

PENGARUH MUSIK TERHADAP SUASANA MAKAN KONSUMEN



TESIS
PENGKAJIAN SENI
untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister
dalam bidang Seni, Minat Utama Seni Musik

Jermias Hartes van Harling

NIM 1020475412

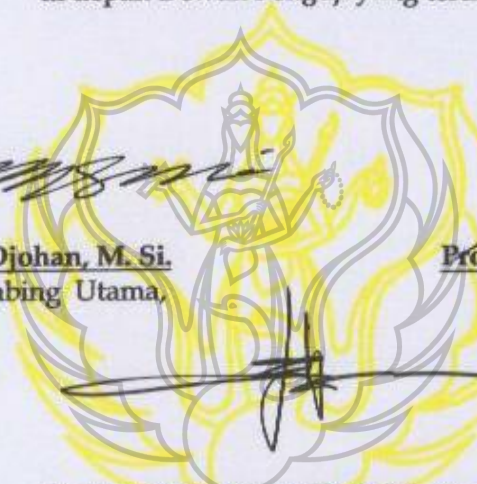
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012

TESIS
PENGKAJIAN SENI
**PENGARUH MUSIK TERHADAP SUASANA
MAKAN KONSUMEN**

Oleh

Jermias Hartes van Harling
NIM 1020475412

Telah dipertahankan pada tanggal 13 Juli, 2012
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari



Prof. Dr. Djohan, M. Si.
Pembimbing Utama,

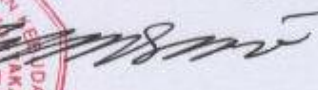
Prof. Dr. Victor Ganap, M. Ed.
Penguji Ahli,

Endang Mulyaningsih, S. IP., M. Hum.
Ketua

*Tesis ini telah diuji dan diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni*

Yogyakarta, **13 AUG 2012**

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

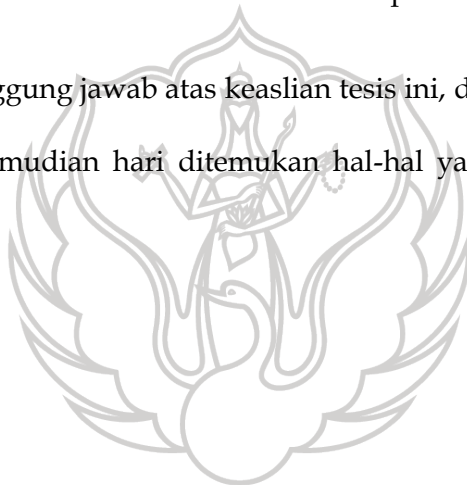


Prof. Dr. Djohan, M. Si.
NIP 196112171994031001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya tulis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi manapun.

Tesis ini merupakan hasil pengkajian/penelitian yang didukung berbagai referensi, dan sepengetahuan saya belum pernah ditulis dan dipublikasikan kecuali yang secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan

Saya bertanggung jawab atas keaslian tesis ini, dan saya bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 13 Juli 2012

Yang membuat pernyataan

Jermias Hartes van Harling
1020475412

THE INFLUENCE OF MUSIC TO CONSUMERS EATING ATMOSPHERE
Written Project Report
Postgraduate Program of Institute of the Arts Yogyakarta, 2012

By Jermias Hartes van Harling

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of music to comfort eating mood in response to positive emotions at restaurant. Comfort research is intended in an atmosphere of comfort eating consumers while listening to pop music Java and will be examined from the perspective of social psychology of music. The approach used in this research are experimental "Two Group Postests Only Randomized Experimental Design" by involving 60 subjects, 30 subjek control group and 30 subject group treatment.

Experimental results are calculated with statistical aspects of test t for tangibles, reliability, money spent, and behavior, show that a musical atmosphere there is a significant difference in eating comfort atmosphere control group and group treatment, higher comfort eating atmosphere of the treatment group atmosphere of comfort eating control group. The difference in comfort eating atmosphere research is influenced aspects reliability and the musical atmosphere.

Keywords: musical influences, Eating Atmosphere and comfort.

