

PENGARUH PERTUNJUKAN *LIVE MUSIC* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI *IT'S COFFEE ESPRESSO BAR* YOGYAKARTA

LIVE MUSIC SHOW EFFECT ON VISITOR SATISFACTION IN IT'S ESPRESSO COFFEE BAR YOGYAKARTA

Oleh: yonathan novan yudhistira christy, universitas negeri yogyakarta, ynovanyc@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta. Jenis penelitian merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah semua pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta periode bulan September 2015. Teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*. Sampel penelitian adalah pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* sebanyak 100 pengunjung. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket, dan dokumentasi. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment*, dan uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta berada pada kategori sangat puas sebanyak 9 pengunjung (9,00%), berada pada kategori puas sebanyak 91 pengunjung (91,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta secara keseluruhan berada pada kategori puas sebesar 91,0%.

Kata kunci: *live music*, kepuasan pengunjung

Abstract

This study aims to identify and describe the effect of live music performances to the satisfaction of visitors in It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta. This type of research is a survey research with a quantitative approach. The study population was all the visitors in It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta period in September 2015. The sampling technique using incidental sampling. Samples were visitors at It's Coffee Espresso Bar as many as 100 visitors. Techniques of data collection using questionnaires, and documentation. Test the validity of using the formula product moment correlation, and reliability test using Cronbach alpha formula. Data were analyzed using descriptive analysis with percentages. The results showed that the live music performances to the satisfaction of visitors in It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta is in the category are very satisfied as much as 9 visitors (9.00%), are in the category of satisfied as much as 91 visitors (91.0%). Thus, it can be concluded that the majority of the effect of live music performances to the satisfaction of visitors in It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta overall in the category amounted to 91.0% satisfied.

Keywords: live music performance, satisfaction of visitors

PENDAHULUAN

Perkembangan musik di Indonesia sangat pesat seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan jaman. Selain itu, tidak hanya musik saja yang mengalami perubahan, gaya hidup manusia juga mulai bergeser mengikuti perkembangan jaman dengan mengadopsi gaya hidup budaya barat. Dengan adanya perubahan tersebut salah satunya menyebabkan pergeseran atau perubahan pada fungsi *café* atau *coffee*

shop yang ada di Indonesia khususnya di kota Yogyakarta.

Kehadiran berbagai jenis usaha makanan dan minuman seperti rumah makan, restoran cepat saji, *café* atau *coffee shop* yang semakin bertambah jumlahnya menjadi bukti ketatnya persaingan industri bisnis. Sekarang ini banyak *café* atau *coffee shop* bermunculan di kota Yogyakarta. Salah satu jenis *coffee shop* tersebut adalah *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta. *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta berlokasi di Jl.

Magelang, Km. 5,5 Daerah Istimewa Yogyakarta. *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta dijadikan sebagai objek penelitian karena *café* ini cukup ramai dikunjungi konsumen. Pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta ini tidak hanya dari kalangan anak remaja, namun orang dewasa dan mahasiswa juga menjadikan *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta sebagai pilihan untuk bersantai dan menghabiskan waktu bersama teman, sahabat, kerabat, komunitas maupun keluarga.

It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta merupakan salah satu tempat untuk berkumpul yang memberikan suasana nyaman bagi para pengunjungnya. Tempat yang satu ini memberikan suasana yang sangat nyaman bagi para pengunjungnya. Program *live band performance* yang menjadi unggulan tempat ini akan menemani saat bersantai anda sambil berbincang dengan teman-teman, keluarga, rekan kerja, atau orang spesial bagi anda. Oleh karena suasananya yang cukup mendukung, tidak jarang beberapa perusahaan menggunakan tempat ini sebagai tempat *meeting* sehingga mereka dapat mengadakan *meeting* dengan suasana yang lebih cair meski harus memikirkan beberapa hal yang serius.

