSpeaker</i>	16	50
Headset / Earphone	16	50

Pada Tabel 4.7 diketahui bahwa karakteristik responden terbagi menjadi 2 sama rata dalam jenis media yang digunakan untuk mendengarkan musik. Diperoleh 16 dari 32 orang (50%) responden yang menggunakan *loudspeaker* dan sebagian sisanya *Headset/Earphone* saat mendengarkan musik dalam aktivitas harian. Penggunaan earphone memiliki alasan agar kualitas suara musik yang dihasilkan menjadi lebih bagus. Selain itu, dengan menggunakan *earphone*, responden dapat mencegah *noise* sehingga dapat lebih berkonsentrasi dengan aktivitasnya sendiri.

4.2.6 Karakteristik berdasarkan persepsi kenyamanan volume.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan persepsi responden terhadap kenyamanan volume yang digunakan dalam kedai kopi.

Tabel 4. 8 Hasil Rekapitulasi Persepsi Responden Terhadap Volume Musik

Persepsi Terhadap Volume	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Nyaman	32	100%
Tidak Nyaman	0	0

Pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa karakteristik berdasarkan jenis persepsi yang diterima terhadap volume musik. Diperoleh sebanyak 32 orang responden atau seluruh responden merasa nyaman dengan volume musik yang disediakan kedai kopi. Volume musik yang dimainkan dalam kedai kopi Umpama dinilai tidak mengganggu aktivitas responden dan nyaman untuk sebagai latar suasana kedai. Sehingga tidak ditemukan adanya pengecualian atau kondisi abnormal yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, karena kondisi responden yang tidak nyaman dengan adanya musik lebih memilih tidak ada musik sama sekali.

4.2.7 Karakteristik berdasarkan selera jenis music.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan selera musik responden berdasarkan jenis musik.

Tabel 4. 9 Hasil Rekapitulasi Selera Jenis Musik Responden

Jenis Musik	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Vokal	28	87,5
Instrumen	4	12,5

Pada Tabel 4.9 diketahui mayoritas karakteristik responden berdasarkan selera jenis sumber musik adalah suara manusia (vokal), yaitu sebanyak 28 responden (87,5%) dan sisanya lebih menyukai sumber musik instrument (tanpa vokal) yaitu 4 orang responden. Musik vokal lebih banyak memiliki peminat dikarenakan musi jenis ini familiar dan umum dikalangan masyarakat sehingga lebih mudah untuk dinikmati pengunjung.

4.2.8 Karakteristik berdasarkan perasaan mendengarkan musik.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan perasaan yang dirasakan responden saat mendengarkan musik.

Tabel 4. 10 Hasil Rekapitulasi Data Jenis Perasaan Responden saat Mendengar Musik

Perasaan	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Senang	29	90,6
Biasa	3	9,4
Tidak Senang	0	0

Pada Tabel 4.10 diketahui bahwa mayoritas atau 29 orang responden (90,6%) memiliki karakteristik perasaan yang senang saat mendengarkan musik. Kemudian sebagian kecil responden merasa biasa saja saat mendengarkan musik. Hasil berikut berhubungan dengan faktor-faktor sebelumnya, dimana kesesuaian volume, genre, dan hal lain perlu diterapkan dengan tepat.

4.2.9 Karakteristik berdasarkan kegiatan saat mendengarkan musik.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik kegiatan sehari-hari responden pada saat mendengarkan musik.

Tabel 4. 11 Tabel Jenis Kegiatan Favorit dengan Mendengar Musik

Kegiatan	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Belajar / mengerjakan tugas	28	90,6
Bersih- bersih	22	68,7
Masak	6	18,7
Olahraga	13	40,6
Mengerjakan hobi lain	17	53,1

Karakteristik responden berdasarkan kegiatan yang dilakukan bersama dengan mendengarkan musik dapat diketahui secara rinci Pada Tabel 4.11, dimana sebanyak 28 responden mendengarkan musik sembari belajar dan mengerjakan tugas, diikuti 22 orang responden yang sering melakukan bersih-bersih saat mendengarkan musik, kemudian kegiatan lainnya yang dilakukan adalah berolahraga sebanyak 13 orang, masak sebanyak 6 orang, dan melakukan hobi lain sebesar 17 orang responden.

4.2.10 Karakteristik frekuensi kedatangan responden di kedai kopi.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan rata-rata frekuensi kedatangan responden ke kedai kopi dalam satu minggu.

Tabel 4. 12 Hasil Rekapitulasi Rata-rata Jumlah Kedatangan ke Kedai Kopi per Minggu

Jumlah Kedatangan Dalam Seminggu	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
1	11	34,38
2	11	34,38
3	6	18,75
4	1	3,13
5	2	6,25
7	1	3,13

Diketahui melalui Tabel 4.12 bahwa karakteristik responden berdasar frekuensi kunjungan ke kedai kopi dalam satu minggu. Terdapat sebanyak 11 responden dengan rata-rata kunjungan sebanyak 1 dan 2 kali, kemudian 6 responden dengan rata-rata kunjungan sebanyak 3 kali, 1 responden dengan banyak kunjungan 4 dan 7 kali, kemudian 2 responden dengan banyak kunjungan 5 kali dalam seminggu.

4.2.11 Karakteristik rencana lama waktu beraktivitas di kedai kopi.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan rencana lama waktu yang dihabiskan selama beraktivitas di Kedai Kopi Umpama.

Tabel 4. 13 Rekapitulasi Rencana Lama Waktu yang Dihabiskan Responden

Lama Rencana Waktu Aktivitas (Jam)	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
2	6	18,75
3	12	37,50
4	5	15,63
5	6	18,75
6	3	9,38

Pada Tabel 4.13 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan rencana lama waktu yang akan dihabiskan responden di Kedai Kopi. Diperoleh sebanyak 6 orang responden yang berencana melakukan aktivitas di Kedai Kopi selama 2 jam, 12 orang

yang merencanakan waktu selama 3 jam, 5 orang berencana selama 4 jam, 6 orang berencana selama 5 jam, dan 3 orang responden berencana beraktivitas di kedai kopi selama 6 jam.

4.2.12 Karakteristik responden berdasarkan tujuan kedatangan.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan tujuan kedatangan atau aktivitas yang rencana akan dilakukan di kedai kopi.

Tabel 4. 14 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kedatangan.

Tujuan Kedatangan	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Mengerjakan tugas / Belajar	27	84,38
Bersosialisasi dengan teman	5	15,63

Pada Tabel 4.14 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan tujuan kedatangan ke kedai kopi. Diketahui sebanyak 27 responden (84,38%) melakukan kegiatan mengerjakan tugas atau belajar dan sebagian sisanya sebesar 5 responden (15,63%) mengerjakan bersosialisasi dengan teman.