PENGARUH MUSIK TERHADAP SUASANA MAKAN KONSUMEN
Pertanggungjawaban Tertulis
Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2012

Oleh Jermias Hartes van Harling

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh musik terhadap kenyamanan suasana makan sebagai respons emosi positif di rumah makan. Kenyamanan yang dimaksudkan dalam penelitian adalah suasana kenyamanan makan konsumen saat mendengarkan musik pop Jawa dan akan dikaji dari perspektif psikologi sosial musik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksperimen "*Two Group Posttests Only Randomized Experimental Design*" dengan melibatkan 60 subjek, 30 subjek kelompok kontrol, 30 subjek kelompok perlakuan.

Hasil eksperimen yang dihitung dengan uji t statistika untuk aspek *tangibles*, *reliabilitas*, uang yang dibelanjakan, perilaku dan suasana musikal, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan suasana kenyamanan makan pada kelompok kontrol dan kelompok perlakuan, lebih tinggi suasana kenyamanan makan kelompok perlakuan dari suasana kenyamanan makan kelompok kontrol. Perbedaan kenyamanan suasana makan dalam penelitian ini dipengaruhi aspek realibilitas dan suasana musikal.

Kata Kunci : Pengaruh Musik, Suasana Makan dan Kenyamanan

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “ Pengaruh Musik Terhadap Suasana Makan Konsumen ” untuk memenuhi persyaratan akademik mencapai derajat magister dalam bidang Seni.

Penulis menyadari sungguh bahwa terselesainya tesis ini atas dukungan, dan kerjasama dari banyak pihak, untuk itu lewat pengantar ini perkenalkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Djohan, M. Si, sebagai pembimbing utama yang telah banyak membantu penulis lewat dukungan moril dan refrensi-refrensi buku serta banyak meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan saran dan krtitik-kritik yang membangun.
2. R. Souhaly, SH. MH, yang telah mengijinkan serta merekomendasikan penulis melanjutkan studi pada Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Kardi Laksono, S. Fi.l, M. Fil, & Anastasia V. Dwi Listyaningsih, S.Ip., M. Sc., M.IB, sebagai pemilik rumah makan Moro Lejar, yang telah mengijinkan peneliti untuk melakukan penelitian pada rumah makan setempat, terima kasih juga untuk saran, masukan yang telah diberikan.

4. Dr. Rina Martiara, M. Hum, sebagai penasehat akademik, yang telah banyak membantu penulis lewat konsultasi, maupun pengurusan-pengurusan akademik.
5. Prof. Dr. Victor Ganap, M. Ed, yang telah memberikan masukan saran bagi penulis.
6. Endang Mulyaningsih, S. IP., M. Hum, yang telah membantu penulis lewat tahapan proposal hingga tesis.
7. M. R. N Alfons, S. Sn, yang telah memberikan motivasi bagi penulis, membantu penulis dalam masa-masa perkuliahan lewat saran-saran dan kririk-kritik yang membangun.
8. Ibu M. Kakiay, M. Th, terima kasih untuk dukungan dan semangat yang telah diberikan.
9. Dr. A. Ch Kakiay, M. Si. yang telah memberikan motivasi bagi penulis dalam masa-masa studi.
10. J. N. Diaz, S. Th., M. Si & Vera H Latukolan, SE, M. Si. yang telah banyak membantu penulis secara moril maupun material
11. J. S. Talupun, M. Th & keluarga yang banyak memberikan motivasi, dukungan moril maupun material
12. H. J. Lesilolo M. Pd. beserta keluarga tercinta yang telah menyemangati penulis dalam masa-masa studi. Meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan saran dan refrensi buku

