

Analisa Penampilan *Live Music* Terhadap Daya Tarik Konsumen Di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi

Tanjung Prasetyo ¹, Dhinda Subakti ², Difa Setia Artanti ³, Dimas Fadhlán Adhitya Rachadian ⁴, Muhamad Ramadhani ⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid Jakarta

Correspondence		
Email: tanjung_prasetyo@usahid.ac.id , 2023150037@usahid.ac.id , 2023150016@usahid.ac.id , 2023150026@usahid.ac.id , muhamadRamadhani@usahid.ac.id	No. Telp:	
Submitted 14 Juli 2024	Accepted 19 Juli 2024	Published 20 Juli 2024

Abstract

This study aims to determine the effect of live music performance on consumer attractiveness at Bang Jack coffee shop, Hankam, Bekasi. The method used in this research is descriptive quantitative. This study uses primary data obtained through a Likert scale questionnaire assisted by SPSS version 26 to test data validity, data reliability and simple linear regression analysis. The population in this study were consumers of Bang Jack coffee shops totaling 8,674 and 100 consumers were respondents obtained by the slovin formula. The research results obtained using the t value test and the t table value test obtained $t_{count} > t_{table}$, which means that the null hypothesis (H_0) is rejected. This means that there is a significant effect of live music performance on consumer attractiveness at Bang Jack Coffee Shop, Hankam, Bekasi.

Keywords: Live Music, Consumer attractiveness

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penampilan live music terhadap daya tarik konsumen di kedai kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner skala Likert dibantu dengan SPSS versi 26 untuk uji validitas data, reliabilitas data serta analisis regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari kedai kopi Bang Jack yang berjumlah 8.674 dan 100 konsumen merupakan responden yang diperoleh rumus slovin. Hasil penelitian yang didapatkan menggunakan uji nilai t hitung dan uji nilai t tabel diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang artinya hipotesis nol (H_0) ditolak. Ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari penampilan live music terhadap daya tarik konsumen di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi.

Kata Kunci: Live Music, Daya Tarik Konsumen

1. Pendahuluan

Kedai kopi merupakan tempat favorit bagi banyak orang untuk bersantai dan bersosialisasi sebagai pilihan utama untuk bekerja, belajar, atau sekedar menikmati waktu luang. Pada tahun 2016 jumlah kedai kopi di Indonesia sebanyak 1.083 gerai meningkat tiga kali lipat menjadi lebih dari 2.937 gerai pada tahun 2019 (T, 2022), salah satunya yaitu Kedai Kopi Bang Jack yang terletak Jl. Raya Hankam No.57, Jatirahayu, Kec. Pd. Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat yang sudah berdiri pada tahun 2017. Persaingan yang semakin ketat mendorong pemilik usaha kedai kopi harus terus berinovasi dan memiliki sebuah strategi yang dapat mempertahankan dan menarik bagi konsumen. Salah satu strategi yang sudah diterapkan diberbagai kedai kopi adalah dengan cara menyajikan *live music*. *Live music* di sebuah kedai kopi dapat menarik minat para konsumen dan dapat meningkatkan pendapatan.

Kedai kopi merupakan salah satu tempat UMKM yang menyajikan makanan minuman ringan maupun berat dengan mengutamakan tempat dan lingkungan yang nyaman. *Live music* adalah sebuah penampilan musik oleh penyanyi secara langsung di depan audiens. Pertunjukan

live music di sebuah kedai kopi digunakan untuk mempromosikan dan meningkatkan minat konsumen pada kedai kopi tersebut. Selain itu, konsumen dapat berinteraksi dengan penyanyi melalui *request* lagu yang mereka inginkan dan bernyanyi bersama (2022, 220). Penetapan *Genre music* yang ditampilkan pada *live music* di sebuah kedai kopi pun berpengaruh terhadap daya tarik konsumen.

Setiap berbagai kalangan yang datang di kedai kopi memiliki preferensi genre musik yang berbeda, seperti kalangan anak muda dan dewasa lebih menyukai genre musik pop, jazz, atau klasik yang lebih tenang dan mendalam, sedangkan kalangan usia lanjut lebih menyukai genre musik r&b, jazz, blues atau biasa dikenal lagu tahun 90an.