4.2.13 Karakteristik berdasarkan volume musik dalam kedai kopi.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan volume musik yang dimainkan dalam kedai kopi.

Tabel 4. 15 Rekapitulasi Hasil Karakteristik Volume yang Didengarkan Responden

Tingkat Kekerasan Volume	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Volume terlalu kecil	4	12,5
Volume sesuai	18	56,25
Volume terlalu besar	10	31,25

Kondisi musik dengan volume yang nyaman adalah dengan intensitas 3-50dB sedangkan pada kondisi lebih dari 90dB telinga akan terasa terganggu sehingga aktivitas juga akan terganggu (Nasution, 2019). Pada Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa karakteristik volume yang didengarkan responden dinilai terlalu kecil oleh 4 orang responden, dinilai sesuai oleh mayoritas responden sebanyak 56,25% atau 18 orang, dan terlalu besar oleh 10 orang responden atau 31,25%.

4.2.14 Karakteristik berdasarkan jumlah menu pesanan awal kedatangan.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jumlah menu yang dipesan saat awal kedatangan.

Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Jumlah Menu yang Dipesan Responden Saat Kedatangan

Jumlah Menu Dipesan (porsi)	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
1	20	62,5
2	12	37,5

Pada Tabel 4.16 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jumlah menu yang dipesan saat kedatangan. Sebanyak 20 responden (62,5%) memesan hanya 1 porsi menu dan 12 responden sisanya memesan 2 menu di awal. Rata-rata responden dengan pesanan 1 porsi adalah pesanan minuman dalam bentuk kopi atau non kopi, sedangkan untuk 2 pesanan tiap responden biasanya memesan 1 porsi minuman dan 1 porsi snack seperti kentang goreng atau makanan berat.

4.2.15 Karakteristik berdasarkan jumlah rencana uang yang dibelanjakan.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan rencana uang yang akan dibelanjakan.

Tabel 4. 17 Rekapitulasi Hasil Karakteristik Jumlah Uang yang Digunakan saat Kedatangan

Range Uang Dikeluarkan (Rupiah)	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
20.000 - 50.000	22	68,75
51.000 - 100.000	8	25
101.000 - 150.000	1	3,125
151.000 - 200.000	1	3,125

Pada Tabel 4.17 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan range jumlah uang yang ingin dibelanjakan pada awal kedatangan. Range yang digunakan dimulai dari harga menu termurah, yaitu Rp. 20.000 dan terus berkelipatan Rp.50.000 setiap kategori *range*-nya. Terdapat 22 orang (68,75%) yang membelanjakan uangnya di awal kedatangan antara Rp. 20.000 hingga Rp. 50.000, kemudian delapan orang

membelanjakan Rp. 51.000 hingga Rp. 100.000. Sementara, masing-masing satu orang membelanjakan antara Rp. 101.000 hingga Rp. 150.000, dan antara Rp. 151.000 dan Rp. 200.000.

4.2.16 Karakteristik berdasarkan jenis tempo musik yang dimainkan.

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis tempo musik yang dimainkan saat beraktivitas.

Tabel 4. 18 Rekapitulasi Hasil Jenis Tempo Musik yang Dimainkan Dalam Kedai

Jenis Tempo	Responden (orang)	Persentase Sebar (%)
Tempo Cepat (>110 bpm)	16	50
Tempo Lambat (< 90bpm)	16	50

Terdapat dua jenis musik sebagai variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pada Tabel 4.18 diketahui apabila 16 orang responden mendengarkan musik dengan tempo musik cepat dan 16 orang sisanya mendengarkan musik tempo lambat saat beraktivitas di kedai kopi.

Tabel 4. 19 Rekomendasi Lagu Genre Pop Bertempo Lambat

No.	Artist – Judul Lagu	BPM	No.	Artist – Judul Lagu	BPM
1.	Pamungkas – Monolog	96	11.	Sal Priadi – Kita Usahakan Rumah Itu	95
2.	Float – Sementara	88	12.	Payung Teduh – Mari Bercerita	82
3.	Ed Sheeran – Photograph	107	13.	Hindia - Secukupnya	106
4.	Ed Sheeran – Perfect	97	14.	Yahya – Keep You Save	87
5.	James Arthur – Say You Won't Let Go	85	15.	Kodaline – Moving On	81
6.	Bobby Caldwell – What You Won't Do for Love	84	16.	Arash Buana, ft Anya T – We'll be Okay for Today	108
7.	Sasha Alex Soan – Older	64	17.	Joji – afterthought	84
8.	Pamungkas – One Only	73	18.	Joji – Slow Dancing in The Dark	89
9.	Coldplay – Hymne for the Weekend	90	19.	Ryan Gosling – City of Stars	98

No.	Artist – Judul Lagu	BPM	No.	Artist – Judul Lagu	BPM
10.	Yura Yunita – Cinta dan Rahasia	96	20.	James Arthur - Medicine	94

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Pengaruh Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian

Penelitian ini menggunakan 32 orang responden dengan rentang usia antara 18 hingga 25 tahun dan seluruh responden merupakan pelajar/mahasiswa. Berdasarkan umur responden diklasifikasikan menjadi 2 kelompok umur, yaitu 18 – 21 tahun sebanyak 22 orang dan 22 – 25 tahun sebanyak 10 orang. Responden juga diklasifikasi berdasarkan jenis kelamin, untuk laki-laki berjumlah sebanyak 13 orang dan perempuan sebanyak 19 orang. Selain dari sisi demografi, responden juga diklasifikasikan kedalam beberapa aspek penelitian untuk dapat memenuhi tujuan penelitian dalam menjawab permasalahan yang diteliti.

5.1.1 Analisis rekapitulasi perilaku pembelian jenis tempo cepat dan lambat.

Terdapat 2 buah pertanyaan terkait perilaku pembelian yang digunakan pada penelitian ini yaitu jumlah porsi/menu tambahan yang dipesan (1) Jumlah menu yang telah dipesan (2) Nominal yang dihabiskan? (Dalam rupiah) (3). Berikut hasil rekapitulasi jawaban responden dalam bentuk grafik berdasarkan pertanyaan 1 dan 2.