Selain itu, keunggulan *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta adalah mampu menyajikan *coffee* dalam waktu 30 detik dan terdapat program pertunjukan *live music* yang akan menemani para pengunjung yang berkunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta pada hari-hari tertentu. *Live music* yang dihadirkan di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta berupa grup musik yang menyanyikan lagu dan hanya diiringi oleh gitar

akustik. Musisi pada program *live music* yang dihadirkan berasal dari dalam kota Yogyakarta. Suara alunan yang merdu serta diiringi gitar akustik, menjadikan suasana di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta semakin membuat konsumen yang berkunjung betah berlama-lama menghabiskan waktu di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa adanya *live music* di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam meningkatkan jumlah kunjungan karena mulai menjamurnya *coffee shop* yang sejenis dengan *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta. Selain itu, hal ini dilakukan oleh pihak manajemen mengingat terjadi penurunan jumlah tamu yang berkunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Hal ini ditunjukkan dari data jumlah kunjungan di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta dimana jumlah tamu yang berkunjung pada tahun 2012 sebanyak 7921 pengunjung, kemudian pada tahun 2013 jumlah tamu menurun menjadi 7517 pengunjung, dan penurunan terjadi kembali pada tahun 2014 dengan jumlah kunjungan sebanyak 7282 pengunjung yang datang.

It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan konsumen agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan konsumen. Meskipun *live music* hanya diadakan pada hari rabu, Kamis, dan jum'at pihak manajemen *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta beranggapan bahwa program ini mampu memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan jumlah pengunjung setiap harinya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari salah satu pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta menyatakan bahwa adanya *live music* merupakan salah satu alasan mengunjungi *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta, karena membuat semakin nyaman dan betah berada di *café* tersebut.

Musik adalah bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Musik telah menjadi bagian seni yang mewarnai kehidupan sehari-hari manusia di muka bumi ini. Sedangkan, *live music* adalah jenis hiburan yang mempunyai fungsi pokok selain sebagai hiburan, berperan juga dalam proses interaksi sosial karena terjadi interaksi antara musisi dengan *audience* melalui satu media, yaitu musik.

Pemberian kepuasan kepada para konsumen adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis. Perusahaan yang berhasil menjaga para konsumennya selalu merasa puas, akan memperoleh keunggulan bersaing dan hampir tidak terkalahkan dalam bisnis. Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan. Tidak terlepas pula bagi usaha dibidang *coffee shop*. Jika ada satu saja pelanggan yang merasa puas maka kemungkinan besar *coffee shop* tersebut akan mendapatkan beberapa calon pelanggan baru. Hal ini seperti yang dikatakan Kotler (2002), bahwa seseorang yang puas akan suatu produk, rata-rata akan menceritakannya kepada sepuluh orang lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh pertunjukan *live music* terhadap

kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif melalui survei tanpa mengajukan hipotesis, namun berusaha menjelaskan suatu fenomenasebagaimana adanya yang didukung oleh angka dalam persentase.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan bulan pada bulan September 2015. Lokasi penelitian berada di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta Jl. Magelang Km. 5,5 Yogyakarta.

Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta pada periode bulan September 2015. Penelitian ini merupakan penelitian populasi karena seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (Arikunto, 2010: 112). Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta pada periode bulan September 2015 sebanyak 100 pengunjung.

Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha*. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,600 (Arikunto, 2010:124).

Teknik analisis data menggunakan uji analisis statistik deskriptif dengan persentase. Statistik deskriptif adalah statistik yang

digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012: 147).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

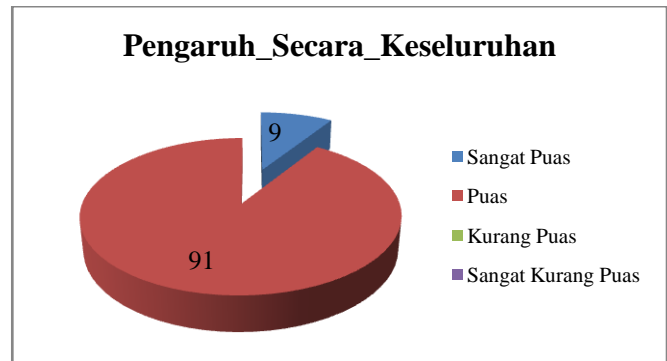
Data Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta berusia antara 21-25 tahun sebanyak 47,0%, berjenis kelamin laki-laki sebanyak 65,0%, berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 47,0%, dan memiliki penghasilan lebih dari Rp 2.000.000,00 sebanyak 53,0%.

