



Analisis Musicscape terhadap Kepuasan Konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang

Rahmat Mulia Qodri¹, Nidia Wulansari²

^{1,2} Departemen Pariwisata, Universitas Negeri Padang, Indonesia

rahmatqodry@gmail.com

Abstract : *This research is motivated by musicscape that affects consumer satisfaction at Parewa Coffee Bandar Purus Padang. This study aims to analyze musicscape on consumer satisfaction visiting Parewa Coffee Bandar Purus Padang. This type of research uses quantitative research with a causal associative approach method. The population in this study were consumers visiting Parewa Coffee Bandar Purus Padang with a sample of 117 consumers. The data collection technique used a google form questionnaire distributed via bar code scans that had been tested for validity and reliability. The data analysis used was the normality test, homogeneity test, and linearity test. Hypothesis testing used a simple linear test using SPSS. The results of this study found that musicscape was classified as good with a tcr result of 67.33%. For the consumer satisfaction variable, it was classified as good with a tcr result of 67.57%. Based on the results of the simple regression analysis test, the F count was 165.399 with a sig of 0.000, a regression coefficient of 0.365 with a sig value. 0.000. The R Square value is 0.590, meaning that the musicscape variable has a 59% effect on consumer satisfaction and 41% is influenced by other variables not examined in this study. This study provides insights to Parewa Coffee's management on the importance of musicscape optimization to enhance consumer satisfaction. Additionally, the findings are expected to serve as a reference for similar future studies and contribute to development of the coffee shop industry by maximizing the role of music elements*

Keywords: *Musicscape, Consumer Satisfaction*

Abstrak : Penelitian ini dilatar belakangi oleh musicscape yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang. Penelitian ini bertujuan menganalisa musicscape terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung ke Parewa Coffee Bandar Purus Padang. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan asosiatif kausal. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Parewa Coffee Bandar Purus Padang dengan jumlah sampel sebanyak 117 konsumen. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner google form yang disebarakan melalui scan bar code yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linearitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji linear sederhana dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa musicscape tergolong baik dengan hasil tcr sebesar 67.33%. Untuk variabel kepuasan konsumen tergolong baik dengan hasil tcr sebesar 67.57%. Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana didapatkan F hitung 165.399 dengan sig 0.000, koefisien regresi sebesar 0.365 dengan nilai sig. 0.000. Nilai R Square sebesar 0.590, artinya variabel musicscape berpengaruh sebesar 59% terhadap kepuasan konsumen dan 41% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini memberikan wawasan kepada pemilik Parewa Coffee tentang pentingnya pengelolaan musicscape dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang serta memberikan kontribusi dalam pengembangan industry coffee shop melalui optimalisasi musik

Kata Kunci: Musicscape, Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

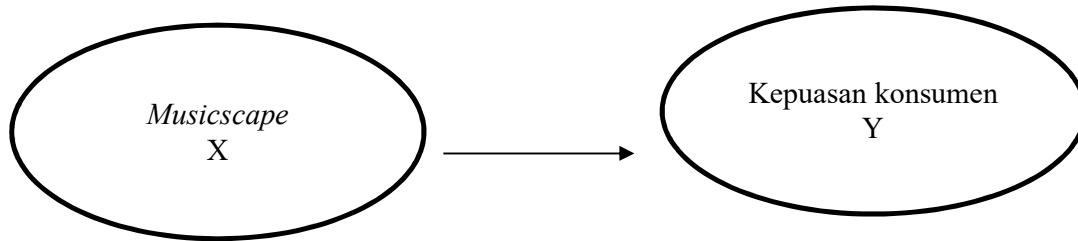
Seiring dengan berkembangnya gaya hidup yang semakin pesat khususnya dikota - kota besar, tingkat stres yang semakin tinggi membuat masyarakat membutuhkan tempat untuk sekedar melepas lelah atau mencari tempat refreshing yang bisa menyegarkan suasana kembali, ke Coffee Shop atau kedai kopi menjadi salah satu pilihan yang favorit di masyarakat. Coffee

Shop dapat diartikan sebagai cafe kecil yang menawarkan berbagai jenis minuman kopi dan makanan ringan, Menurut Maulidi (2017), pengertian Cafe adalah “tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan”.

Menurut Herlyana, (2012), Coffee Shop adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan music, baik lewat pemutar ataupun live music, desain interior khas, pelayanan yang ramah dan beberapa diantaranya menyediakan koneksi internet nirkabel. Salah satu cara memenangkan persaingan adalah suatu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen Nugroho dan Prima, (2017). Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (2016) sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas senang atau gembira. Adapun indikator-indikator untuk mengukur kepuasan konsumen Menurut Tjiptono (2019) yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Salah satu upaya untuk meningkatkan daya tarik adalah dengan menyediakan music agar pengunjung mendapatkan suasana yang nyaman.