Diketahui bahwa rata-rata penambahan pembelian pada tempo musik cepat adalah 0,63 porsi dan 0,94 untuk tempo lambat. Pada variabel penambahan menu tempo musik lambat memiliki rata-rata lebih banyak. Kemudian pada variabel nominal uang yang dihabiskan, diketahui bahwa rata-rata responden dengan perlakuan musik bertempo cepat menghabiskan Rp. 37.500,00 sedangkan 16 responden tempo lambat menghabiskan Rp. 39.062,00. Secara rata-rata, responden dengan tempo musik lambat memberikan keuntungan lebih kepada kedai kopi umpama disbanding responden dengan perlakuan tempo musik cepat. Namun, pengaruh tempo musik terhadap perilaku pembelian dapat diketahui setelah uji MANOVA dilakukan.

Uji validitas dan Reliabilitas digunakan pada penelitian dengan jenis data primer untuk menguji alat ukur (kuesioner) valid dan kestabilan jawaban kuesioner pengambilan data. Hasil uji menunjukkan bahwa data hasil kuesioner pada semua pertanyaan valid, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai alpha yang digunakan adalah sebesar 5%. Hasil uji reliabilitas dari variabel jenis tempo cepat lambat secara berurutan

adalah 0.837 dan 0.677, dimana data tersebut menunjukkan bahwa nilai reliabilitas yang didapatkan > 0.6 sehingga dapat disimpulkan data reliabel.

5.1.2 Uji MANOVA.

Uji MANOVA dilakukan untuk melihat apakah terdapat perbedaan signifikan antara kedua perlakuan tempo musik cepat dan lambat terhadap perilaku pembelian konsumen. Uji MANOVA dapat dilakukan setelah uji asumsi telah dilakukan sebelumnya yaitu uji normalitas multivariat dan uji homogenitas. Berdasarkan uji asumsi yang telah dilakukan diketahui bahwa uji asumsi telah dipenuhi, sehingga uji MANOVA dapat dilakukan. Berikut hasil uji yang telah dilakukan menggunakan bantuan software SPSS.

Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 pada kedua variabel dependen. Pada variabel tempo musik cepat nilai sig Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa perlakuan tempo musik cepat dan lambat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Slamet, 2002) dimana terdapat berbagai variabel yang mempengaruhi pembelian konsumen, di antaranya adalah lokasi toko, harga produk, pengaturan ruang dan aspek-aspek lain dapat menentukan keputusan pembelian konsumen. Bersebrangan dengan penelitian ini pengaruh positif yang signifikan diperoleh dari tempo musik lambat terhadap perilaku pembelian konsumen kedai kopi. Hal ini juga ditemukan pada penelitian oleh (S. Wahyuni & Raharjo, 2019a) dimana pada penelitian tersebut atmosfer toko yang tepat dapat memunculkan keinginan untuk membeli barang tanpa direncana sebelumnya.

Berdasarkan data yang diperoleh, menunjukkan bahwa responden dengan perlakuan tempo musik lambat memiliki rata-rata pembelanjaan uang dan penambahan menu yang lebih tinggi dibandingkan responden tempo musik cepat. Walaupun menurut uji MANOVA diketahui perbedaan rata-rata tersebut masih belum signifikan. Pembelanjaan yang lebih banyak berbanding lurus dengan lama waktu responden menghabiskan waktunya di kedai kopi. Selain itu juga mayoritas responden (27 orang) melakukan kegiatan belajar atau mengerjakan tugas di dalam kedai kopi dan berdasarkan wawancara yang dilakukan, responden dengan kegiatan ini menyukai suasana kedai yang kondusif dengan alunan musik yang tenang dan hanya 1 orang responden dengan tujuan bersosialisasi yang melakukan penambahan menu. Sehingga dapat diketahui tempo musik lambat lebih cocok dimainkan di Kedai Kopi Umpama

walaupun belum mempengaruhi perilaku pembelian konsumen secara signifikan. Hal ini diduga karena mayoritas responden mengerjakan tugas atau belajar dibandingkan bersosial, dimana konsumen dengan kebutuhan belajar lebih membutuhkan suasana musik tenang untuk berfikir.

Karakteristik responden selanjutnya berkaitan dengan persepsi atas variabel-variabel tertentu dan tujuan penelitian. Hasil rekapitulasi data karakteristik responden berdasarkan persepsinya terhadap musik menyatakan bahwa seluruh responden sebanyak 32 orang suka mendengarkan musik, genre yang paling disukai adalah pop dengan 23 orang. Mayoritas responden dalam rata-rata waktu mendengarkan musik sehari adalah 60 menit dengan total 10 orang, disusul 30 dan 120 menit dengan 7 orang responden. Dalam jenis media yang responden gemari untuk mendengarkan musik adalah loudspeaker dan earphone dengan jumlah responden sama rata masing-masing 16 orang. Mayoritas kegiatan yang biasanya dilakukan responden sambil mendengarkan musik adalah belajar/mengerjakan tugas sebanyak 28 orang, diikuti bersih-bersih sebanyak 22 orang dan mayoritas sebanyak 29 orang merasa senang dalam mendengarkan musik. Rata-rata responden lebih menyukai jenis musik bervokal dibandingkan instrument, yaitu terdapat 28 orang. Diketahui juga mayoritas responden sebanyak masing-masing 11 orang datang mengunjungi kedai kopi 1 dan 2 kali dalam seminggu, dan beberapa diantaranya datang 3 sampai 7 kali dalam seminggu.

Selain berkaitan dengan persepsi responden tentang musik, terdapat juga pertanyaan mengenai persepsi responden terhadap suasana dan kegiatan yang dilakukan responden di kedai kopi Umpama. Terdapat 12 orang responden yang berencana menghabiskan waktu selama 3 jam untuk beraktivitas di umpama, 6 responden berencana selama masing-masing 2 dan 5 jam. Mayoritas tujuan kedatangan ke kedai kopi adalah untuk belajar atau mengerjakan tugas dengan jumlah 27 orang responden. Karakteristik persepsi responden terhadap volume musik di kedai kopi terdapat 18 orang merasa volume telah sesuai, 10 orang terlalu besar, dan 4 sisanya merasa terlalu kecil. Perbedaan waktu kedatangan mengakibatkan adanya perbedaan persepsi terhadap musik yang diputarkan. Berdasarkan jumlah menu yang dipesan di awal, 20 orang memesan 1 porsi dan 12 orang sisanya memesan 2 porsi sekaligus. Mayoritas responden yaitu 22 orang mengeluarkan uang sebesar 20.000 – 50.000 rupiah di awal kedatangan, 8 orang mengeluarkan 51.000 - 100.000 rupiah, dan 2 orang sisanya mengeluarkan uang 101.000 – 200.000 rupiah. Kemudian untuk memenuhi kebutuhan penelitian, maka

diperoleh 16 orang responden saat musik yang dimainkan di dalam kedai ber tempo cepat dan 16 orang bertempo lambat.

