

**ANALISIS PENGARUH JENIS TEMPO MUSIK TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS: MANNA KAMPUS JL. C. SIMANJUNTAK NO. 70)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Teknik Industri - Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia**



Nama : Inna Septyowati
No. Mahasiswa : 19522270

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya mengakui bahwa tugas akhir saya ini adalah murni hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang seluruhnya sudah saya cantumkan sumbernya. Jika dikemudian hari terdapat bukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi yang sesuai dengan peraturan yang sudah berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 26 – Mei – 2023



(Inna Septyowati)
19522270

SURAT BUKTI PENELITIAN

FAKULTAS
TEKNOLOGI INDUSTRIGedung KH. Mas Mansur
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
J. Kalirejo km 14,3 Yogyakarta 55384
T. (0274) 896044 ext. 4110, 4100
F. (0274) 895007
E. fti@uii.ac.id
W. fti.uii.ac.id

Nomor : 05/Ka.Lab DSK&E/70/Lab. DSK&E/VI/2023

Hal : Surat Keterangan Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Kami yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Laboratorium Desain Sistem Kerja dan Ergonomi (DSK&E), Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, dengan ini ingin memberitahukan bahwa mahasiswa di bawah telah melakukan penelitian di Laboratorium DSK&E.

Nama Peneliti : Inna Septyowati
NIM : 19522270
Program Studi : Teknik Industri-FTI-UII
Tempat Penelitian : 1. Toko Manna Kampus Jl. C. Simanjutak No. 70, Yogyakarta
2. Laboratorium Desain Sistem Kerja & Ergonomi
Waktu Penelitian : Februari- Mei 2023
Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap Pengaruh Perilaku Konsumen (Studi Kasus: Manna Kampus Jl. C. Simanjutak No. 70)
Dosen pembimbing : Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wssalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta 30 Mei 2023

Kepala Lab DSK&E,

Chancara Basumerda, S.T., M.Sc.

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS PENGARUH JENIS TEMPO MUSIK TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS: MANNA KAMPUS JL. C. SIMANJUNTAK NO.70)**



TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Inna Septyowati

No. Mahasiswa : 19522270

Yogyakarta, 26 Mei 2023

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Atyanti'.

(Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.)

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**ANALISIS PENGARUH JENIS TEMPO MUSIK TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS: MANNA KAMPUS JL.C. SIMANJUNTAK NO.70)**

TUGAS AKHIR**Disusun Oleh :****Nama : Inna Septyowati****No. Mahasiswa : 19 522 270**

**Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia**

Yogyakarta, 19 - Juni – 2023**Tim Penguji**Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Ketua

Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.

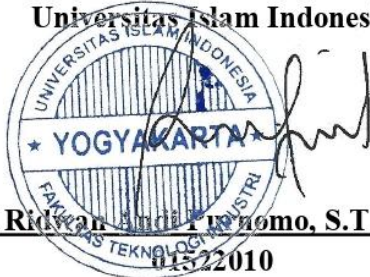
Anggota I

Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T

Anggota II

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia**



Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM

01522010

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa puji dan syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan alam semesta yang senantiasa memberikan Rahmat, Hidayah dan Nikmat kepada seluruh umat-Nya. Dengan ini saya persembahkan hasil penelitian Tugas Akhir saya kepada diri saya sendiri yang telah bertahan sejauh ini dan secara khusus kepada orang tua saya yang telah membiayai studi dan selalu mendo'akan serta mendukung saya. Saya juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang saya temui dan membantu saya selama masa studi, terima kasih karena telah memberikan dukungan, semangat, dan banyak hal baik kepada saya.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

“Tidak ada balasan untuk kebaikan selain kebaikan (pula).”

(Q.S Ar-Rahman: 60)

“Boleh jadi kalian membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kalian. Dan boleh jadi (pula) kalian menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kalian.”

(Q.S Al-Baqarah: 216)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh,

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir “Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen”. Tak lupa shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju jaman penuh ilmu.

Tugas akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) di Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia. Pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah salah satu mata kuliah wajib dari jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia dan juga merupakan sarana bagi penulis untuk menambah wawasan serta pengalaman dalam menerapkan keilmuan sesuai dengan yang diambil di bangku perkuliahan.

Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan membimbing saya serta memberikan pandangan, kepada seluruh pihak yang berjasa sebagai berikut:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU, ASEAN.Eng selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Kepada Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM selaku Ketua Program Studi Universitas Islam Indonesia.
3. Kepada Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
4. Kepada Ibu Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc. sebagai dosen yang telah membimbing tugas akhir saya yang telah berkenan memberikan kesempatan, banyak ilmu, dan meluangkan banyak waktu di sela-sela kesibukan untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta do'a selama proses pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini. Menjadi salah satu anak bimbingan ibu merupakan nikmat yang saya syukuri. Terima kasih ibu, semoga sehat selalu dan diberikan rezeki yang berlimpah.

5. Kedua orang tua dan keluarga saya yang sudah memberikan perhatian, kasih sayang, nasihat, semangat, serta do'a terbaiknya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan usaha terbaik. Terima kasih atas dukungan yang tak pernah putus untuk penulis dalam menyelesaikan studi selama kurang lebih 4 tahun ini. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi kita dalam rahmat dan hidayah-Nya.
6. Kepada sahabat terbaik masa kecil saya Ama, Shufi, Uti, dan Dewi dan sahabat terbaik SMA saya Namira, Subi, Jipa, Tika, Pita yang selalu memberi semangat, dukungan, dan do'a untuk penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu. Semoga selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, didekatkan dengan hal-hal baik, dan dalam perlindungan Allah SWT.
7. Kepada sahabat kuliah terbaik saya April, Ade, Sopi, Gina, Dhela, Tika, Finda, yang selalu menemani saya selama di jogja, berbagi kisah, ilmu, pengalaman dan hal berharga. Semoga kalian selalu sukses dan apa yang diharapkan dapat terwujud serta selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Kepada teman semasa saya kuliah Dina, Arina, Pina, Peem, Diyan, Tiara, Patih, Opol, Irvan, Jodi, Wawan, Mamad, Gian, Eky, Haykal, Dony dan seluruh fungsionaris bidang medinkom dan Inti Kabid yang selalu menenami dan menghibur penulis selama penyusunan laporan Tugas Akhir ini. Semoga kita selalu dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Himpunan Mahasiswa Teknik Industri LEM FTI UII Periode 2020/2021 dan 2021/2022 yang sudah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis sehingga banyak hal-hal baru yang diperoleh setelah bergabung. Serta telah menjadi tempat atau wadah bagi penulis untuk mengembangkan diri selama masa studi.
10. Keluarga Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Angkatan 2019 dan 2020 yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dan menjadi tempat penulis untuk berkembang bersama.
11. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan Namanya satu-persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dengan sesuatu yang lebih indah.

Penulis sadar jikalau dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak sekali kekurangan dan masih belum sempurna. Dengan sepenuh hati penulis menerima

kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan laporan ini agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 26 – Mei – 2023



(Inna Septyowati)
19522270

ABSTRAK

Musik merupakan seni berupa bunyi-bunyian yang diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan sebuah ritme, melodi dan harmoni yang indah. Saat ini musik tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan atau *entertainment* saja namun musik telah banyak dimanfaatkan untuk dapat mencapai tujuan tertentu dari seseorang, kelompok atau organisasi. Musik sendiri telah banyak dimanfaatkan sebagai suara latar dalam berbagai bidang, salah satunya adalah pada bidang pemasaran (bisnis ritel). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh dari jenis tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen dimana terdapat dua jenis tempo yang digunakan yaitu tempo musik cepat dan tempo musik lambat. Metode yang digunakan untuk melihat pengaruh jenis tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen yaitu uji statistik regresi linier berganda. Pada jenis tempo musik cepat akan ada 5 butir pertanyaan, jenis tempo musik lambat 5 butir pertanyaan, dan perilaku pembelian konsumen 3 butir pertanyaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Manna Kampus 2 yang telah melakukan aktivitas belanja di toko pada bulan mei 2023 dengan jumlah sampel yaitu 32 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil pada analisis regresi ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari jenis tempo musik lambat terhadap perilaku pembelian konsumen, sedangkan musik dengan tempo cepat memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku pembelian konsumen.