Kopi Bang Jack, Hankam yang berlokasi di Bekasi merupakan salah satu kedai kopi yang menyediakan makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau, selain itu Kopi Bang Jack, Hankam menyajikan sebuah *live music* yang menjadi salah satu daya tarik konsumen. *Live music* dapat memberikan suasana yang nyaman sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen saat berada di Kopi Bang Jack, Hankam.

Namun, belum banyak yang melakukan penelitian mengenai sejauh mana *live music* dapat mempengaruhi daya tarik konsumen, khususnya di Kopi Bang Jack, Hankam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *live music* terhadap daya tarik konsumen di Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi. Penelitian ini juga bertujuan untuk membuka pemahaman baru para usaha-usaha kecil tentang menarik minat para konsumen dengan cara yang baru dan berbeda. Maka berdasarkan penjelasan diatas, bahwa penampilan *live music* berpengaruh terhadap daya tarik konsumen, maka kami melakukan penelitian berjudul “Analisa Penampilan *Live Music* Terhadap Daya Tarik Konsumen Di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi”.

Maka dari itu, untuk menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini maka terdapat latar belakang sebagai berikut, yaitu bagaimana pengaruh *live music*, apakah terdapat peningkatan jumlah konsumen terhadap daya tarik konsumen di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *live music*, mengetahui peningkatan jumlah konsumen terhadap daya tarik konsumen di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi.

2. Landasan Teori

2.1 Musik

Saat ini musik adalah suatu kegemaran yang hampir disukai banyak orang di berbagai kalangan usia . Hal ini terjadi karena, musik adalah sebuah media ekspresi seseorang yang berpadu dalam sebuah karya seni. Berikut ini adalah pengertian *music* menurut Koentjaraningrat (1986) dan Gustam (2015) :

- a. *Music* adalah bagian dari sebuah kesenian dan merupakan salah satu komponen kebudayaan manusia.
- b. *Music* merupakan bentuk ekspresi luas yang dipadukan dengan sebuah seni.

2.2 Pertunjukan *Live Music*

Menurut Minor et al., (2004) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pertunjukan *live music* sebagai berikut :

2.2.1 Kualitas sound system pada *live music*

Di dalam sebuah pertunjukan *live music*, sound system adalah salah satu komponen terpenting yang memastikan agar suara alat musik dan vokal terdengar jelas di seluruh area. Sound system yang baik memungkinkan musisi untuk tampil dengan kualitas yang lebih baik sehingga hal ini merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam pertunjukan *live music*.

2.2.2 Kemampuan penyanyi dalam membawakan sebuah lagu di pertunjukan *live music*

Kemampuan seorang penyanyi untuk membawakan sebuah lagu secara *live* tidak hanya terbatas pada teknik vokal yang hebat; tetapi juga mencakup kemampuan untuk terhubung

secara emosional, menafsirkan musik dengan penonton secara langsung, dan menciptakan hubungan yang kuat dengan para penikmat musik.

2.2.3 Lagu yang dibawakan terdengar familiar/sering di dengar oleh penikmat musik yang berkunjung ke pertunjukan live musik

Salah satu faktor penting lainnya dalam mendorong orang untuk menghadiri pertunjukan musik live adalah memilih musik yang dapat dikenal oleh para pecinta musik. Ini adalah sebuah strategi ketika musik live ditampilkan di suatu lokasi, lagu-lagunya harus terkenal atau sering didengar banyak orang.