Berdasarkan hasil rekapitulasi karakteristik responden, diketahui bahwa musik membawa pengaruh positif terhadap persepsi dan suasana seseorang dalam menjalani kegiatan. Hal ini diketahui berdasarkan data bahwa seluruh responden menyukai musik dengan mayoritas genre yang paling disukai adalah pop dan jenis musik vokal. Karakteristik responden tersebut mempengaruhi persepsi mereka terhadap suasana yang disajikan kedai kopi. Diketahui mayoritas responden yaitu 16 dari 16 atau seluruh orang responden musik bertempo cepat menjawab familiar dengan musik yang dimainkan, sedangkan pada musik bertempo lambat hanya 2 dari 16 orang yang merasa tidak familiar dengan musik yang dimainkan. Namun pada pertanyaan mengenai volume musik, masih terdapat 12,5% orang yang merasa bahwa volume musik pada kedai kopi terlalu kecil, 56,25% orang merasa sudah sesuai dan 31,25% orang merasa terlalu besar.

5.2 Analisis Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konsumen dari kedai Kopi Umpama, Ngemplak, Sleman, Yogyakarta, cenderung lebih menyukai suara latar musik yang terdiri dari lagu-lagu pop dengan jenis musik vokal, familiar, dan volume musik yang sesuai, hal ini sejalan dengan pernyataan Duncan Herrington, (1996) bahwa akibat dari modus approach yang dialami konsumen, mereka akan membeli lebih banyak barang jika mereka mendengar musik yang mereka sukai. Hasil wawancara dengan beberapa konsumen menunjukkan bahwa musik yang diputar di dalam kedai kopi sudah familiar atau terkenal bagi mereka. Kemudian konsumen menyatakan preferensi mereka terhadap jenis musik tempo lambat untuk kegiatan belajar atau mengerjakan tugas. Selain itu berdasarkan hasil penelitian empiris yang dilakukan Suhaeni, et al., (2020) diketahui bahwa latar belakang musik dengan tempo cepat atau lambat dan volume pelan atau keras terbukti secara signifikan dapat mempengaruhi *arousal-calm* atau keadaan psikologis yang tenang dan bersemangat (*excited*). Musik yang tepat pada individu yang tepat menurut Nararya & Bramantyo, (2024) dapat mempengaruhi konsentrasi seseorang saat belajar secara positif.

Persaingan bisnis yang terus berkembang dan kompetitif memerlukan berbagai upaya kreatif berkelanjutan yang perlu dilakukan. Selain kualitas produk yang diperoleh, pengalaman konsumen yang memuaskan juga harus terus terpenuhi, salah

satunya melalui kreasi atmosfer atau lingkungan kedai kopi. Walaupun tempo musik memiliki tingkat signifikansi yang tidak terlalu berpengaruh terhadap pembelian, namun ditinjau dari rata-rata pembelian dan penambahan menu menunjukkan tren yang positif. Sehingga rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian kepada Kedai Kopi Umpama untuk mengoptimalkan output adalah melalui menggunakan musik sebagai latar suasana sesuai dengan preferensi konsumen yaitu genre pop dengan jenis musik vokal. Pihak manajemen juga dapat lebih menentukan pemilihan tempo lagu tertentu sesuai waktu kegiatan konsumen. Apabila terdapat banyak konsumen yang mengerjakan tugas atau belajar maka dapat diputarkan lagu bertempo lambat atau sesuai dari preferensi konsumen. Selain itu, pihak manajemen kedai kopi Umpama perlu mempertimbangkan lagu-lagu yang sedang tren dan familiar bagi konsumen, karena hal ini dapat memengaruhi suasana hati mereka saat beraktivitas. Penggunaan platform playlist seperti *spotify* atau *youtube* musik sesuai *mood* atau kegiatan tertentu juga dapat dilakukan untuk mempermudah pemilihan lagu. Pemilihan volume musik juga perlu untuk diperhatikan agar konsumen merasa nyaman saat berkegiatan dengan lagu apapun yang dimainkan sebagai latar. Pemberian jenis musik juga dapat menyesuaikan kondisi demografi responden. Dimana dalam penelitian ini diketahui bahwa mayoritas perempuan lebih memilih genre musik pop, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak memiliki pilihan genre. Sehingga tempo musik pop dapat menjangkau dari segi demografi secara general.

Selain dari segi latar suasana yang terbentuk dari musik, menurut Apriyani & Sunarti, (2017) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, variabel daya tanggap karyawan dalam memproses pesanan dan melayani yang menjadi kebutuhan konsumen menjadi variabel yang paling berpengaruh dalam kepuasan pelanggan kedai kopi. Kemudian, Saefudin, et al., (2020) dalam jurnalnya menyatakan bahwa preferensi konsumen perlu diperhatikan dalam menentukan fasilitas, suasana, dan harga yang sesuai. Selain itu kebersihan menjadi hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kedai kopi. Sehingga variabel-variabel tersebut harus terus terjaga untuk memenuhi keinginan konsumen yang semakin berkembang agar kepuasan konsumen dapat ditingkatkan.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil analisis permasalahan:

1. Melalui MANOVA diperoleh kesimpulan bahwa belum terdapat pengaruh positif yang signifikan dari dimainkannya tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen kedai kopi dari jumlah uang yang dibelanjakan dan jumlah menu yang dipesan. Hal ini dikarenakan jarak rata-rata value variabel dependen tidak terlalu jauh, dimana rata-rata penambahan menu responden dengan perlakuan tempo musik lambat adalah 0,94 sedangkan tempo musik cepat adalah 0,63 dan pada uang yang dibelanjakan responden tempo cepat rata-rata menghabiskan Rp37.500,00 sedangkan tempo lambat Rp. 39.092,00. Pengaruh karakteristik perilaku pembelian dapat ditentukan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Seperti lokasi pasar, harga produk, pengaturan ruang dan lain sebagainya.
2. Rekomendasi yang diberikan kepada manajemen Kedai Kopi Umpama adalah menggunakan musik sebagai latar suasana sesuai dengan preferensi konsumen yaitu bergenre pop dengan jenis musik vokal. Manajemen juga dapat menggunakan playlist lagu yang familiar dan memanfaatkan playlist *spotify*, *joox*, dan *Youtube Musik*. Kemudian pemilihan tempo musik juga dapat disesuaikan menggunakan jenis musik dengan tempo yang sesuai mengikuti kebutuhan konsumen. Selain itu, aspek-aspek lain seperti pemahaman preferensi konsumen, kebersihan, fasilitas, suasana, dan kualitas pelayanan yang baik harus terus ditingkatkan mengikuti kebutuhan konsumen masa kini yang semakin kompleks.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan kedai kopi dalam memilih lagu-lagu dengan jenis tempo musik yang diminati oleh konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian dan kenyamanan konsumen. Selain itu juga, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai ergonomi kognitif khususnya terkait pengaruh jenis tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen mengingat masih terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian selain dari jenis tempo musik tersebut. Penelitian lebih detail mengenai pengaruh genre, volume, dan lingkungan fisik kedai kopi seperti suhu dan lain sebagainya dapat dilakukan untuk mengetahui preferensi kenyamanan terbaik konsumen kedai kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Andaryani, E. T. (2019). Pengaruh Musik dalam Meningkatkan Mood Booster Mahasiswa (The Effects of Music in Improving Student's Mood Booster). *Musikolastika Jurnal Pertunjukkan & Pendidikan Musik*, 1(2), 109–115.
- Andersson, P. K., Kristensson, P., Wästlund, E., & Gustafsson, A. (2012). Let the music play or not: The influence of background music on consumer behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(6), 553–560. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.06.010>
- Andis, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25–31. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.345>
- Andis, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019b). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25–31. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.345>
- Apriyani, d, A., & sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51(2), 1–7.
- Ashari, V., & Christian, S. (2020). Perbandingan Keputusan Pembelian Di Cv. Sinar Makmur Dan Ud. Sea Mart Dalam Hal Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Bangunan Fisik. *Performa*, 5(1), 79–88. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1305>
- Bandwal, L. (2022). *Impact of In-Store Music On Customers, Owners, And Employees*. 1–15. <https://doi.org/10.33422/4th.icmrss.2021.07.800>

- Barata, M. L., & Coelho, P. S. (2021). Music streaming services: understanding the drivers of customer purchase and intention to recommend. *Heliyon*, 7(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07783>
- Christ Billy Aryanto & Rhesa Megananda. (2019). PENGARUH MUSIK DENGAN TEMPO CEPAT & LAMBAT TERHADAP ATENSI MAHASISWA. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 8(5), 55.
- Duncan Herrington, J. (1996). Effects of music in service environments: A field study. *Journal of Services Marketing*, 10(2), 26–41. <https://doi.org/10.1108/08876049610114249>
- Ginting, E., & Syahputri, K. (2018). Desain Eksperimen Ekstraksi Dna Bawang Putih. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 18(1), 44–49. <https://doi.org/10.32734/jsti.v18i1.343>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Hutabarat, Y. (2017). *DASAR DASAR PENGETAHUAN ERGONOMI*. Media Nusa Creative.
- Indriartiningtias, R., & Hartono, B. (2019). *Creativity of small firms in creative industry: Initial evidence from Indonesia*. 11, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1847979019849135>
- Johnson, R. A., & Wichern, D. W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*.: Pearson Prentice Hall. In *Pearson Prentice Hall*.
- Karageorghis, C. I., Kuan, G., Mouchlianitis, E., Payre, W., Howard, L. W., Reed, N., & Parkes, A. M. (2022). Interactive effects of task load and music tempo on psychological, psychophysiological, and behavioural outcomes during simulated driving. *Ergonomics*, 65(7), 915–932. <https://doi.org/10.1080/00140139.2021.2003872>
- Kaunang, S. S. ; M., & Sunarmi, S. (2020a). *Pengaruh musik terhadap kesenangan tulung kerja pada acara pesta pernikahan di desa sion, kecamatan tompaso baru, kabupaten minahasa selatan*. 2366–2374.
- Kaunang, S. S. ; M., & Sunarmi, S. (2020b). *Pengaruh musik terhadap kesenangan tulung kerja pada acara pesta pernikahan di desa sion, kecamatan tompaso baru, kabupaten minahasa selatan*. 2366–2374.

- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mathiesen, S. L., Mielby, L. A., Byrne, D. V., & Wang, Q. J. (2020). Music to eat by: A systematic investigation of the relative importance of tempo and articulation on eating time. *Appetite*, 155(March), 104801. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104801>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Nararya, S., & Bramantyo, T. (2024a). *Musik Meningkatkan Konsentrasi Belajar Siswa Kelompok Peminatan MIPA*. 18(1), 93–99.
- Nararya, S., & Bramantyo, T. (2024b). *Musik Meningkatkan Konsentrasi Belajar Siswa Kelompok Peminatan MIPA*. 18(1), 93–99.
- Nasution, M. (2019). Ambang Batas Kebisingan Lingkungan Kerja Agar Tetap Sehat Dan Semangat Dalam Bekerja. *Buletin Utama Teknik*, 15(1), 87–90.
- Natalia, Y., Singgih, S. S., Perhotelan, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2021a). *ANALISIS PENGARUH MUSICSCAPE TERHADAP EMOTIONAL STATES DAN PERILAKU KONSUMEN RESTORAN HACIENDA MEXICAN BAR & GRILL DISURABAYA*.
- Natalia, Y., Singgih, S. S., Perhotelan, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2021b). *ANALISIS PENGARUH MUSICSCAPE TERHADAP EMOTIONAL STATES DAN PERILAKU KONSUMEN RESTORAN HACIENDA MEXICAN BAR & GRILL DISURABAYA*.
- Patania, V. M., Padulo, J., Iuliano, E., Ardigò, L. P., Čular, D., Miletić, A., & De Giorgio, A. (2020). The Psychophysiological Effects of Different Tempo Music on Endurance Versus High-Intensity Performances. *Frontiers in Psychology*, 11(February), 1–7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00074>
- Purnomo, Sutadji, E., Utomo, W., Purnawirawan, O., Farich, R., A.S., S., M., R. F., Carina, A., & R., N. G. (2022). *Analisis Data Multivariat*.
- Pursitasari, I. D., Harianto, B., Wulan, S. S., Hermanto, D., & Ardianto, D. (2024). *Multivariat Analysis Of Variance (MANOVA) Di Bidang Kesehatan Dan*