Kata Kunci: Jenis Tempo Musik, Perilaku Pembelian Konsumen, Analisis Regresi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT BUKTI PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Induktif (Penelitian Terdahulu)	9
2.1.1 Pengaruh Musik (Tempo Musik)	9
2.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	12
2.1.3 Uji Regresi Linier Berganda	14
2.1.4 Uji Korelasi	16

2.1.5	Analisis Deskriptif	18
2.2	Kajian Deduktif (Tinjauan Pustaka).....	26
2.2.1	Musik.....	26
2.2.2	Tempo Musik	26
2.2.3	Perilaku Konsumen	27
2.2.4	Atmosfer Toko	27
2.2.5	Ergonomi.....	28
2.2.6	Ergonomi Kognitif	29
2.2.7	Klasifikasi Usia	29
2.2.8	Pilot Study	31
2.2.9	Analisis Deskriptif	31
2.2.10	Uji Validitas	32
2.2.11	Uji Reliabilitas	32
2.2.12	Uji Normalitas	33
2.2.13	Uji Regresi Linier Berganda	33
2.2.14	Uji Korelasi	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Subjek Penelitian.....	35
3.2	Objek Penelitian	35
3.3	Definisi Variabel	35
3.4	Skala Pengukuran Variabel	36
3.5	Populasi dan Sampel	37
3.6	Sumber Data.....	38
3.7	Metode Pengumpulan Data	38
3.8	Instrumen Penelitian.....	39
3.9	Prosedur Eksperimen	39
3.10	Metode Analisis Data	40

3.10.1	Uji Validitas	40
3.10.2	Uji Reliabilitas	40
3.10.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.10.4	Uji Regresi Linier Berganda	41
3.10.5	Uji F	41
3.10.6	Uji T	42
3.10.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.10.8	Uji Korelasi	42
3.10.9	Analisis Deskriptif	43
3.11	Alur Penelitian	43
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		48
4.1	Karakteristik Responden	48
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	48
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Perasaan Saat Mendengarkan Musik.....	49
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Jenis Genre Musik	50
4.1.6	Karakteristik Berdasarkan Jenis Musik.....	51
4.1.7	Karakteristik Berdasarkan Media Musik	51
4.1.8	Karakteristik Berdasarkan Lama Waktu	51
4.1.9	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	52
4.1.10	Karakteristik Berdasarkan Tujuan Belanja	53
4.1.11	Karakteristik Berdasarkan Metode Pembayaran	53
4.1.12	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Rata-rata Daftar Belanja	54
4.1.13	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Rata-rata Uang	54
4.1.14	Karakteristik Berdasarkan Musik Yang Diputar Pada Toko.....	55
4.1.15	Karakteristik Berdasarkan Persepsi Musik Pada Toko	56

4.2	<i>Pilot Study</i>	56
4.2.1	Uji Pilot Study	57
4.3	Kuesioner Ergonomi Kognitif	60
4.3.1	Jenis Tempo Cepat	60
4.3.2	Jenis Tempo Lambat	60
4.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	61
4.4.1	Uji Validitas	61
4.4.2	Uji Reliabilitas	62
4.5	Uji Regresi Linier Berganda	63
4.6	Uji Korelasi	70
BAB V	PEMBAHASAN	72
5.1	Analisis Berdasarkan Karakteristik Responden	72
5.2	Analisis Berdasarkan Kuesioner Ergonomi Kognitif	73
5.2.1	Analisis Jenis Tempo Cepat	73
5.2.2	Analisis Jenis Tempo Lambat	75
5.3	Analisis Berdasarkan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	76
5.4	Analisis Berdasarkan Uji Regresi Linier Berganda	76
5.5	Analisis Berdasarkan Uji Korelasi	78
5.6	Rekomendasi	78
BAB VI	PENUTUP	81
6.1	Kesimpulan	81
6.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		xix
LAMPIRAN		A-1