13. A. C .W Gaspersz, M. Sn yang telah banyak meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan saran yang membangun.
14. F. N. Patty, M. Th , Y. W. Tiwery, M. Si, Usi Udy Elly terima kasih untuk dukungan yang telah diberikan selama masa-sama perkuliahan.
15. Kedua orang tua papa Adri dan mama Johana yang dengan segala kekurangan dan kelebihan telah memberikan semangat bagi penulis .
bagi Om Rony bersama, Mama Ita, Baron yang juga memberikan suport materi maupun spirit.
16. Temana-teman pengkajian Musik Barat angkatan 2010, Ibu Probo, Ibu Linda, Mas Doni, Mba In, Alfian, Pa Stanis, Julianto, Guti, Puspita, Tri Indrahastuti dan Perdinan, terima kasih untuk kebersamaan selama ini terima kasih juga sumbangsi pikir yang membangun.
17. Akad Andy Herwandi, S.Kom. yang telah bersedia membantu dan menolong penulis untuk sumber informasi dan refrensi terbaru.
18. Popy Souhaly, S.Th. terima kasih untuk kebersamaannya memberikan semangat bagi penulis.
19. Bung Novi L yang telah menyemangati penulis dalam masa-masa studi
20. Keluarga besar, van Harling, de Fretes dan Alfons, yang telah memberikan semangat bagi penulis.
21. Keluarga besar Efrata Chior yang menyemangati penulis selamam masa studi.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang tidak sempat disebutkan namanya, terima kasih untuk dukungan dan sumbangsi pikir yang telah diberikan. Penulis menyadari sungguh bahwa tesis jauh dari kesempurnaan oleh sebab itu saran ataupun kritik dari para pembaca yang menuju kearah penyempurnaan sangat penulis harapkan.

Akhirnya besar harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat dan menjadi refrensi tambahan untuk melengkapi kajian-kajian musik dan psikologi.



Penulis

Yogyakarta 13 juli 2012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN ABSTRACT.....	iv
HALAMAN ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Hipotesis Penelitian.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
(1) Tujuan Penelitian.....	6
(2) Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka.....	9
B. Landasan Teori	
(1) Emosi dan Musik.....	14
(2) Perilaku Konsumen.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian.....	20
B. Variabel Penelitian.....	21
C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	22

D. Subjek Penelitian	
(1) Populasi.....	23
(2) Sampel.....	23
E. Rancangan Penelitian.....	24
F. Lokasi Penelitian.....	26
G. Prosedur Penelitian.....	26
H. Teknik Pengumpulan Data.....	28
I. Validitas dan Reliabilitas	
(1) Validitas.....	29
(2) Realibilitas.....	31
J. Teknik Analisis Data.....	32
 BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
(1) Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
(2) Temuan Eksperimen.....	35
B. Analisis	
(1) Uji t Tangibles.....	42
(2) Uji t Reliabilitas.....	44
(3) Uji t Perilaku.....	46
(4) Uji t Uang yang dibelanjakan.....	48
(5) Uji t Suasana Musikal.....	50
C. Pembahasan.....	52
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
 KEPUSTAKAAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Group Posttest Only Randomized Experimental Disain Eksperimen.....	25
Gambar 1.2	Perbandingan Perolehan Skor Aspek yang diukur.....	39
Gambar 1.3	Perbandingan Perolehan Skor Aspek yang diukur	40
Gambar 1.4	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Taraf Signifikan 5% untuk Aspek <i>Tangibles</i>	43
Gambar 1.5	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Taraf Signifikan 5% untuk Aspek Reliabilitas.....	45
Gambar 1.6	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Taraf Signifikan 5% untuk Aspek Perilaku.....	47
Gambar 1.7	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Taraf Signifikan 5% untuk Aspek UB.....	49
Gambar 1.8	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Taraf Signifikan 5% untuk Aspek Musikal.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Acuan Validasi Try Out Kuesioner.....	30
Tabel 1.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 1.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 1.4	Acuan Validitas Kuesioner Eksperimen.....	32
Tabel 2.1	Perolehan Skor Kelompok Kontrol <i>Try Out</i>	36
Tabel 2.2	Perolehan Skor Kelompok Perlakuan <i>Try Out</i>	36
Tabel 2.3	Perbandingan Mean KK & KP <i>Try Out</i>	36
Tabel 2.4	Hasil Pengukuran Kelompok Kontrol.....	39
Tabel 2.5	Hasil Pengukuran Kelompok Perlakuan.....	40
Tabel 3.1	Uji t <i>Tangibles</i>	42
Tabel 3.2	Uji t Reliabilitas.....	44
Tabel 3.3.	Uji t Perilaku.....	46
Tabel 3.4	Uji t Uang Belanja.....	48
Tabel 3.5	Uji t Suasana Musikal.....	50
Tabel 3.6	Perbandingan Mean, t hitung & t tabel.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Penjabaran Teori, Dimensi, Indikator Alat Ukur.....	63
Lampiran 2	Kuesioner <i>Try Out</i>	66
Lampiran 3	Kuesioner Eksperimen.....	73
Lampiran 4	Hasil Perolehan Skor Try Out Kelompok Kontrol.....	80
Lampiran 5	Hasil Perolehan Skor Try Out Kelompok Perlakuan.....	81
Lampiran 6	Hasil Uji Validasi Instrumen Tangibles & Reliabilitas.....	82
Lampiran 7	Hasil Uji Validasi Instrumen Perilaku & UB.....	83
Lampiran 8	Hasil Uji Validasi Instrumen Suasana Musikal.....	84
Lampiran 9	Perolehan Skor Kelompok Kontrol.....	85
Lampiran 10	Perolehan Skor Kelompok Perlakuan.....	86
Lampiran 11	Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	87
Lampiran 12	Hasil Perhitungan Uji Coba Aspek Tangibles.....	96
Lampiran 13	Hasil Perhitungan Uji Coba Aspek Reliabilitas.....	97
Lampiran 14	Hasil Perhitungan Uji Coba Aspek Perilaku.....	98
Lampiran 15	Hasil Perhitungan Uji Coba Aspek UB.....	99
Lampiran 16	Hasil Perhitungan Uji Coba Aspek Musikal.....	100
Lampiran 17	Dokumentasi Penelitian.....	104