- Pendidikan MIPA. *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang*, 15(1), 117–126.
<https://doi.org/10.37304/jikt.v15i1.307>
- Rencher, A. C. (2002). *Methods of Multivariate Analysis*.
- Rodgers, W., Yeung, F., Odindo, C., & Degbey, W. Y. (2021a). Artificial intelligence-driven music biometrics influencing customers' retail buying behavior. *Journal of Business Research*, 126(March 2020), 401–414.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.039>
- Rodgers, W., Yeung, F., Odindo, C., & Degbey, W. Y. (2021b). Artificial intelligence-driven music biometrics influencing customers' retail buying behavior. *Journal of Business Research*, 126(March 2020), 401–414.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.039>
- Saefudin, B. R., Deaniera, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi. *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39–46.
- Setiawardani, M. (2019). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1613>
- Slamet, A. (2002). *PENGARUH SIKAP KONSUMEN MENGENAI STRATEGI PEMASARAN PASAR SWALAYAN TERHADAP POLA PERILAKU PEMBELIAN*. 11(2).
- Sudrajat, N. M. (2017). *Penerapan Desain Eksperimen Dan Failure Mode Effect Analysis Terhadap Simplifikasi Persiapan Proses Sampling Di Perusahaan Farmasi*.
- Suhaeni, T., Raharso, S., & Putri, S. (2020a). *Musik Dalam-Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket*. 8, 47–51.
- Suhaeni, T., Raharso, S., & Putri, S. (2020b). *Musik Dalam-Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket*. 8, 47–51.
- Sutrisno, S., & Wulandari, D. (2018). Multivariate Analysis of Variance (MANOVA) untuk Memperkaya Hasil Penelitian Pendidikan. *AKSIOMA : Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.26877/aks.v9i1.2472>
- Tercan, N. (2020). *AL-FARABI ' S PHILOSOPHY OF MUSIC*. April.

- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193–211. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7)
- Wahyuni, F., Rahmayanti, R., Yazia, V., & Info, A. (2022a). *PENGARUH PROGRAM TERAPI MUSIK RUMAHAN PADA ORANG TUA DAN*. 5(1), 1–13.
- Wahyuni, F., Rahmayanti, R., Yazia, V., & Info, A. (2022b). *PENGARUH PROGRAM TERAPI MUSIK RUMAHAN PADA ORANG TUA DAN*. 5(1), 1–13.
- Wahyuni, S., & Raharjo, S. (2019a). Pengaruh Store Image Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Dafinna Swalayan Di Tenggaraong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 19(1), 53–62. <https://doi.org/10.53640/jemi.v19i1.604>
- Wahyuni, S., & Raharjo, S. (2019b). Pengaruh Store Image Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Dafinna Swalayan Di Tenggaraong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 19(1), 53–62. <https://doi.org/10.53640/jemi.v19i1.604>
- Yahya, A., Rahmania, R., & Tadjuddin, N. F. (2022). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Motivasi Berprestasi Dan Prestasi Belajar Matematika Siswa. *Nabla Dewantara : J.Pendidik.Matematika*, 7(2), 98–105. <https://doi.org/10.51517/nabla.v7i2.101>

LAMPIRAN

A-Dokumentasi Responden



B-Dokumentasi Kedai Kopi Umpama Coffee



C-Dokumentasi Kuesioner Ergonomi Kognitif

11:12 PM

Kuesioner Eksperimen Ergonomi Kognitif "Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap karakteristik Konsumen (Studi Kasus: Umpama Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta)"

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan,
Nama/NIM : Ade Irawan Said / 20522104
Jurusan/Fakultas : Teknik Industri /
Fakultas Teknologi Industri (FTI)
Universitas Islam Indonesia

11:12 PM

docs.google.com

Coffee Ngemplak, Sleman, Yogyakarta)"

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan,
Nama/NIM : Ade Irawan Said / 20522104
Jurusan/Fakultas : Teknik Industri /
Fakultas Teknologi Industri (FTI)
Universitas Islam Indonesia

Berikut ini merupakan kuesioner yang saya rancang sebagai salah satu alat pengambilan data dalam rangka memenuhi Tugas Akhir saya sebagai mahasiswa sarjana teknik industri. Kuesioner ini diisi melalui berbagai tahapan (section) sebagai berikut:

- Section : Introduction & Pra Eksperimen (Diisi sebelum beraktivitas dalam coffeshop)
- Section : Treatment A/B dan Post Eksperimen (Diisi pada saat selesai beraktivitas/pulang dari coffeshop)

Terima kasih banyak atas kontribusi Bapak/Ibu/Saudara untuk ikut serta dalam penelitian ini, Selamat beraktivitas !

11:12 PM

Nama *

Your answer

Usia *

Your answer

Jenis Kelamin *

Laki-laki

Perempuan

Pekerjaan *

Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

Karyawan/Pegawai

11:12 PM

docs.google.com

Introduction

Bagian ini bertujuan untuk lebih mengenali karakteristik responden

1. Suka mendengarkan musik ? *

Ya

Tidak

2. Jenis genre musik yang disukai ? *

Pop

Rock

Klasik

Dangdut

Jazz

EDM

11:12 PM

3. Perkiraan lama mendengarkan musik dalam satu hari ? *

*dalam satuan menit

10

30

60

120

180

240

4. Media mendengarkan musik ? *

Loud Speaker

Headset/Earphone/TWS

5. Apakah volume mempengaruhi kenyamanan dan mood? *

Ya

Tidak

11:13 PM

6. Jenis musik yang disukai berdasarkan sumbernya ? *

Vokal (Musik berasal dari suara manusia)

Instrumen non-vokal (Musik berasal dari alat musik saja)

7. Perasaan yang dirasakan saat mendengarkan musik tersebut ? *

Senang

Biasa saja

Tidak senang

8. Kegiatan yang disambi dengan musik ? *

Belajar atau Mengerjakan Tugas

Bersih-bersih (menyapu, mencuci baju/piringdll)

Masak

Olahraga

11:13 PM

Pra - Eksperimen

1. Frekuensi datang ke coffeshop/minggu ? *
ISI DENGAN ANGKA ; contoh : 1
Your answer

2. Berapa lama rencana waktu (dalam jam) yang Anda habiskan untuk beraktivitas didalam coffeshop ?
satuin dalam jam dan ISI DENGAN ANGKA ; contoh : 1
Your answer

3. Tujuan datang ke coffeshop (aktivitas yang dilakukan) ? *
 Mengerjakan tugas / Belajar
 Merasa Lapar atau Kebutuhan konsumsi

4. Bagaimana volume musik pada coffeshop ? *
 Volume terlalu kecil
 Volume sesuai
 Volume terlalu besar

5. Jumlah menu yang dipesan di awal kedatangan ? *
 1
 2
 3
 4
 5
 6
 7

6. Jumlah uang yang rencana akan digunakan ? *
 151.000 - 200.000
 > 200.000

7. Membawa uang cadangan ?
Uang cadangan: Cash diluar alokasi awal, E-Money, E-Banking
 Ya
 Tidak

8. Jenis TEMPO MUSIK yang didengarkan di Coffeshop?
 tempo CEPAT
 tempo LAMBAT

Back Next Clear form

Never submit passwords through Google Forms.
This form was created inside of education. [Report Abuse](#)

Google Forms

11:13 PM

docs.google.com

Treatment A : Jenis Tempo Musik Cepat

Jenis tempo cepat merupakan musik dengan tempo yang memiliki yaitu beat per minute (BPM) yang tinggi yaitu 109-200bpm.