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Induktif.....	20
Tabel 4. 1 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 2 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Perasaan.....	50
Tabel 4. 5 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Genre Musik.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Musik.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Media Musik	51
Tabel 4. 8 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Lama Waktu	52
Tabel 4. 9 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Tujuan Belanja	53
Tabel 4. 11 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Metode Pembayaran.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jumlah Daftar Belanja.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jumlah Rata-rata Uang	55
Tabel 4. 14 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Musik Pada Toko	55
Tabel 4. 15 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Persepsi Musik Pada Toko	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Pilot Study	57
Tabel 4. 17 Hasil Rekapitulasi Jenis Tempo Cepat	60
Tabel 4. 18 Hasil Rekapitulasi Jenis Tempo Lambat	60
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4. 23 Hasil Uji T-Test	68
Tabel 4. 24 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4. 26 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	70
Tabel 5. 1 Rekomendasi Lagu Pop Tempo Lambat.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengaruh Musik Terhadap Aktivitas Belanja.....	4
Gambar 2. 1 Data Proporsi Transaksi <i>E-Commerce</i> Berdasarkan Usia	30
Gambar 2. 2 Data Proporsi Transaksi <i>E-Commerce</i> Berdasarkan Usia	30
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	44
Gambar 3. 2 Alur Penelitian	45
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik merupakan seni berupa bunyi-bunyian yang diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan sebuah ritme, melodi dan harmoni. Musik dapat dimainkan dengan berbagai instrumen atau dengan vokal (suara manusia). Musik adalah seni suara yang ditangkap oleh indera pendengaran manusia dimana dalam musik terdapat beberapa unsur pembentuknya (Irawana & Desyanri, 2019). Eksistensi kehadiran musik telah berkembang pesat, saat ini musik tidak hanya dijadikan sebagai sebuah hiburan akan tetapi musik juga dikembangkan untuk tujuan lain sesuai dengan keinginan yang ingin dicapai oleh manusia, kelompok atau organisasi. Pada zaman modern ini, musik telah banyak dimanfaatkan sebagai suara latar dalam berbagai bidang, salah satunya adalah pada bidang pemasaran (bisnis ritel). Penggunaan musik sebagai suara latar telah banyak diperhatikan oleh peritel untuk digunakan pada bisnis mereka dengan tujuan meningkatkan citra toko atau membangun suasana toko yang membuat pengalaman belanja lebih menyenangkan (Subsada, 2020). Musik yang diputar pada toko dapat mempengaruhi dari perilaku konsumen yang meliputi kenyamanan dan lama waktu yang dihabiskan saat di dalam toko. Maharanie (2020) menjelaskan bahwa musik menjadi salah satu faktor terpenting yang dapat mempengaruhi emosi konsumen di dalam suatu toko karena musik mampu mempengaruhi sikap, suasana hati dan perilaku dari calon pembeli, jika emosi yang dihasilkan positif maka akan mendorong konsumen melakukan pembelian suatu produk dengan segera namun sebaliknya jika emosi negatif akan membuat konsumen enggan membeli produk secara impulsif. Menurut Supratiknya (2005) musik memiliki pengaruh kuat terhadap suasana hati manusia. Musik merupakan salah satu elemen lingkungan fisik dan menjadi metode yang efektif untuk mempengaruhi suasana hati seseorang. Alunan musik dapat mempengaruhi minat beli konsumen dibandingkan dengan elemen lain yang ada di toko, hal ini dikarenakan musik dapat diubah atau dimodifikasi dengan mudah dan dengan biaya yang rendah (Subsada, 2020).

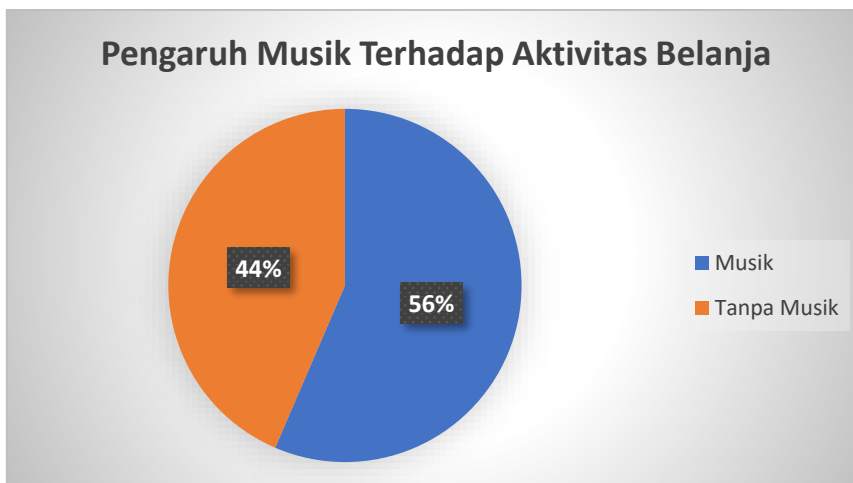
Musik merupakan salah satu bentuk dari *physical surrounding* yang dapat mempengaruhi konsumen, khususnya pada kondisi konsumsi dan pembelian produk (Assael, 1998). Menurut Assael (1998) ada tiga karakteristik situasi pembelian dan konsumsi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu, situasi konsumsi dimana situasi ini terjadi saat konsumen menggunakan produk dari suatu merek, situasi pembelian adalah situasi yang terjadi saat konsumen membeli sebuah produk pada toko, terakhir situasi komunikasi dimana situasi ini merupakan situasi yang di dalamnya terdapat serangkaian informasi yang dirancang oleh peritel untuk disebarkan kepada seluruh konsumen di dalam toko. Menurut Sutiana (2019) menyatakan bahwa suasana hati dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli jumlah item produk lebih banyak, jumlah uang yang dibelanjakan lebih banyak dan waktu di dalam toko lebih lama.