BAB I PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Kebutuhan merupakan satu aspek psikologis manusia yang tidak dapat terabaikan, terdorong keinginan manusia akan melibatkan diri dan mampu beradaptasi dalam berbagai aktivitas ruang publik untuk memilih, menyeleksi serta mengambil suatu keputusan membeli dan menggunakan sebuah produk jasa guna pemenuhan kebutuhan hidup keseharian. Kebutuhan manusia sifatnya tidak terbatas karena dipengaruhi oleh banyak faktor misalnya kebudayaan, lingkungan, waktu, ruang dan agama. Masing-masing faktor akan memberikan pengaruh yang berbeda terhadap realisasi kebutuhan, namun yang pasti tujuan utama pemenuhan kebutuhan adalah manusia merasa aman dan terpuaskan.

Kebutuhan manusia sangat bervariasi seperti kebutuhan benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan jasmani maupun kepuasan rohani, secara hierarki kebutuhan manusia tersusun dari kebutuhan yang sangat mendesak hingga kebutuhan yang kurang mendesak dan keduanya bersifat melengkapi (Maslow), misalnya kebutuhan makan, minum, pakaian dan kebutuhan akan hiburan atau kenyamanan. (Morissan, 2010:90-91)

Satu di antara berbagai kebutuhan manusia yang selalu diperlukan untuk memperoleh kenyamanan adalah kebutuhan akan hiburan, meskipun kebutuhan ini bersifat pelengkap namun dianggap sangat penting. Kebutuhan akan kenyamanan

dapat diperoleh dengan mendengarkan musik, seperti yang dikatakan Merriam seorang antropolog dan etnomusikologi terkenal bahwa musik dapat berfungsi sebagai hiburan dan mendengarkan musik dapat menimbulkan kenyamanan. (Merriam, 1964:223)

Fungsi musik sebagai hiburan umumnya banyak ditemui dalam berbagai ruang publik atau situasi-situasi sosial misalnya musik digunakan dalam permainan-permainan, tari-tarian, untuk mengorganisasi kerja, dalam berbagai upacara adat dan ritual, untuk menandai saat-saat kelahiran, pernikahan, kematian, untuk panen-panen, penobatan dan untuk mengartikulasikan keyakinan-keyakinan religius.

Sebagai aktivitas sosial musik selalu terdengar dan menguasai ruang-ruang publik baik itu musik vokal maupun musik instrumental, tergambar melalui banyak dan sedikitnya bunyi-bunyian yang terdengar di mall, pasar, rumah makan (*restaurant*), jalan-jalan, stasiun mobil dan ojek, tempat pangkas rambut, pertokoan dan lain-lain. Terdengarnya musik dalam berbagai situasi sosial, Blacing (1995) mengungkapkan bahwa musik adalah perilaku sosial (*social behaviour*) yang kompleks dan *universal* (Djohan, 2005:27)

Satu di antara beberapa ruang publik yang banyak dikunjungi oleh konsumen tanpa mengenal batasan sosial adalah mengunjungi rumah makan untuk memenuhi kebutuhan akan makanan, tetapi ada juga yang sekedar mengejar hobi, mengejar pilihan sesuai selera ataupun juga sebagai kebiasaan.

