

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan dan diselesaikan oleh peneliti, maka peneliti menyimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat efek atau pengaruh tempo pada *background* musik yang diputar oleh pihak pengelola Beans Lab Cafe terhadap kenyamanan pengunjung. Dari beberapa tempo musik yang diputar oleh Beans Lab Cafe, pengunjung lebih merasakan nyaman pada musik yang bertempo lambat dan teratur dari pada musik yang bertempo cepat.
2. Meskipun musik yang bertempo lambat dan teratur dapat membuat pengunjung merasakan nyaman, namun tidak semua pengunjung memperhatikan musik yang diputarkan oleh pihak pengelola Beans Lab Cafe. Akan tetapi tempo musik yang lambat dapat membuat pengunjung merasakan nyaman dan lebih berlama-lama menghabiskan waktunya di Beans Lab Cafe.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, meninjau dan mengamati objek dan menyimpulkan beberapa simpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Maka demi kepentingan untuk peninjauan kembali dan kebaikan bagi pihak Beans Lab Cafe, peneliti berusaha untuk memberikan beberapa saran agar dapat diperhatikan secara

seksama dan agar ke masa yang akan datang lebih baik untuk semua pihak. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa atau masyarakat yang ingin meneliti efek tempo pada *background* musik serta pengaruhnya terhadap kenyamanan pengunjung atau konsumen, dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan dengan penelitian lainnya.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar lebih berhati-hati dalam menghitung tempo dan teori-teori yang ditinjau.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Arikunto, Suharsimi, 1993, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta.

_____, 2002, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V, Jakarta, Rineka Cipta.

Banoe, Pono, 2003, *Kamus Musik*, Yogyakarta, Kanisius.

Carl E, Seashore, 1938, *Psychology of Music*, New York, McGraw-Hill Book Co.

Djohan, 2006, *Terapi Musik: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta, Galangpress.

_____, 2009, *Psikologi Musik*, Yogyakarta, Penerbit Best Publisher.

Fitriyah, Lailatul & Mohammad Jauhar, 2014, *Pengantar Psikologi Umum*, Jakarta, Penerbit Prestasi Pustakaraya.

Forney, Kristine, Andrew D. Antonio & Joseph Machlis, 2013, *The Enjoyment of Music*, Second Edition, New York, W.W. North & Company, Inc

Ginn, Silver Burdett, 1995, *The Music Connection*, USA, Silver Burdett Ginn Inc.

Glaser, Barney, & Strauss Anselm, 1967, *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, USA, Aldine Transaction.

Hadi, Sutrisno, 1995, *Metodologi Research II*, Yogyakarta, Ardi Offset.

Hargreaves, David J & Adrian C. North, 2003, *The Social Psychology of Music*, New York, Oxford University Press.

Hartono, 2004, *Statistik Untuk Penelitian*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Junaidi, 1995, *Pengantar Analisis Data*, Jakarta, Rineka Cipta.

Juslin, P.N & Sloboda, J.A, 2001, *Music and Emotion : Theory and Research*, New York, Oxford University Press.

Khan, Hazrat Inayat, 2002, *Dimensi Mistik Musik dan Bunyi*, Yogyakarta, Pustaka Sufi.

Lasa, 2007, *Menejemen Perpustakaan*, Yogyakarta, Penerbit Pinus.

McDermott, Vincent, 2013, *Membuat Musik Biasa Jadi Luar Biasa*, Yogyakarta, Art Music today.

Prier, Karl Edmund, 2009, *Kamus Musik*, Yogyakarta, Pusat Musik Liturgi.

Satwiko, Prasasto, 2009, *Fisika Bangunan*, Yogyakarta, Penerbit Andi.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Penerbit Alfabeta.

Soehartono, Irawan, 1995, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Sumanto, 1995, *Metode Penelitian Sosial Pendidikan : Aplikasi Metode Kuantitatif dan Statistik dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi.

Sumber Jurnal:

Bramley, Stephanie, Nicola Dibben & Richard Rowe, 2014, *The Influence of Background Music Tempo And Genre on Virtual Roulette*, Sheffield, Journal of Gambling Issues.

Caldwell, C, & Hibbert, S.A, 2002, *The Influence of Music Tempo and Musical Preference on Restaurant Patrons Behaviour; Psychology and Marketing*, 19(11): 10.1002/mar.10043.

Herrington, J. Duncan, 1996, *Effects of Music in Service Environments : A Field Study*, Santa Barbara, The Journal of Services Marketing, 10, 2-26.

Milliman, Ronald E, 1986, *The Influence of Background Music on the Behaviour of Restaurant Patrons*, Chicago, Journal of Consumer research, Vol. 13 (2), pp. 286-289.

Pham, Mindy, 2014, *The Effects of Background Music on Consumer Behaviour*, Thesis University of California, Journal of Effect Music.

Schellenberg, G.E., Krysciak, A.M., & Campbell, J.R, 2000, *Perceiving Emotion in Melody : Interactive Effect of Pitch and Rhytm*, Journal Music Perception, 18, 155-171.

Septianto, Felix, 2014, *The “Chopin” Effect ? An Exploratory Study on How Musical Tempo and Mode Influence Consumer Preferences*, Australia, Sosial Science Research Network.

Zwaag, Marjolein D. Van Der, Joyce H.D.M Westerink, and Egon L. Van Den Broek, 2011, *Emotional and Psychophysiological Responses to Tempo, Mode, and Percussiveness*, The Netherlands, *Journal Musicae Scientiae* 15, 250-269.

Sumber Lain:

Akin, Fikert, 2013, *The Influence of Music Tempo and Accupancy Rate on Alcohol Consumption, Time Spent, and Money Spent in Restaurant*, Master Thesis of Marketing Communication, The Netherland, University of Twente.

Joseph, Samuel, 2009, *The Effect of Tempo of Background Music on Duration of Stay and Spending in a Bar*, Master Thesis Faculty Music, Mind & Technology University of Jyvaskyla.

[www. Kamus-kbbi. com](http://www.Kamus-kbbi.com).

