

BAB. IV.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Musik latar mempunyai korelasi positif terhadap perilaku konsumen di rumah makan Waroeng *Steak & Shake* Yogyakarta. Dengan adanya musik di dalam rumah makan tersebut konsumen merasa lebih nyaman, dan betah tinggal berlama-lama disana. Hal ini menunjukkan bahwa musik mampu mempengaruhi perilaku konsumen.
2. Musik latar dapat menimbulkan lingkungan dan suasana yang menyenangkan bagi konsumen, hal ini akan berpengaruh pula pada penilaian konsumen terhadap rumah makan tersebut. Kesenangan dan kenyamanan yang dirasakan konsumen, dapat mendorong dilakukannya kunjungan kembali.
3. Adanya perbedaan antara perilaku konsumen yang diperdengarkan musik pop dengan perilaku konsumen yang diperdengarkan musik klasik, menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara musik latar dengan perilaku konsumen, terutama di rumah makan Waroeng *Steak & Shake* Yogyakarta.

4. Konsumen cenderung memilih musik pop, karena lebih familiar jika dibandingkan dengan musik klasik. Jadi, faktor kebiasaan mendengarkan suatu jenis musik, dapat memengaruhi tingkat kesenangan seseorang terhadap musik tersebut.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Penggunaan musik latar di rumah makan Waroeng Steak & Shake lebih bervariasi lagi. Apabila musik yang diperdengarkan tidak bervariasi, konsumen cenderung lebih cepat merasa bosan. Jangan memperdengarkan musik keras dalam tempo cepat, ataupun musik yang lembut dalam tempo lambat secara terus menerus. Lebih baik ada variasi tempo dan irama dalam musik yang diperdengarkan.
2. Musik yang diperdengarkan disesuaikan dengan suasana dan waktu. Waktu siang, diperdengarkan musik yang bersemangat, dan tetap divariasikan dengan musik yang lembut. Namun, ketika malam hari musik lembut lebih sesuai, dikarenakan suasana malam hari lebih tenang jika dibandingkan dengan suasana siang hari. Beberapa konsumen berpendapat bahwa musik klasik sesuai diperdengarkan di rumah makan tersebut pada waktu malam hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (1999). *Membangun Masyarakat Madani, Menuju Indonesia Baru Milenium Ke-3*. Yogyakarta : Penerbit Aditya Media.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Apel, Wille. (1972). *Harvard Dictionary of Music*, second edition, revise and enlarged. Cambridge : The Belknap Press of Harvard University Press.
- Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and Psychobiology*. New York : Appleton Century – Crofts
- Budiarto, C. T. (2001). *Musik Modern dan Ideologi Pasar*. Yogyakarta : Tarawang Press.
- Bugin, B. (2001). *Imaji Media Massa, Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta : Penerbit Jendela.
- Campbell, D. (2002). *Efek Mozart*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Consuello G. Sevilla, et. al. (1993). *An Introduction to Research Methods*. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia (UI- Press).
- Dharmmesta, B. & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE
- Djohan. (2004). “Diktat Pengantar Mata Kuliah Sosiologi Musik” Yogyakarta : Jurusan Musik Fakultas Seni Pertunjukan
- _____ (2005). *Psikologi Musik*, edisi revisi, cetakan kedua. Yogyakarta : Buku Baik
- Guritno, F. D. (2006). “Studi tentang Musisi Hiburan dalam Industri Musik Populer di Hotel Santika Yogyakarta.” Tesis untuk Program Pascasarjana ISI Yogyakarta
- Hadi, S. (1991). *Metodologi Research Jilid 1*. Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- _____ (1991). *Metodologi Research Jilid 2*. Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.

Hargreaves, D. J. & North, A. C. (1997). *The Social Psychology of Music*. New York : Oxford University Press Inc.

http://www.sleepycreek.net/words_startingwith_B/backbiting_badmouth/backgroundmusic.html

James F. Engel, et al. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid I*, edisi keenam. Jakarta : PT Binarupa Aksara.

_____ (1994). *Perilaku Konsumen Jilid II*. Jakarta : PT Binarupa Aksara.

Khan, H. I. (2002). *Dimensi Mistik Musik dan Bunyi*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Sufi.

Merriam, A. P. (1964). *The Anthropology of Music*. Evanston, IL : Northwestern University Press.

Merrit, S. (2003). *Simfoni Otak*. Bandung : Penerbit Kaifa.

Ortiz, J. M. (2002). *Nurturing Your Child With Music*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Satyadharma, M. P. (2002). *Terapi Musik, Meningkatkan Potensi dan Mengarahkan Perilaku Positif*. Jakarta : Penerbit Milenia Populer.

Soleh, A. Z. (2005). *Ilmu Statistika, Pendekatan Teoritis dan Aplikatif Disertai Contoh Penggunaan SPSS*. Bandung : Penerbit Rekayasa Sains.

Sumaryo L.E. (1978). *Komponis, Pemain Musik, dan Publik*. Jakarta : PT Dunia Pustaka Jaya.

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Triyono Bramantyo (1958). *Apresiasi Musik* terjemahan dari Hugh M. Miller. New Mexico, USA : Barnes and Noble Inc.