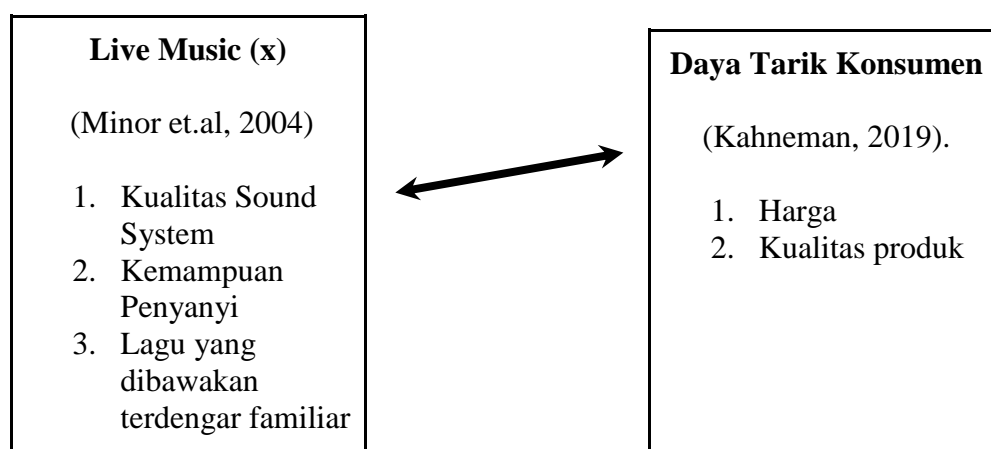
2.4 Daya Tarik Konsumen

Daya tarik konsumen adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk meningkatkan perhatian dan keinginan mereka, sehingga membuat mereka lebih cenderung membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan guna menumbuhkan daya tarik konsumen salah satunya adalah harga dan kualitas produk/jasa yang ditawarkan (Kahneman, 2019).

2.5 Kerangka Pemikiran

McGaghie dalam Hayati (2020), kerangka pemikiran adalah proses menjalankan prosedur dalam rangka melakukan penelitian berbasis pertanyaan dan memandu penyidik dalam memeriksa permasalahan yang mengungkap sebuah kasus dan konteks yang berkaitan dengan kajian peneliti. (Sanaky et al., 2021). Temuan utama penelitian ini meliputi variabel independen, Penampilan *Live Music* (X), dan variabel dependen, Daya Tarik Konsumen (Y).

Tabel 2.4 Kerangka Pemikiran



4. Metodologi Penelitian

Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan program statistika untuk menganalisis data. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menjelaskan tentang angka-angka (numerical) yang diolah oleh program statistika.

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi menurut definisi Sugiyono merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (2023, 17). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi.

Metode sampling digunakan untuk meminta responden dari beberapa pelanggan kedai kopi. Kemudian menggunakan rumus *Slovin* untuk menghitung ukuran sampel, dengan rumus sebagai berikut.

Tabel 3.1 Populasi dan Sampel

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari 2024	1.602
Februari 2024	1.544
Maret 2024	1.491
April 2024	1.026
Mei 2024	1.529
Juni 2024	1.482
Total	8.674
Rata-rata per Bulan	1.445,6

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Number of samples (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance (toleransi terjadinya kesalahan maksimum 10% dari populasi)

Dari rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{8.674}{1 + \frac{8.674}{(0,1)^2}}$$

$$n = \frac{8.674}{87,74}$$

n = 98,86 dibulatkan menjadi 100 responden

3.2 Teknik Pengambilan Data

Pada penelitian ini teknik pengambilan data yang dipergunakan yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara. Melakukan kunjungan langsung ke kedai kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi dan menganalisis lebih dalam saat penampilan *live music* berlangsung.

Responden dari kuesioner pada penelitian ini yaitu para konsumen Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi. Selain itu, informasi lainnya didapat melalui wawancara dengan memberikan sebuah pertanyaan langsung kepada pemilik Kedai Kopi Bang Jack, Hankam.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert, pengukuran ini mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau kelompok terhadap fenomena sosial (2011). Pengukuran ini memiliki lima kategori penilaian, yaitu :

- Sangat Tidak Setuju (TST) : Skor 1
- Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- Netral (N) : Skor 3
- Setuju (S) : Skor 4
- Sangat Setuju (SS) : Skor 5

3.3 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk menilai sejauh mana instrumen tersebut tepat untuk digunakan dalam sebuah penelitian (Arsi & Herianto, 2021).