Hadirnya berbagai jenis rumah makan dalam ruang publik dengan tipe, style, ciri dan karakteristik masing-masing merupakan usaha penjual jasa makanan untuk menarik perhatian konsumen misalnya rumah makan yang unggul dari aspek sajian menu makanan dan minuman, rumah makan yang unggul dari aspek tata letak dan suasana atau rumah makan yang unggul karena kualitas pelayanan.

Secara umum tempat-tempat penjualan jasa makanan atau jasa kuliner seperti rumah makan selalu berlomba-lomba menyuguhkan menu andalan yang dibalut dengan cita rasa yang khas, tanpa disadari bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kognisi atau perhatian konsumen seperti pencahayaan, tingkat kebisingan, aroma, suhu, *sign*, warna, konsep tempat strategis dan suasana yang menunjang, kualitas pelayanan dan bahkan juga ketersediaan musik.

Menyikapi persoalan penjualan jasa makana, harian kedaulatan rakyat (10/12/2011) menyoroti bahwa kebanyakan *resto* atau *cafe* dan rumah-rumah makan hanya berlomba-lomba menyuguhkan menu andalan yang dibalut dengan konsep tempat yang strategis dan suasana yang menunjang, tempat-tempat penjualan jasa kuliner tidak hanya memfokuskan penyajian menu dengan cita rasa saja, tetapi lebih dari itu adalah bagaimana membentuk suasana hati para konsumen sehingga konsumen merasa nyaman, puas dan terhibur.

Menurut Kotler usaha untuk memberikan kepuasan dan menyenangkan suasana hati konsumen adalah dengan mempelajari apa yang diperlukan konsumen (Morissan, 2010:83). Satu cara untuk dapat menyenangkan suasana hati konsumen dalam dunia bisnis adalah dengan musik. Penelitian Stewart & Furse (1984)

menunjukkan bahwa stimulus musik yang dikemas dalam bentuk *Compact Disc (CD)* atau *Video Compact Disc (VCD)* dan *live music* dapat membentuk kenyamanan suasana hati konsumen. Stewart & Furse menemukan bahwa 42% dari 100 tayangan televisi komersial sebagai iklan dan sebagai hiburan untuk memenangkan perhatian konsumen. (Hargreaves & North, 2003:268)

Selain Stewart & Furse penelitian sejenis yang dilakukan oleh Hargreaves & North pada beberapa rumah makan dengan melakukan eksperimen menghadirkan empat jenis musik untuk mengukur efek musik terhadap perilaku dan suasana makan konsumen, dari hasil penyelidikan ditemui bahwa musik dapat mempengaruhi kognisi konsumen saat makan. Dengan mendengarkan musik saat makan konsumen dapat memperpanjang acara makan tanpa direncanakan serta semakin banyak uang yang dibelanjakan. (Wilson, 2003:1)

Hasil penelitian Stewart, Furse & Hargreaves, North, mengindikasikan bahwa musik dapat menjadi stimulus dalam rumah makan, tergantung kekhususan, ciri, *style* rumah makan dan jenis musik apa yang sesuai dengan pengunjungnya. Menghadirkan jenis musik tertentu dalam rumah makan sebagai musik latar saat konsumen menikmati makan sangat perlu untuk memperhatikan banyak aspek diantaranya perlu mempertimbangkan selera pendengar karena implikasi mendengar musik saat makan dapat berdampak positif maupun negatif.

Persoalan mendengar musik tentu berhubungan dengan selera, oleh karena itu tidak ada bentuk yang baku dari jenis musik tertentu secara standar untuk disajikan bagi semua pendengar musik, mendengarkan musik di tempat umum

sangat berbeda pengaruhnya dengan mendengarkan musik di tempat-tempat yang khusus seperti mendengarkan musik di kantor atau di rumah sangat berbeda dengan mendengarkan musik di rumah makan, perbedaan ini disebabkan karna dipengaruhi juga oleh variabel-variabel sosial.