Lingkungan atau suasana menyenangkan yang diciptakan oleh toko mampu menciptakan pengalaman berbeda bagi konsumen dan dapat mempengaruhi dari perilaku pembelian konsumen. Pada salah satu studi mengenai perilaku konsumen yang dilakukan oleh Intan et al (2021) diketahui bahwa suasana toko mampu mempengaruhi dari perilaku konsumen. Studi lainnya menyatakan bahwa musik sebagai suara latar dapat membantu konsumen untuk memiliki pengalaman belanja yang lebih menyenangkan melalui pengaruhnya pada suasana hati (Priyadi, 2020). Atmosfer (suasana) merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan terkait perasaan kita terhadap pengalaman belanja yang tidak dapat terlihat (Ningsih, 2019). Suasana sebagai desain toko ritel yang menghasilkan efek emosional tertentu terhadap pembeli yang kemungkinan dapat meningkatkan jumlah pembelian (Curatman, Maulana, & Mahendra, 2023). Suasana toko dipengaruhi oleh beberapa elemen, salah satunya adalah berupa musik. Suasana hati dapat dimanipulasi dengan menggunakan musik (Christiani, Anandya, & Margaretha, 2019). Musik yang tepat dapat menciptakan suasana nyaman bagi konsumen dan sebaliknya jika musik yang diputar tidak sesuai dengan selera konsumen akan menimbulkan ketidaknyamanan pada konsumen. Dari hasil survei awal yang dilakukan oleh Suhaeni (2020) diketahui bahwa musik merupakan salah satu faktor yang paling mempengaruhi kenyamanan konsumen di tempat belanja. Namun, pengaruh musik terhadap perilaku konsumen bisa tergantung dari jenis musik yang diputar dan karakteristik konsumen itu sendiri (Suhaeni, Raharso, & Putri, 2020).

Tempo merupakan salah satu elemen penting yang ada di dalam musik (Subsada, 2020). Tempo musik adalah tingkat ketukan dari sebuah lagu yang memiliki ukuran tertentu (bpm)

(Aryanto & Megananda, 2019). Menurut subsada (2020) tempo musik adalah ukuran ketukan per menit dari sebuah lagu, jika jumlah ketukan semakin banyak maka musik tersebut masuk ke dalam kategori tempo cepat namun sebaliknya jika jumlah ketukan semakin sedikit maka termasuk ke kategori tempo lambat. Ukuran dari tempo musik yaitu BPM (*Beat Per Minute*) dan alat yang biasanya digunakan untuk mengukur kecepatan dari sebuah tempo disebut dengan *metronome*. Peritel dapat mempengaruhi jumlah waktu dan jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen dengan memanipulasi tempo musik (Rahmah, 2018). Menurut Lestari (2019) Musik dengan tempo cepat memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi aktivitas seseorang menjadi lebih sigap dan membangkitkan gairah mengikuti tempo musik yang didengar. Sedangkan musik dalam tempo lambat akan berkecenderungan memperlambat aktivitas atau perilaku seseorang yang mendengarnya.