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{\left(\sum_{i=1}^n x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right) \left(\sum_{i=1}^n y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right)}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total
 N : Jumlah subyek penelitian
 Σx : Jumlah skor butir
 Σy : Jumlah skor total
 Σxy : Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total
 Σx^2 : Jumlah kuadrat skor butir
 Σy^2 : Jumlah kuadrat skor total

3.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah penilaian berbasis indeks yang menunjukkan apakah suatu pengukur tertentu dapat dipercaya atau tidak dipercaya. Hal ini menggambarkan bagaimana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih.

Uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach, Rumus dari Alpha Cronbach yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

- r_{11} : Reliabilitas yang dicari
 n : Jumlah item pertanyaan yang diuji
 $\sum \delta^2_t$: Jumlah skor varian tiap-tiap item
 δ^2_t : Varian total

Menurut *Guilford (1956: 145)*, nilai r_{11} antara 0,80 hingga 1,00 menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi, sementara nilai antara 0,60 hingga 0,80 menandakan reliabilitas yang tinggi. Jika nilai r_{11} berada di rentang 0,40 hingga 0,60, reliabilitasnya dikategorikan sebagai sedang, dan jika antara 0,20 hingga 0,40, reliabilitasnya dianggap rendah. Nilai r_{11} di bawah 0,20 menunjukkan reliabilitas sangat rendah atau tidak reliable.

3.5 Analisa Regresi Sederhana

Analisis regresi adalah jenis analisis yang mempelajari bagaimana satu atau lebih variabel independen mempengaruhi satu variabel dependen. Karena banyak variabel bebas lebih dari satu, analisis regresi sederhana didasarkan pada analisis linier berganda dan hubungan fungsional atau kausal. Dengan dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

Keterangan :

y : Nilai yang diprediksi

a : Konstanta, nilai y dan x = 0

b : Koefisien arah regresi

x : Nilai variabel independen

5. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

4.1.1 Uji Validitas Penampilan *Live Music* (x)

Untuk menentukan hasil uji validitas terhadap variabel x "penampilan *live music*" melalui tiga pertanyaan dibuat menggunakan program SPSS versi 26. Hasil yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.1 Uji Validitas Penampilan *Live Music* (x)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Apakah kualitas sound system pada live music di kedai kopi Bang Jack berkualitas	0,796	0,197	Valid
Apakah genre musik yang dibawakan terdengar familiar menurut anda	0,806	0,197	Valid
Apakah kemampuan penyanyi live musik di kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk mengunjunginya kembali	0,862	0,197	Valid

Dalam buku "*Pengantar Statistika*" karya Dr. Adam Malik menyatakan apabila r hitung \geq r table maka item angket tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tiga butir item pertanyaan yang mewakili pengujian variabel x yaitu "*Live Music*" adalah valid. Dari hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut telah sesuai dengan penelitian.

4.1.2 Uji Validitas Daya Tarik Konsumen (y)

Untuk menentukan hasil uji validitas terhadap variabel y "daya tarik konsumen", tiga pertanyaan dibuat menggunakan program SPSS versi 26. Hasil yang dihasilkan adalah sebagai berikut

Tabel 4.1.2 Uji Validitas Daya Tarik Konsumen (y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
------------	----------	---------	------------

Apakah menu kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk datang kembali ke kedai ini	0,843	0,197	Valid
Apakah anda tertarik dengan harga produk yang ditawarkan dalam kedai kopi Bang Jack	0.903	0,197	Valid
Apakah harga produk sesuai dengan kualitas menu yang ditawarkan di kedai kopi Bang Jack	0,878	0,197	Valid

Berdasarkan tabel 4.1.2 uji validitas terhadap variabel Y “ daya tarik konsumen” menunjukkan bahwa tiga butir item pertanyaan yang mewakili pengujian tersebut dinyatakan valid. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut telah sesuai dengan penelitian.