1. Musik yang diputar didalam ruangan familiar bagi saya *
 Ya
 Tidak

2. Mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat **memberikan suasana santai** saat beraktivitas di dalam coffeshop. *
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Biasa
4 = Setuju

11:14 PM

docs.google.com

Treatment B : Jenis Tempo Musik Lambat

Jenis tempo lambat merupakan musik dengan tempo yang memiliki yaitu beat per minute (BPM) yang rendah, yaitu 60-108bpm.

1. Musik yang diputar didalam ruangan familiar bagi saya *
 Ya
 Tidak

2. Mendengarkan musik dengan jenis tempo lambat **memberikan suasana santai** saat beraktivitas di dalam coffeshop. *
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Biasa
4 = Setuju

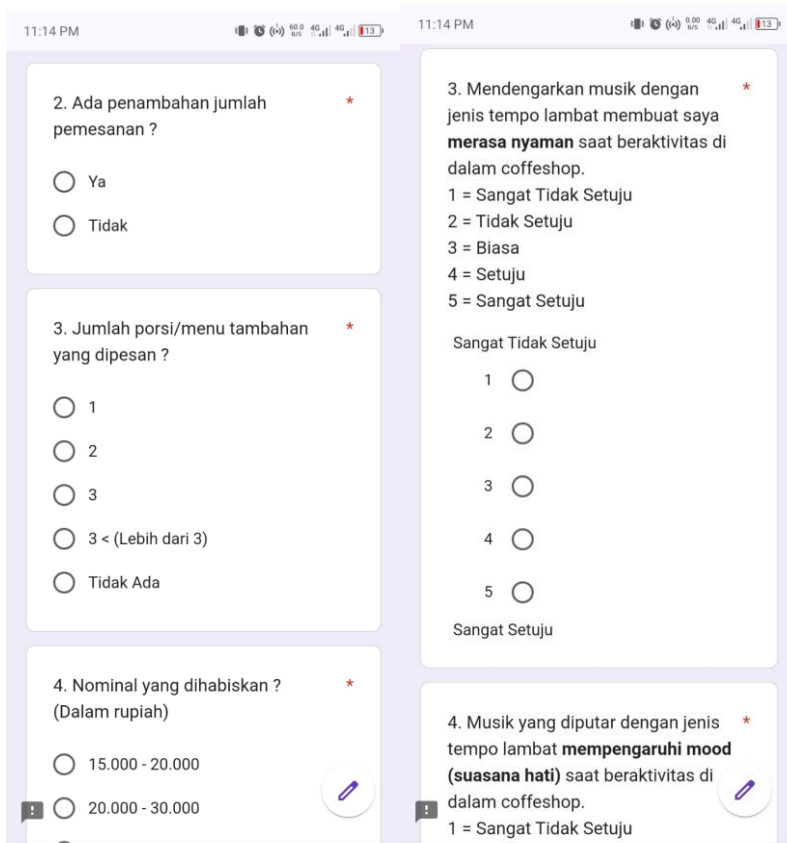
11:14 PM

docs.google.com

FINAL SECTION - POST EKSPERIMEN

Silahkan mulai isi sesi pertanyaan berikut jika anda sudah SELESAI beraktivitas.

1. Jumlah menu yang telah dipesan ? *
*satuin per porsi (isi dengan angka)
 1
 2
 3
 4
 5
 6
 7
 8



D-Dokumentasi Rekap Data Ergonomi Kognitif

No	Uraian	Jenis Kelamin	Pekerjaan	No. Handphone (W.v)	Suka mendengar	Jenis genre musik	Perkiraan lama	Media mendengar	Apakah volume	Jenis musik yang	Pesaaan yang	Kegiatan yang disambi dengan musik	Frekuensi datar
1	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06118051940	Ya	R&B	120 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
2	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	06222188291	Ya	Pop	30 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Melakukan Hob (Sela				
3	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	06223074475	Ya	EDM	120 Loud Speaker	Ya	Intumen non-vokal (B) Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
4	20 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06965911565	Ya	Pop	60 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
5	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	06572751594	Ya	Dangdut	180 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
6	22 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	065870821670	Ya	Pop	60 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
7	22 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	067861541404	Ya	Pop	30 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
8	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	065642751120	Ya	Rock	240 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
9	22 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	061122541352	Ya	Jazz	60 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
10	20 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06121319536	Ya	Pop	30 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
11	22 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	062324821870	Ya	Pop	60 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
12	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	062210557805	Ya	R&B	240 Headset/Earphone/TV	Ya	Intumen non-vokal (B) Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
13	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	061132789283	Ya	Pop	240 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal B) Biasa saja	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
14	22 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06536684103	Ya	Pop	30 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
15	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	062158918022	Ya	Pop	120 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
16	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	062134613807	Ya	Pop	30 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Biasa saja	Bersih-bersih (meny), mencuci baju(pinggit), Masak				
17	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06117317000	Ya	Pop	240 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
18	22 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	061132891120	Ya	Pop	60 Headset/Earphone/TV	Ya	Intumen non-vokal (B) Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
19	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	065261407947	Ya	Pop	60 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
20	21 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	0611260091731	Ya	Pop	120 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
21	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	062324821870	Ya	Pop	120 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
22	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	061240155822	Ya	Pop	60 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
23	21 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	061280739533	Ya	Pop	30 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Biasa saja	Bersih-bersih (meny), mencuci baju(pinggit), Melak				
24	22 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	06129447478	Ya	Klasik	180 Headset/Earphone/TV	Ya	Intumen non-vokal (B) Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
25	19 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	065365418016	Ya	Pop	10 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
26	23 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	061134802858	Ya	Pop	60 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
27	22 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	065975438865	Ya	Dangdut	30 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
28	20 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	061258263630	Ya	Pop	60 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Melakukan Hob (Sela				
29	20 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06124709404	Ya	R&B	120 Headset/Earphone/TV	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
30	20 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	06515585291	Ya	Pop	180 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
31	22 Laki-laki	Palgar/Mahasiswa	-	Ya	Pop	120 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Senang	Belajar atau Mengjakan Tugas, Bersih-bersih (meny)				
32	22 Perempuan	Palgar/Mahasiswa	-	Ya	Pop	60 Loud Speaker	Ya	Vokal (Musik berasal Biasa saja	Bersih-bersih (meny), mencuci baju(pinggit), Masak				