Manna Kampus adalah salah satu perusahaan ritel lokal terbesar dan memiliki lima cabang yang tersebar diberbagai daerah di Yogyakarta yaitu, simanjuntak, babarsari, supeno, palagan, dan godean. Manna Kampus yang terletak di Jl. C. Simanjuntak No. 70 menjadi toko pusat dari seluruh cabang manna kampus, toko ritel ini terkenal dikalangan masyarakat lokal dan mahasiswa atau pelajar Yogyakarta dikarenakan letaknya yang dekat dengan beberapa kampus seperti, UGM, UII, UNY, dan beberapa sekolah MAN, SMA, SMK, dan SMP. Lokasi yang sangat strategis karena dekat dengan beberapa kampus dan sekolah dan letak toko yang berada di pinggir jalan raya membuat Manna Kampus JL. C. Simanjuntak No.70 menjadi salah satu toko ritel favorit khususnya bagi mahasiswa, selain karena letak yang strategis, produk yang ditawarkan juga sangat lengkap serta harga yang diberikan termasuk murah menjadi alasan banyak masyarakat lokal maupun mahasiswa untuk berbelanja disana. Untuk tetap menjaga eksistensinya, Manna Kampus melakukan berbagai strategi bisnis yang tepat salah satunya adalah dengan berusaha menciptakan suasana toko yang dapat memberikan pengalaman dan lingkungan belanja yang sesuai dengan konsumennya. Salah satu elemen toko ritel yang digunakan oleh manna kampus adalah musik, dimana selama jam operasi (jam 08.30 – 21.30 WIB) musik akan terus diperdengarkan di dalam toko dengan tujuan untuk menciptakan suasana belanja yang menyenangkan serta memanipulasi perilaku belanja konsumen.



Gambar 1. 1 Data Pengaruh Musik Terhadap Aktivitas Belanja

Berdasarkan hasil penelitian awal yang telah dilakukan oleh penulis kepada 25 pelanggan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70, dapat dilihat pada grafik di atas bahwa 56% musik berpengaruh terhadap aktivitas belanja mereka dibandingkan dengan kondisi tanpa musik. Selain itu juga diperoleh data berdasarkan hasil survei bahwa musik yang diputarkan pada toko 31% sudah sesuai dengan keinginan konsumen, hasil tersebut menunjukkan nilai persepsi konsumen terhadap musik yang diputarkan masih rendah atau belum memenuhi keinginan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara kepada 6 responden (pelanggan) menyatakan musik sangat berpengaruh dalam kegiatan belanja karena dengan adanya musik membuat mereka lebih menikmati dalam berbelanja dan tidak bosan. Selain itu diketahui juga, jika musik yang diputarkan adalah musik terkenal dikalangan konsumen atau lagu kekinian dapat membuat mereka merasa belanja menjadi lebih menyenangkan.

Dengan demikian, diperlukan penelitian ini untuk melihat seberapa pengaruh jenis tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen saat belanja sehingga peritel dapat melakukan strategi marketing yang lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen. Hasil penelitian ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh pengelola bisnis toko ritel untuk mengadopsi berbagai jenis lagu yang dapat mendorong konsumen lebih intensif dalam berbelanja. Jenis tempo musik yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis tempo cepat dan tempo lambat. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pengolahan statistik yaitu, uji regresi linier berganda dimana uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya dan menunjukkan arah hubungan yang terjadi. Sebelum dilakukannya uji regresi linier berganda, akan dilakukannya uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik memiliki 3 tahapan yaitu, uji normalitas untuk mengetahui bahwa

data telah berdistribusi secara normal atau tidak, selanjutnya uji multikolinieritas untuk mengetahui bahwa tidak terdapat gangguan multikolinieritas dalam suatu model regresi, terakhir yaitu uji heteroskedastisitas untuk mengetahui bahwa tidak terdapat kesamaan *variance* atau residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Selain uji regresi, pada penelitian ini juga akan menggunakan uji statistik korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel tidak bebas (Y). Penelitian ini mengambil judul “**Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Kasus Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara jenis tempo musik yang diputar pada swalayan dengan perilaku pembelian konsumen?
2. Bagaimana saran atau rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil mengenai jenis tempo musik apa saja yang dapat diputar oleh pemilik usaha swalayan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui hubungan antara jenis tempo musik yang diputar pada swalayan dengan perilaku pembelian konsumen.
2. Memberikan saran atau rekomendasi berdasarkan hasil mengenai jenis tempo musik apa saja yang dapat diputar oleh pemilik usaha swalayan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat mengetahui faktor jenis tempo musik apa yang paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen swalayan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terkait ergonomi kognitif.