4.2 Uji Reliabilitas

Dalam mencari hasil uji reliabilitas menggunakan program SPSS versi 26 terhadap variabel x “penampilan *live music*” dan variabel y “daya tarik konsumen” melalui enam pertanyaan, berikut hasil yang diperoleh :

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Total Item	Keterangan
Penampilan <i>Live Music</i> (x)	0,759	3	Reliable
Daya Tarik Konsume (y)	0,846	3	Reliable

Uji reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach terhadap variabel x “penampilan *live music*”. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 dapat dianggap reliabel. Dari tabel 4.2 di atas hasil nilai Alpha Cronbach $0,759 > 0,60$, artinya pernyataan yang digunakan untuk mengukur penampilan *live music* telah terbukti konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur persepsi atau penilaian terkait penampilan musik secara langsung

4.3 Analisa Deskriptif

4.3.1 Analisa Deskriptif Penampilan *Live Music* (x)

Terdapat 100 Responden yang menerima pertanyaan tentang analisa penampilan *live music* yang dimana terdapat 3 dimensi hal yang dianalisis yaitu meliputi penampilan *live music* berdasarkan kualitas sound, penampilan *live music* berdasarkan *genre music*, dan penampilan *live music* berdasarkan kemampuan penyanyi sebagai berikut :

Tabel 4.3.1 Analisa Deskriptif Penampilan Live Music (x)

Pertanyaan	N	Min	Max	Mean
Apakah kualitas sound system pada live music di kedai kopi bang Jack berkualitas	100	1	5	4,06



Apakah genre musik yang dibawakan terdengar familiar menurut anda	100	1	5	3,81
Apakah kemampuan penyanyi live musik di kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk mengunjunginya kembali	100	2	5	4,10
Nilai rata-rata (Mean)				11,97

Tabel 4.3.1 menunjukkan hasil dari pengolahan data variabel x “penampilan *live music*” memiliki nilai rata-rata (mean) keseluruhan berjumlah 11,97 dengan nilai mean tertinggi mencapai 4,10 pada butir pertanyaan ketiga yaitu “apakah kemampuan penyanyi live musik di kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk mengunjunginya kembali”. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat diartikan bahwa penyanyi live musik di kedai kopi tersebut secara umum dapat menarik minat para pengunjung untuk kembali.

Hasil nilai rata-rata (mean) dengan nilai terendah mencapai 3,81 pada butir pertanyaan kedua yaitu “apakah genre musik yang dibawakan terdengar familiar menurut anda”. Dari hasil ini dapat diartikan bahwa sebagian besar konsumen memiliki persepsi positif namun terdapat ruang untuk perbaikan dalam kesesuaian genre musik dengan minat konsumen. Meskipun demikian, hasil ini menunjukkan bahwa ada potensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan preferensi genre musik yang disajikan.

4.3.2 Analisa Deskriptif Daya Tarik Konsumen (y)

Terdapat 3 dimensi daya tarik konsumen yang dianalisis yaitu daya tarik untuk datang kembali, harga produk yang ditawarkan, dan kualitas menu, berikut hasil analisisnya :

Tabel 4.3.2 Analisa Deskriptif Daya Tarik Konsumen (y)

Pertanyaan	N	Min	Max	Mean
Apakah menu kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk datang kembali ke kedai ini	100	3	5	4,20
Apakah anda tertarik dengan harga produk yang ditawarkan dalam kedai kopi Bang Jack	100	3	5	4,08
Apakah harga produk sesuai dengan kualitas menu yang ditawarkan di kedai kopi Bang Jack	100	3	5	4,13
Nilai rata-rata (Mean)				12,41

Tabel 4.3.2 menunjukkan hasil dari olahan data variabel y “daya tarik konsumen” memiliki nilai rata-rata (mean) keseluruhan berjumlah 12,41 dengan nilai mean tertinggi mencapai 4,20 pada butir pertanyaan pertama yaitu “apakah menu kedai kopi bang jack membuat anda tertarik untuk datang kembali ke kedai ini”. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas konsumen merasa menu yang disajikan di kedai kopi Bang Jack cukup menarik dan memikat sehingga mereka tertarik untuk kembali ke kedai tersebut.

Hasil nilai rata-rata (mean) dengan nilai terendah mencapai 4,08 pada butir pertanyaan kedua “apakah anda tertarik dengan harga produk yang ditawarkan dalam kedai kopi Bang Jack”.

Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa konsumen cukup tertarik dengan harga produk yang ditawarkan, meskipun mungkin ada ruang untuk perbaikan atau penyesuaian harga agar lebih sesuai dengan harapan konsumen.