Data Pengaruh pertunjukan *Live Music* Terhadap Kepuasan Pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa frekuensi variabel pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta, berada pada kategori sangat puas sebanyak 9 pengunjung (9,00%), berada pada kategori puas sebanyak 91 pengunjung (91,0%), dan tidak ada yang berada pada kategori kurang puas dan berada pada kategori sangat kurang puas sebesar 0,00%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta secara keseluruhan berada pada kategori puas sebesar 91,0%. Berikut hasil analisis

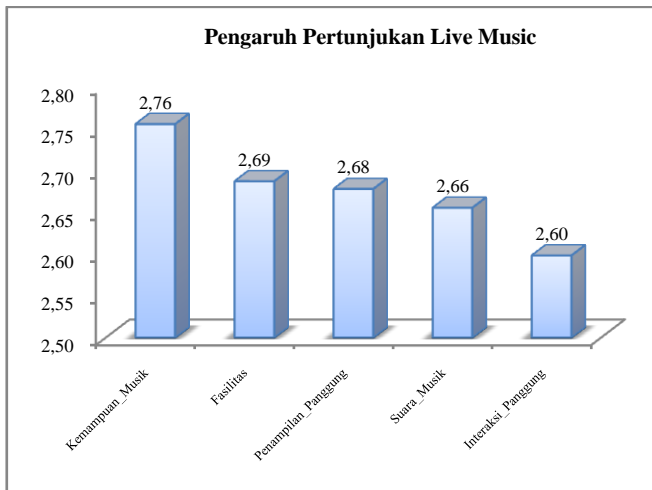
data yang digambarkan melalui *pie chart* sebagai berikut:



Gambar 1. *Pie Chart* Pengaruh Pertunjukan *Live Music* Terhadap Kepuasan Pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta

Data Pengaruh Pertunjukan *Live Music* Terhadap Kepuasan Pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta Berdasarkan Indikator yang Mewakili

Terdapat lima sub indikator pada pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta yaitu kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi pengunjung. Berikut hasil analisis data berdasarkan indikator yang mewakili pada pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta. Berikut penggambaran penggambaran hasil analisis data melalui diagram batang berdasarkan indikator pada pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta.



Gambar 2. Diagram Batang Indikator Indikator Pengaruh Pertunjukan *Live Music* Terhadap Kepuasan Pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta

Gambar di atas menunjukkan nilai rata-rata pada indikator pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta. Hasil analisis data diketahui bahwa berdasarkan penilaian responden nilai rata-rata tertinggi terletak pada indikator kemampuan musik dengan nilai rata-rata sebesar 2,76; nilai rata-rata indikator fasilitas sebesar 2,69; nilai rata-rata indikator penampilan panggung sebesar 2,68; nilai rata-rata indikator suara musik sebesar 2,66; dan penilaian terendah terletak pada indikator interaksi panggung dengan nilai rata-rata sebesar 2,60. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan penilaian responden mayoritas pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta ditentukan oleh kemampuan musik yang memiliki nilai rata-rata lebih besar 2,69; sedangkan indikator terendah terletak pada indikator interaksi panggung dengan nilai rata-rata paling rendah sebesar 2,60.