Musik memainkan peran penting dalam membentuk suasana dan pengalaman pengunjung di berbagai tempat komersial, termasuk kafe. Musiccape, atau lanskap musik, mengacu pada penggunaan musik sebagai elemen desain yang mempengaruhi persepsi dan perilaku pengunjung. Dalam konteks kafe, musik dapat meningkatkan pengalaman pengunjung, menciptakan atmosfer yang menyenangkan, serta memperpanjang waktu kunjungan dan meningkatkan kepuasan pengunjung. Musiccape adalah semua musik yang dapat dirasakan di tempat atau waktu tertentu oleh manusia Lelieveldt &Boele, (2018). Musiccape hanya berfokus pada pengaruh variabel musik; bukan pada ambient conditions lainnya seperti temperatur, kualitas udara, kebisingan, dan bau. Ketika servicescape menguji respon dan perilaku dari konsumen dan pegawai, musiccape secara mandiri berpusat pada respon dan perilaku konsumen di dalam lingkungan pelayanan. Berdasarkan jurnal Oakes (2000) ada 4 elemen dari musiccape, yaitu tempo, harmoni, volume dan genre. Menurut Arifin (2020) kerangka konseptual adalah keterkaitan antara teori-teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun sistematika penelitian. Kerangka konseptual menjadi pedoman peneliti untuk menjelaskan secara sistematis teori yang berkaitan dengan musiccape. Musiccape adalah konsep yang mencakup seluruh ekosistem

musik yang ada pada suatu waktu tertentu yang memiliki 4 elemen yaitu: Genre, Volume Tempo, Harmoni. Dan pada kepuasan konsumen dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan



Gambar.1

2. METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey. Pada penelitian ini, peneliti menganalisis musiccape terhadap kepuasan konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena metode ini dapat membuktikan teori atau hipotesis mengenai Analisis musiccape terhadap kepuasa konsumen di Parewa Coffee. Alasan lain peneliti memilih jenis penelitian ini adalah untuk menguji teori karena data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diukur dengan skala atau angka. Populasi pada panelitian ini adalah pengunjung Parewa Coffe pada bulan Februari-Juli 2024, sebanyak $41.100/6= 6.850$ responden. Yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Parewa Coffee Bandar Purus. sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 117 orang yang pernah berkunjung di Parewa Coffee Bandar Purus Padang. Pada uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji homogenis, uji linearitas, serta uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

A. Deskripsi Musiccape

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, diperoleh nilai dari variabel X yaitu musiccape dengan tingkat capaian responden sebanyak 67.33% tergolong baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66%-85% masuk ke dalam kriteria baik..

B. Deskripsi Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, diperoleh nilai dari variabel Y yaitu kepuasan konsumen dengan tingkat capaian responden sebanyak 67.57% tergolong baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66%-85% masuk ke dalam kriteria baik.

Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis yang dipakai ialah uji normalitas, homogenitas, homogenitas, dan linearitas. Dari temuan penelitian, kesimpulannya ialah variabel-variabel yang ada kaitannya dengan musicscape dan kepuasan konsumen, normal distribusinya mengacu pada data uji normalitas dengan memakai Kolmogorov-Smirnov dengan perolehan nilai signifikansi $0,072 > 0,05$. Nilai signifikansi data tersebut lebih besar dari taraf signifikansinya, yang terlihat pada nilai sig yang besarnya 0,307 dengan taraf signifikansi $> 0,05$ mengacu pada temuan uji homogenitas pada tabel sebelumnya. Dengan demikian, kesimpulannya ialah asal data dari populasi yang homogen atau sejenis. Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai Sig. 0.199 dengan taraf signifikansi > 0.05 , sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara signifikan antara musicscape (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilaksanakan melalui analisis regresi linier sederhana bermaksud untuk meraih informasi sebesar apa dampak yang diberikan variabel musicscape (X) pada kepuasan konsumenv(Y). Kriteria dalam menetapkan keputusan dari hipotesis pada penelitian ini yakni mencakup atas:

- a. Ketika angka signifikan > 0.05 , hasilnya diraih Ha ditolak.
- b. Ketika angka signifikan ≤ 0.05 , hasilnya diraih Ha diterima

Uji Regresi Linear Sederhana

Koefisien determinasi dimanfaatkan dalam meninjau seberapa besar pengaruh variabel musicscape (X) pada kepuasan konsumen (Y). Hasil pengujian determinasi bisa diperhatikan melalui analisis regresi linear sederhana pada Tabel 1:

Tabel 1. koefisien determinasi (R square) variabel X dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.586	5.380

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00 (2024)

Dari table 1 diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,590, artinya variabel kualitas musicscape berpengaruh sebesar 59% terhadapkepuasan konsumen di parewa coffee bandar purus dan 41% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 2 Analisis Regresi Linear Sederhana

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4787.370	1	4787.370	165.399	.000 ^b
	Residual	3328.595	115	28.944		
	Total	8115.966	116			

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00 (2024)