4.4 Analisa Regresi Linear Sederhana

4.4.1 Koefisien Determinasi

Tabel 4.4.1 Koefisien Determinasi

R	R Square
0,677	0,459

Tabel 4.4.1 menunjukkan hubungan yang kuat dan searah (berslope positif) antara penampilan *live music* terhadap daya tarik konsumen. Besarnya pengaruh penampilan *live music* terhadap daya tarik konsumen (koefisien determinasi) adalah 0,459 yang dinyatakan oleh R square, sehingga besarnya pengaruh penampilan *live music* terhadap daya tarik konsumen adalah 45,9% dan nilai sisa (residu) adalah 54,1% (100% - 45,9%) yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

4.4.2 Koefisien Regresi

Tabel 4.4.2 Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.error	Beta		
(Constant)	4,867	0,839		5,798	8,1773E-8
Live Music	0,630	0,069	0,677	9,117	9,9899E-15

Hasil tabel 4.4.2 dapat dianalisa jika penampilan live music tanpa adanya daya tarik konsumen ($x = 0$), maka hasil perhitungan daya tarik konsumen sebesar 4,867. Apabila hasil nilai penampilan live musik mengalami kenaikan, maka daya tarik konsumen akan ikut mengalami kenaikan. Contoh jika ($x = 5$) maka hasil nilai (value) $y = 4,867 + 0,630 (5)$, diperoleh hasil nilai (value) $y = 8,017$ artinya jika terdapat peningkatan penampilan live musik maka daya tarik konsumen mengalami juga peningkatan. Dari tabel 4.4.2 maka berikut adalah ringkasan dari hasil pengolahan data :

Tabel 4.4.3 Persamaan Regresi

Hubungan Variabel	Korelasi	Pengaruh	Persamaan Regresi	Uji Signifikansi
X => Y	0,677	0,459	$y = 4,867 + 0,630x$	Signifikasi
	(Kuat)	45,9%		

4.5 Uji Hipotesis

t hitung tabel 4.4.2	: 9,177
a	: $a/2 = 0,1 / 2 = 0,05$
df	: $n-2 = 3-2 = 1$
t tabel	: 6,137

Menurut kriteria pengujian hipotesis t hitung $>$ t tabel, dengan t hitung sebesar 9,177 dan t tabel sebesar 6,137. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima dapat diartikan penampilan live music (x) berpengaruh signifikan terhadap daya tarik konsumen (y) di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis di atas yang telah dijabarkan tentang “Analisa Penampilan *Live Music* Terhadap Daya Tarik Konsumen Di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Uji validitas menunjukkan semua butir pertanyaan terkait variabel x “penampilan *live music*” dengan variabel y “daya tarik konsumen” dinyatakan valid. Hal ini karena nilai r hitung $>$ r tabel, yang artinya bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini tepat dan sesuai untuk mengukur variabel yang diteliti.
- 2) Uji reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki reliabilitas yang baik. Hasil nilai Alpha Cronbach variabel x “penampilan *live music*” yaitu sebesar 0,759 dan variabel y “daya tarik konsumen” yaitu sebesar 0,846. Hasil dari kedua variabel menunjukkan lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa instrumen tersebut konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur persepsi konsumen.
- 3) Dari hasil analisa deskriptif variabel x “penampilan *live music*” dapat dilihat dari dua faktor yaitu nilai mean tertinggi dan nilai mean terendah. Nilai rata-rata mean keseluruhan variabel x “penampilan *live music*” yaitu berjumlah 11,97, dengan hasil nilai mean tertinggi sebesar 4,10 pada butir pertanyaan ketiga yaitu “apakah kemampuan penyanyi live musik di kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk mengunjunginya kembali”, dapat diartikan bahwa penyanyi live musik di kedai kopi tersebut secara umum dapat menarik minat para pengunjung untuk kembali. Hasil nilai mean terendah sebesar yaitu 3,81 pada butir pertanyaan kedua yaitu “apakah genre musik yang dibawakan terdengar familiar menurut anda”, artinya menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan dalam kesesuaian genre musik dengan preferensi konsumen.
- 4) Dari hasil analisis deskriptif variabel y “daya tarik konsumen” dapat dilihat dari dua faktor yaitu nilai mean tertinggi dan nilai mean terendah. Terdapat hasil dari nilai rata-rata mean keseluruhan variabel y “daya tarik konsumen” yaitu berjumlah 12,41, hasil nilai mean tertinggi sebesar 4,20 pada butir pertanyaan pertama yaitu “apakah menu kedai kopi Bang Jack membuat anda tertarik untuk datang kembali ke kedai ini”, dapat diartikan bahwa mayoritas konsumen merasa menu yang disajikan di kedai kopi Bang Jack cukup menarik sehingga mereka tertarik untuk kembali ke kedai tersebut. Hasil dari nilai mean terendah sebesar 4,08 pada butir pertanyaan kedua “apakah anda tertarik dengan harga produk yang ditawarkan dalam kedai kopi Bang Jack”. artinya bahwa konsumen cukup tertarik dengan harga produk yang ditawarkan, meskipun mungkin ada ruang untuk perbaikan atau penyesuaian harga agar lebih sesuai dengan harapan konsumen.
- 5) Koefisien determinasi (R Square) menunjukkan besarnya pengaruh variabel x “penampilan *live music*” terhadap variabel y “daya tarik konsumen” sebesar 0,459 atau 45,9%. Ini berarti bahwa 45,9% variasi dalam daya tarik konsumen dapat dijelaskan oleh penampilan *live music*, sementara sisanya 54,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 6) Uji hipotesis menunjukkan bahwa penampilan *live music* berpengaruh signifikan