Pembahasan

Pengaruh pertunjukan adalah sebagai suatu daya yang ada atau timbul dari suatu hal yang memiliki akibat atau hasil dan dampak yang ada. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam pertunjukan *live music* (Grove et al., 1992 dalam Minor et al., 2004), meliputi dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan musik merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam pertunjukan *live music*. Hal ini karena dalam pertunjukan *live music*, musisi individual atau kelompok merupakan poin utama bagi penonton. Penonton merasakan keseluruhan pertunjukan pada dua faktor, yaitu *musical ability* (aspek audio) dan *musician's appearance* (aspek visual). Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa musisi saat dipanggung memainkan suatu instrumen atau menyanyi, yang merupakan bagian integral dari penampilan audio. Instrumen survei dari *musical ability* (aspek audio) terdiri dari dua item pengevaluasian musisi yaitu kemampuan dan kreatifitas bermusik dari musisi.

Sedangkan, mengenai *musician's appearance* (aspek visual) tidak dapat diabaikan karena penampilan fisik merupakan salah satu karakteristik personal yang nyata dan dapat diterima oleh orang lain didalam interaksi sosial. Fisik yang menarik dari seorang individual dapat bertindak sebagai suatu simbol atau indikator dari sedikit karakteristik yang terlihat (Bersheid dan Walster, 1974). Lagi pula, suatu studi yang dilakukan Landy dan Siegall (1974), menunjukkan bahwa fisik yang menarik dari musisi tentunya

memiliki pengaruh pertunjukan sikap terhadap evaluasi konsumen atas pertunjukan dan musisi itu sendiri. Penampilan fisik tidak hanya mempengaruhi cara untuk bereaksi kepada orang, tetapi juga mempengaruhi cara bereaksi orang tersebut. *Instrument survey* pada *musician's appearance* (aspek visual) terdiri dari tiga item yaitu penampilan fisik, pakaian yang dipakai, dan gerakan serta ekspresi wajah dari musisi.

Pertunjukan musik juga harus ditunjang dengan peralatan musik yang berkualitas sehingga kualitas suara dan volume suara baik. Penyelenggara pertunjukan harus menyediakan panggung dan ruang pertunjukan, disertai fasilitas fisik seperti tempat duduk, parkir dan temperatur. Musisi yang ditampilkan penyelenggara, harus dapat menarik perhatian penonton sehingga penonton merasa senang dan ingin menonton pertunjukan *live music* yang akan datang ataupun menjadi penonton setia.

Aspek teknis suatu pertunjukan *livemusic* yang diperhatikan yaitu kualitas suara dan volume suara. Keduanya memiliki kualitas yang baik, karena di setiap *live performance*, mereka menyertakan kru-kru yang bertugas mengatur teknis suara dan volume agar outputnya baik. Hal ini berkontribusi dalam menambah kepuasan audiens saat menonton *live performance* tersebut, sehingga dapat memberikan pengaruh pertunjukan atau dampak dalam meningkatkan kunjungan di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dimensi dalam penelitian dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen yang berkunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta. Dimensi tersebut diantaranya adalah

kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi pengunjung. Salah satu bentuk kepuasan yang menonjol pada saat penelitian berlangsung adalah adanya reaksi spontan dari penonton ketika musisi sedang bermain musik penonton bertepuk tangan dan pada saat iringan musik berlangsung para penonton ikut bernyanyi dan mengiringi lagu yang dibawakan dengan bertepuk tangan. Selain itu, terjalin interaksi antara pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta dengan musisi yang ditunjukkan dari musisi memperbolehkan pengunjung untuk mengajukan permintaan (*request* lagu) pada saat pertunjukan *livemusic* sedang berlangsung.