Berdasarkan hasil uji anova di atas nilai F hitung 165.399 dengan Sig 0.000 < 0.05 maka regresi dapat dipakai Berdasarkan hasil uji anova di atas nilai F hitung 165.399 dengan Sig 0.000 < 0.05 maka regresi dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3 Koefisien Regresi Variabel Musicscape Terhadap Kepuasan Konsumen

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.390	2.354		1.865	.065
	Musicscape	.879	.068	.768	12.861	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00 (2024)

1. Musicscape (X),

Pembahasan dari hasil penelitian ini bertujuan untuk menerangkan dan enginterpresentasikan hasil penelitian dengan tujuan peneliian. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terlihat bahwa, berdasarkan hasil pengolahan data dari 117 responden diketahui bahwa tingkat capaian responden pada variabel musicscape adalah 67.33% dengan kriteria baik. Variabel musicscape terdiri atas 4 indikator, berikut tingkat capaian responden pada masing-masing indikator yaitu: tingkat capaian pada indikator tempo adalah sebesar

67.21% tergolong baik, indikator genre 67.16% tergolong baik, indikator harmoni 67.25% tergolong baik, indikator volume 67.14% tergolong baik.

Berdasarkan penjelasan diatas, variabel musicscape berada pada kategori baik. Hal tersebut dapat disimpulkan dari respon konsumen dalam mendengarkan background musik bermakna positif dan berhasil membuat konsumen menikmati suasana di Parewa Coffee.

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 117 responden diketahui bahwa tingkat capaian responden pada kepuasan konsumen adalah dengan kriteria tergolong baik. Variabel kepuasan konsumen terdiri dari 3 indikator yaitu : kesesuaian adalah sebesar 67.83% tergolong baik, indikator minat berkunjung kembali sebesar 67.88% yang tergolong baik, indikator kesediaan merekomendasikan sebesar 67.37% tergolong baik.

Berdasarkan penjelasan diatas, variabel kepuasan konsumen berada pada kategori baik, artinya berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa sudah sebagian besar kepuasan konsumen berada pada kategori baik, hal ini bernilai positif bagi rating Parewa Coffee karena berhasil membuat konsumen yang datang merasa puas. Oleh karena itu dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak manajemen Parewa Coffee dapat mempertahankan kualitas yang diberikan kepada konsumen, dan meningkatkan hal-hal yang dirasa perlu ditingkatkan agar konsumen tetap memilih Parewa Coffee sebagai tempat prioritas saat berkumpul dengan kerabat maupun rekan bisnis.

3. Pengaruh Musicscape Terhadap Kepuasan konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh musicscape terhadap kepuasan konsumen di Parewa Coffee dengan bantuan SPSS versi 25. Didapatkan hasil persamaan koefisien regresi sebesar 0.365 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar satuan musicscape akan meningkatkan 0.879 satuan kepuasan konsumen.

Maka variabel musicscape (X) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Kemudian diperoleh nilai R square 0,590. Artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 59%, Sedangkan 41% dipengaruhi oleh faktor lain, Jadi hipotesis dalam penelitian ini adalah H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Wulansari, et al (2024) yang menyatakan pengaruh musicscape terhadap di coffee shop pada generasi y dan z memiliki pengaruh yang signifikan. Pada generasi y Musicscape menyumbang 8,5% yang menjadi factor Customer Satisfaction. Sementara pada generasi Z Musiccape menyumbang 54%. Dengan demikian hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada

pengaruh musicscape terhadap kepuasan konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang berpengaruh secara signifikan sebesar 59% dan 41% dipengaruhi faktor lain.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas musicscape terhadap kepuasan konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil penelitian tentang “Aanalisis Musicscape Terhadap Kepuasan Tamu di Parewa Coffee Bandar Purus Padang ”sebagai berikut:

1. Tingkat capaian responden pada variabel kualitas musicscape sebesar 67.33% dengan kategori baik.
2. Tingkat capaian responden pada variabel kepuasan konsumen sebesar 67,83% dengan kategori baik.
3. Nilai R Square senilai 0,590 antara variabel musicscape berpengaruh sebesar 59% terhadap kepuasan konsumen di Parewa Coffee Bandar Purus Padang dan 41% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Herlyana, Elly. 2012. fenomena coffe shop sebagai gejala hidup baru kaum muda. vol 3 (hal 190):Thaqafiyat.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2013). Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries (1st ed.). Routledge
- Indrasari, M. (2019) Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Tjiptono. Fandy & Diana. Anastasia. 2019. Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi. Yogyakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lelieveldt, P. &Boele, E. H. (2018). City Musicscape: Live music in the cities of Groningen and Utrecht, 2010-2016. Journal for the Humanities and Social Science, 3(1), 42-54.
- Maulidi, A. (2017). Pengertian Kafe (Cafe). Diakses tanggal 27 Juni 2022 dari <https://www.kanalinfo.web.id/penger-tian-kafe-cafe>.
- Nugroho, A. C. (2017). Pengaruh Harga, kepuasan konsumen, dan kualitas produk terhadap loyalitas merek sepeda motor Honda. Skripsi. Universitas Muhamadiyah Surakarta.