No	Tujuan datang ke coffeshop (aktivitas yang dilakukan)	Bagaimana volu	Jumlah menu yang	Membawa uang	Jenis TEMPO M	Musik yang dipi	Mendengarkan	Mendengarkan	Musik yang dipi	Lingkungan yang	Musik dengan
3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu kecil	1 200.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	3	4	5	5	3
4	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 101.000 - 150.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	4	4	3	3	3
5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1 51.000 - 100.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	5	5	5	5	5
6	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	3	3	4	4	2
7	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Tidak	tempo CEPAT	Ya	2	3	4	4	1
8	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	5	5	5	5	5
9	Ber sosialisasi dengan teman	Volume terlalu besar	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	3	3	3	3	2
10	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 51.000 - 100.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	4	3	2
11	Ber sosialisasi dengan teman	Volume terlalu kecil	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	5	5	5	5	5
12	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 151.000 - 200.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	5	5	5	5	5
13	Ber sosialisasi dengan teman	Volume terlalu besar	2 51.000 - 100.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	3	3	3	3	2
14	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	2	2	4	3	2
15	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	4	3	5	3	3
16	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
17	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
18	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
19	Ber sosialisasi dengan teman	Volume sesuai	1 51.000 - 100.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	1	4	5	2	1
20	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	3	3	3	3	2
21	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	2	2	4	2	2
22	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
23	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
24	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu kecil	1 20.000 - 50.000	Tidak	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
25	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
26	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	2	2	2	2	2
27	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT	Ya	2	2	2	2	2
28	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	4	4	4	4	4
29	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Tidak	tempo CEPAT	Ya	5	4	4	4	4
30	Ber sosialisasi dengan teman	Volume sesuai	1 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	4	5	5	3	3
31	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	4	5	5	3	3
32	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2 20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT	Ya	3	2	2	2	1

Rekapitulasi Data Berdasarkan Persepsi dan Preverensi Responden

Nama Responden	Suka mendengarkan musik?	Genre Kegemaran	Rata-Rata Durasi Harian Mendengarkan Musik	Media mendengarkan musik	Volume mempengaruhi kenyamanan dan mood?	Sumber Audio Musik yang Digemari	Perasaan saat mendengarkan musik	Frekuensi datang ke coffeshop per minggu
Responden 1	Ya	R&B	120	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	3
Responden 2	Ya	Pop	30	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	3
Responden 3	Ya	EDM	120	Loudspeaker	Ya	non-vokal	Senang	3
Responden 4	Ya	Pop	60	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	2
Responden 5	Ya	Dangdut	180	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	4
Responden 6	Ya	Pop	30	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Senang	2
Responden 7	Ya	R&B	240	Headset/Earphone/TWS	Ya	non-vokal	Senang	5
Responden 8	Ya	Pop	30	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	1
Responden 9	Ya	Pop	120	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Senang	1
Responden 10	Ya	Pop	30	Loudspeaker	Ya	Vokal	Biasa saja	3
Responden 11	Ya	Pop	60	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	1
Responden 12	Ya	Pop	30	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Biasa saja	1
Responden 13	Ya	R&B	120	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Senang	1
Responden 14	Ya	Pop	180	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	2
Responden 15	Ya	Pop	120	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	2
Responden 16	Ya	Pop	60	Loudspeaker	Ya	Vokal	Biasa saja	2
Responden 17	Ya	Pop	60	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Senang	2
Responden 18	Ya	Rock	240	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Senang	2
Responden 19	Ya	Jazz	60	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	3
Responden 20	Ya	Pop	30	Loudspeaker	Ya	Vokal	Senang	1
Responden 21	Ya	Pop	60	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Senang	1
Responden 22	Ya	Pop	240	Headset/Earphone/TWS	Ya	Vokal	Biasa saja	7

Rekap Hasil Data Pra-Eksperimen

Responden	Lama Rencana Aktivitas	Tujuan/aktivitas dalam ke coffeshop	Volume Musik Dalam Coffeeshop	Jumlah menu yang dipesan di awal kedatangan	Jumlah Rencana Uang yang Dibelanjakan	Membawa uang cadangan?	Jenis Tempo Musik yang didengarkan di Umpama Coffee
1	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu kecil	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
2	4	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	101.000 - 150.000	Ya	tempo CEPAT
3	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1	51.000 - 100.000	Ya	tempo CEPAT
4	5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
5	5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Tidak	tempo CEPAT
6	2	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
7	3-6	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu kecil	2	151.000 - 200.000	Ya	tempo CEPAT
8	2	Bersosialisasi dengan teman	Volume terlalu besar	2	51.000 - 100.000	Ya	tempo CEPAT
9	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2	51.000 - 100.000	Ya	tempo CEPAT
10	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
11	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
12	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
13	5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Tidak	tempo CEPAT
14	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2	20.000 - 50.000	Tidak	tempo CEPAT
15	3	Bersosialisasi dengan teman	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
16	4	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2	20.000 - 50.000	Ya	tempo CEPAT
17	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	51.000 - 100.000	Ya	tempo LAMBAT
18	4	Bersosialisasi dengan teman	Volume terlalu besar	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
19	5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	2	51.000 - 100.000	Tidak	tempo LAMBAT
20	2	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	2	51.000 - 100.000	Ya	tempo LAMBAT
21	3	Bersosialisasi dengan teman	Volume terlalu kecil	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
22	3-6	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	51.000 - 100.000	Ya	tempo LAMBAT

Responden	Lama Rencana Aktivitas	Tujuan/aktivitas dalam ke coffeshop	Volume Musik Dalam Coffeeshop	Jumlah menu yang dipesan di awal kedatangan	Jumlah Rencana Uang yang Dibelanjakan	Membawa uang cadangan?	Jenis Tempo Musik yang didengarkan di Umpama Coffee
23	6	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
24	2	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	2	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
25	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
26	4	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	51.000 - 100.000	Ya	tempo LAMBAT
27	2-3	Bersosialisasi dengan teman	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
28	2	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume sesuai	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
29	3	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu kecil	1	20.000 - 50.000	Tidak	tempo LAMBAT
30	5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	2	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
31	4	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	2	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT
32	5	Mengerjakan tugas / Belajar	Volume terlalu besar	1	20.000 - 50.000	Ya	tempo LAMBAT