Hal ini sejalan dengan pendapat Irawan (2002: 40), konsumen dikatakan puas apabila harapannya terpenuhi. Ada lima dimensi utama kepuasan konsumen. Dimensi pertama, adalah kualitas produk atau jasa. Konsumen akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Dimensi kedua, adalah harga. Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money*. Dimensi ketiga adalah *service quality*. Konsumen akan puas dengan kualitas servis yang diberikan, hal ini sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem yang diterapkan, teknologi yang digunakan dalam pelayanan, dan kemampuan dari karyawan. Dimensi keempat adalah *emotional factor*. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya *emotional value* yang diberikan *brand* tertentu. Dimensi kelima adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Sejalan dengan uraian tersebut Kotler (2005: 57) menyatakan bahwa ciri-ciri konsumen yang merasa puas apabila loyal terhadap produk artinya konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, artinya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain, artinya ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama Hiswara (2010) dengan judul “Analisis Pengaruh *Musical Ability, Musician’s Appearance, Musical Sound, Stage Appearance, Facilities, Audience Interaction* Terhadap *Customer Satisfaction* Dalam Pertunjukan *Live Music* (Studi Kasus Konser RAN)”. Hasil Penelitian menunjukkan *Musical Ability, Musician’s Appearance, Musical Sound, Stage Appearance, Facilities, Audience Interaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* secara simultan, Berdasarkan uji t menunjukkan *Musician’s Appearance, Musical Sound, Audience Interaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* secara parsial. Variabel *Musical Sound* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi *Customer Satisfaction*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It’s Coffee Espresso Bar* Yogyakarta diketahui bahwa berada pada kategori sangat puas sebanyak 9 pengunjung (9,00%), berada pada kategori puas sebanyak 91 pengunjung (91,0%), dan tidak ada yang berada pada kategori kurang puas dan berada pada kategori sangat kurang puas sebesar 0,00%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengaruh *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It’s Coffee Espresso Bar* Yogyakarta secara keseluruhan berada pada kategori puas sebesar 91,0%. Faktor-faktor yang memberikan pengaruh pertunjukan *live music* terhadap kepuasan pengunjung di *It’s Coffee Espresso Bar* Yogyakarta yaitu kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi pengunjung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, ada beberapa saran yang dapat disampaikan:

Bagi Penyelenggara Pertunjukkan *Live Music*

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator kemampuan penyajian musik menduduki peringkat pertama dalam membentuk kepuasan pengunjung di *It’s Coffee Espresso Bar* Yogyakarta, oleh karena itu pihak manajemen di *It’s Coffee Espresso Bar* Yogyakarta disarankan untuk selalu memperhatikan musisi dan kemampuan musisinya dalam bermain musik, serta menampilkan berbagai macam genre musik supaya pengunjung tidak mudah bosan

terhadap pertunjukkan *live music* yang disajikan di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator interaksi pengunjung menduduki peringkat terendah dalam membentuk kepuasan pengunjung di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta, oleh karena itu pihak penyelenggara pertunjukkan *live music* di *It's Coffee Espresso Bar* Yogyakarta disarankan untuk selalu melakukan komunikasi aktif dengan para musisinya, supaya mengajak serta para penonton berinteraksi saat sedang perform di atas panggung supaya dapat mengetahui jenis musik yang disukai oleh penonton.

Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pertunjukkan *live music*, misalnya kualitas musik, dan *performance*. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan dalam pertunjukkan *live music*, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian*. Cetakan Kedua belas. Edisi Revisi V. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Berscheid, E. & Walster, E. (1974). "Physical Attractiveness" *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 7.
- Hiswara, Rama. (2010). Analisis Pengaruh *Musical Ability, Musician's Appearance, Musical Sound, Stage Appearance, Facilities, Audience Interaction Terhadap*

Customer Satisfaction Dalam Pertunjukan *Live Music* (Studi Kasus Konser RAN). *Journal*. Universitas Sunan Kalijaga.

- Irawan, Hadi. (2002). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Phillips. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Landy & Siegall. (1974). *Psikologi Industri/ Organisasi Modern*. Edisi 2. (Terjemahan: Pudjaatmaka). Jakarta: Arcan.
- Minor, S.M., Tilman W., F.J. Brewerton dan Angela H. (2004). *Rock on! An Elementary Model of Customer Satisfaction With Musical Performance*. *Journal of Service Marketing*, Vol. 18 No 1, pp. 7-18.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.