Frith sebagaimana dikutip dalam Cross (2003) mengatakan bahwa musik sama pentingnya dalam mengorganisasi ruang *domestic*. Jika memang ditemukan perbedaan selera yang signifikan dalam mendengar musik pada tempat-tempat tertentu maka lebih tepat disebut dengan istilah *Taste Public* dan *Taste Culture*, Robert Key mengemukakan bahwa ada perbedaan penting antara memilih mendengarkan musik di tempat-tempat publik dan mendengarkan musik di tempat khusus, implikasinya adalah musik apa yang harus kita dengar musik menurut selera kita atau selera orang lain. (Cross, 2003:94)

Menyikapi perbedaan mendengarkan musik dengan *Taste Public* dan *Taste Cultural*, Russell's dalam penelitian menemukan bahwa ada hubungan erat antara selera mendengar musik dengan lingkungan sosial seperti kelas sosial, usia, gender, ras, subkultur, gaya hidup (*life style*) dan sistem nilai akan tetapi hubungan ini bersifat tidak integral karena juga ada pengaruh faktor lain seperti pergaulan dan pendidikan, identitas diri dalam kelompok sosial dan pengaruh media. (Hergraves & North, 2003:142-149). Sulitnya memberikan suatu *eksplanasi* ilmiah tentang pengaruh musik terhadap suasana makan konsumen dalam sebuah rumah makan, maka penelitian ini akan terfokus untuk menguji pengaruh musik terhadap

kenyamanan makan konsumen dalam rumah makan yang berciri khusus ikan bakar air tawar.

Sehubungan dengan fokus penelitian mengetahui kenyamanan suasana makan konsumen pada rumah makan berciri khusus etnis Jawa, maka musik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis musik pop Jawa pertimbangannya adalah peneliti melakukan penyesuaian terhadap karakteristik rumah makan yakni rumah makan yang dijadikan sebagai lokasi penelitian adalah rumah makan berciri Jawa, umumnya dari aspek tampilan fisik dan aspek menu makanan.

Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan mengingat pertama minimnya penelitian-penelitian dalam psikososial musik yang memberi perhatian terhadap pengaruh musik terhadap konsumen dalam rumah makan sejenis. Kedua banyak penelitian-penelitian terdahulu tentang kenyamanan dan kepuasan konsumen tetapi hanya terfokus pada perspektif ekonomi. Ketiga penelitian ini penting dilakukan karena penelitian ini akan menguji pengaruh musik terhadap suasana kenyamanan makan konsumen dengan menggunakan musik budaya lokal.

B. Hipotesis Penelitian

Bertolak dari deskripsi latar belakang permasalahan dan beberapa bukti hasil-hasil penelitian terdahulu maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H : Terdapat pengaruh suasana musikal terhadap kenyamanan makan konsumen di rumah makan.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Menimbang latar belakang dan perumusan masalah yang telah dideskripsikan maka tujuan penelitian tidak untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti secara *holistic*, tetapi sebagai *Basic Research* untuk :

- (1) Mengidentifikasi pengaruh suasana musikal di rumah makan.
- (2) Mengidentifikasi musik yang sesuai di rumah makan.
- (3) Menemukan jenis musik yang sesuai terhadap suasana makan konsumen
- (4) Mengetahui apakah musik dapat meningkatkan suasana kenyamanan makan.

2. Manfaat Penelitian

Keterbatasan penelitian-penelitian dan studi musik dari perspektif psikososial musik maka manfaat penulisan ini adalah :

- (1) Sebagai *Basic Research* (penelitian dasar) diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk menjembatani peneliti-peneliti yang lain agar dapat melakukan penelitian yang serupa, untuk lebih memperkaya serta konsep pemikiran terkait hubungan musik dan kenyamanan konsumen.
- (2) Memperkaya wacana kajian ilmiah psikologi sosial musik sebagai disiplin ilmu yang baru berkembang.
- (3) Memberikan kontribusi pikir kepada tempat-tempat penjualan layanan jasa makanan khususnya rumah makan yang berciri khusus bahwa satu di antara banyak stimulus yang dapat menarik perhatian konsumen

mengunjungi rumah makan adalah dengan musik, musik mampu mempengaruhi kognisi konsumen dan dapat menimbulkan kenyamanan suasana makan.

