

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

- Pertunjukan *live music* di kafe Gazellig dalam pandangan pelanggan menjadi sebuah fasilitas yang dapat mengakomodasi beberapa hal dan memberikan berbagai keuntungan bagi mereka. Sebanyak 57,7% pelanggan menilai adanya *live music* menjadi hal yang penting dan harus ada di kafe tersebut.
- Kesesuaian antara sajian musik yang ditampilkan dengan keadaan *mood* atau musik kesukaan pelanggan menjadi salah satu penyebab pelanggan melakukan respons memperhatikan maupun mengabaikan *live music* di kafe. Sebanyak 71,2% pelanggan menyatakan bahwa respons mereka bergantung pada kesesuaian antara kondisi *mood* dengan pertunjukan musiknya.
- Interaksi antara *live music* (stimulus) dan *mood* pelanggan (organisme) apabila terjadi kesesuaian, maka akan menghasilkan beberapa respons positif seperti memperhatikan, ikut bernyanyi, atau mendokumentasikan sajian *live music*. Apabila interaksi diantara keduanya terjadi ketidakcocokan, maka pelanggan akan melakukan respons negatif seperti melakukan aktivitas lain, mengobrol, mengabaikan *live music*, atau ingin segera pergi dari kafe.

B. Saran

Penelitian ini menyelidiki faktor dan alasan yang mendasari pelanggan melakukan reaksi tertentu terhadap sajian *live music* di kafe. Terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini karena hanya menggunakan lima narasumber dan kurang variatif pada rentang usia. Survei elektronik juga belum menjangkau seluruh pelanggan yang pernah berkunjung ke kafe Gazellig. Mayoritas responden yang mengikuti survei hanya anak-anak usia muda dan belum menjangkau responden dengan usia tua.

Selain itu peneliti tidak dapat terlalu jelas melihat *mood* pelanggan secara riil saat mereka sedang menikmati pertunjukan musik di kafe. Kondisi ini terjadi karena keterbatasan peneliti dan situasi pandemi Covid-19. Ini membuat pengambilan data tidak dapat dilakukan secara observasi langsung saat pelanggan berada di kafe dan sedang menikmati sajian *live music*. Selain itu pengalaman emosi merupakan sesuatu yang sulit untuk ditangkap dan didokumentasikan. Seseorang tidak selalu mudah mengingat keadaan emosinya karena sifatnya sementara saja pada waktu tertentu. Penulis berikutnya dapat meminta tanggapan secara langsung pada pelanggan mengenai alasan mereka melakukan respons tertentu terhadap sajian musik yang sedang berlangsung, sehingga penelitian pada topik dan bidang ini dapat berkembang dan memiliki informasi yang lengkap.

Daftar Pustaka

- Annika Beer, Tobias Greitemeyer. (2019). The effects of background music on tipping behavior in a restaurant: A field study. *Psychology of Music*, Vol. 47, No., 3444-450.
- Bernard H. Booms, Mary J. Bitner. (1980). Marketing Services by Managing the Environment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration*, 35–39.
- Charles S. Areni, David Kim . (1993). The Influence of Background Music on Shopping Behavior: Classical Versus Top-Forty Music in a Wine Store. *Association for Consumer Research*, 336-340.
- Creswell , J., & Clark, P. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research, 2nd Edition*. Thousand Oaks California: SAGE.
- Donovan, R. J., & Rossiter, J. R. (1982). Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach. *Journal Of Retailing*, Vol 58, No. 1, 34-57.
- Doyle, Louise ; Brady, Anne Marie ; Byrne, Gbnait . (2016). An Overview Of Mixed Methods Research - Revisited. *Journal of Research in Nursing*, Vol. 21 (8) 623–635.
- Eddie Harmon-Jones dan Jonathan Sigelman. (2001). State Anger and Prefrontal Brain Activity: Evidence That Insult-Related Relative Left-Prefrontal Activation Is Associated With Experienced Anger and Aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 797-803.
- Houston, D., & Haddock, G. (2007). On Auditing Auditory Information: The Influence of Mood On Memory For Music. *Society for Education, Music and Psychology Research*, vol 35: 201–212.
- Hunter, P. G., Schellenberg, E. G., & Griffith, A. T. (2011). Misery Loves Company: Mood-Congruent Emotional Responding to Music. *Emotion*, Vol. 11, No. 5, 1068–1072.
- Louis A. Schmidt dan Laurel J. Trainor. (2001). Frontal brain electrical activity (EEG) distinguishes valence and intensity of musical emotions. *Cognition And Emotion*, 487–500.
- Milliman, R. E. (1986). The Influence of Background Music on the Behavior of Restaurant Patrons. *Journal of Consumer Research*, 286-289.
- North, Adrian C., & David J. Hargreaves. (1996). The Effects Of Music On Responses To A Dining Area. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 16, 55-16.
- Oakes, S. (2000). The influence of the musicscape within service environments. *Journal of Services Marketing*, 539 - 556.

- Patrick G. Hunter, E. Glenn Schellenberg, dan Andrew T. Griffith. (2011). Misery Loves Company: Mood-Congruent Emotional Responding to Music. *Emotion*, 1068–1072.
- Robert J. Harrington, Michael C. Ottenbacher, dan Anja Treuter. (2015). The Musiccape Model: Direct, Mediating, and Moderating Effects in the Casual Casual. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 99-121.
- Schubert, E. (2007). The Influence of Emotion, Locus of Emotion And Familiarity Upon Preference In Music. *Psychology of Music*, 499–515.

Webtografi

- Backpagelowell*. Diakses 15 April, 2020, dari <http://www.backpagelowell.com/live-music-sebagai-trik-menarik-pelanggan-kafe-di-indonesia/>
- Banjirembun*. (2020, Februari 3). Diakses 15 April, 2020, dari <https://www.banjirembun.com/2020/02/pentingnya-pertunjukan-live-music-bagi.html>
- Cafebrick*. (2020). Diakses 12 April, 2020, from <https://www.cafebrick.co.id/cafe-jogja-yang-ada-live-musik/>
- Djarum Cokelat*. (2016, April 20). Diakses 14 April, 2020, dari <https://www.djarumcoklat.com/special-author/pentingnya-musik-di-restoran>
- Guideku*. Diakses April 15, 2020, dari <https://www.guideku.com/food/2020/03/09/160000/hari-musik-nasional-cafe-di-jogja-ini-ada-live-music-setiap-hari-lho>
- Kompasiana*. (2016, Desember 24). Diakses 14 April, 2020, dari <https://www.kompasiana.com/triay/585e7f1187afbd9619a38fef/alasan-sebuah-cafe-ramai-dikunjungi-ketika-malam-minggu>
- KetapangNews*. (2017, Maret 4). Diakses 18 April, 2020, dari <https://ketapangnews.com/2017/03/musik-akustik-warnai-kafe-dan-resto-ponteralingkar-kota/>
- Radar Bangka*. (2020, Agustus 31). Diakses 28 Januari 2020, dari <https://www.radarbangka.co.id/berita/detail/toboali/54281/cafe-nemoni-palingasik-plus-live-musik-kekinian.html>
- Tribun*. (2020, Januari 18). Diakses 15 April, 2020, dari <http://www.tribunfamilycard.com/2020/01/18/cafe-masbrow-sediakan-live-band-hibur-pengunjung-segala-usia>