terhadap daya tarik konsumen. Nilai t hitung (9,117) > t tabel (6,137), sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari penampilan *live music* terhadap daya tarik konsumen di Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penampilan *live music* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap daya tarik konsumen. Kedai Kopi Bang Jack, Hankam, Bekasi dapat mempertimbangkan untuk terus menyajikan *live music* dengan memperhatikan kualitas sound system, kemampuan penyanyi, dan kesesuaian genre musik dengan minat konsumen untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan.

6. Daftar Pustaka

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023, Juni). JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer. *KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN*, 17. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624/5947>
- Arsi, A., & Herianto. (2021, Januari 19). LANGKAH -LANGKAH Uji Validitas Reliabilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS. *OSF Preprints*. <https://osf.io/preprints/osf/m3qxs>
- Christy, Y. N. Y. (2016, Yogyakarta). "Pengaruh Pertunjukan *Live Music* Terhadap Kepuasan Pengunjung Di It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta". *Gema*, 5(1). <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/musik/article/view/4017>
- Harya, H. B. (2021, agustus senin). PENGARUH FASILITAS *LIVE MUSIC* DI KAFE TERHADAP ATENSI PELANGGAN. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/8853>
- Kahneman, D. (2019). *Thinking, Fast and Slow*. Gramedia Pustaka Utama.
- M., A. M., & Chusni, M. M. (2018). *Pengantar Statistika Pendidikan* (1st ed., Vol. 1). DEEPUBLISH.
- P, G. J. (n.d.). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. *APA PsycNet*. <https://psycnet.apa.org/record/1956-07940-000>
- Prasetyo, T., Ramdhani, M., & Ardan, M. (2023, Desember Kamis). Pricing on Consumer Purchasing Decisions at Coffee Shop in East Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Ekonomika*, 16(1). <https://doi.org/10.35384/jime.v16i1.509>
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021, Juni Selasa). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH. *JURNAL SIMETRIK*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- T, U. (2022, Maret 24). Fenomena Coffee Shop, Bisnis Kekinian di Indonesia. *Undip*. <https://undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/>
- Wiranata, I. A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh fasilitas live musik dan harga terhadap keputusan pembelian di warunk nonstop (Survei pada pengikut instagram @warunknonstop). *Jurnal ilmiah wahana pendidikan* 8 (17), 220-231, 2022, 220. Retrieved Juni 16, 2024, from https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+live+musik+terhadap+keputusan+pembelian&oq=pengaruh+live+m#d=gs_qabs&t=1718550923450&u=%23p%3Dz3f6zHClKpwJ