2. Bagi yang diteliti, dapat mengetahui faktor jenis tempo musik apa yang paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen swalayan yang didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan saran atau rekomendasi kepada perusahaan di bidang ritel untuk mengadopsi suara latar musik yang akan diputar.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai acuan mengenai topik ergonomi kognitif khususnya mengenai analisis pengaruh tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengambilan data dilakukan terhadap seluruh konsumen swalayan Manna Kampus Jl.C. Simanjuntak No.70, yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan.
2. Proses pengambilan data dilakukan di swalayan Manna Kampus yang berada di Jl. C. Simanjuntak No.70, Terban, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, pada bulan mei 2023.
3. Penelitian ini hanya dilakukan untuk jenis toko ritel seperti swalayan dan supermarket.
4. Pengambilan data dilakukan dengan menyebar kuesioner via *Google Form* dan juga melakukan wawancara secara langsung jika responden berkenan.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar lebih terstruktur serta memberikan pembahasan yang jelas dan terperinci dalam penyusunan tugas akhir ini, maka sistematika penulisan dilakukan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai pendahuluan tentang latar belakang permasalahan pada topik penelitian ini. Kemudian terdapat rumusan masalah terstruktur agar mudah mensolusikan, tujuan penelitian guna menentukan fokus penelitian, manfaat penelitian ke berbagai pihak, batasan masalah dengan harapan penelitian tidak membicarakan diluar topik, dan sistematika penelitian secara singkat.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Berisikan tentang teori dan konsep dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Literatur diperoleh dari buku maupun pendapat pakar atau sumber yang valid. Selain itu, memuat uraian hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan metode penelitian tentang kerangka pemecahan masalah dan penjelasan secara umum bagaimana langkah-langkah yang akan dilakukan menggunakan metode yang telah ditentukan. Bab ini juga mencakup subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, alat dan bahan penelitian, Teknik pengambilan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, serta bagian alur penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini mengulas data yang diperoleh selama melakukan penelitian dan melakukan pengolahan data menggunakan metode yang telah dijelaskan di bab sebelumnya. Hasil pengolahan data ditampilkan dalam berbagai bentuk analisis. Bab ini menjadi pedoman untuk pembahasan hasil yang akan ditulis pada selanjutnya.

BAB V PEMBAHASAN

Membahas dan menganalisis hasil dari bab sebelumnya yang beracuan pada latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian untuk akan menghasilkan kesimpulan

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari analisis dan pembahasan. Kesimpulan bertujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Bab ini juga terdapat saran yang diberikan berdasarkan pengalaman untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Induktif (Penelitian Terdahulu)

Kajian Induktif pada penelitian ini adalah berisi jurnal dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan metode dan hasil penelitian yang digunakan. Berikut merupakan beberapa penelitian terkait pengaruh musik (tempo musik), uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji korelasi, dan analisis deskriptif.

2.1.1 Pengaruh Musik (Tempo Musik)

Penelitian pertama yang membahas terkait pengaruh musik terhadap konsumen oleh Natalia et al. (2021) dengan judul “Analisis Pengaruh *Musicscape* Terhadap *Emotional States* Dan Perilaku Konsumen Restoran *Hacienda Mexican Bar & Grill* Di Surabaya”. Dimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari *musicscape* terhadap *emotional states* dan perilaku konsumen dari restoran *Hacienda Mexican Bar & Grill* Surabaya. Populasi penelitian ini termasuk dalam populasi tidak terbatas sehingga teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan jenis *judgemental sampling*. Sampel penelitian ini minimal berusia 17 tahun dan pernah makan atau minum di restoran *Hacienda Mexican Bar & Grill* Surabaya dalam kurun waktu 1 tahun terakhir Juni 2019-Juni 2020. Penelitian menggunakan kuesioner yang disebar pada dua sesi yaitu siang hari dari jam 10.00-17.00 dan malam hari dari jam 17.00-00.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, musik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional states* konsumen. Selanjutnya diketahui, *emotional states* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dan musik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen lewat *emotional states* sebagai variabel intervasi.

Penelitian selanjutnya yang berjudul “Musik Dalam-Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket” oleh Suhaeni et al. (2020) bertujuan untuk menguji efek dari musik latar di dalam toko terhadap perilaku pelanggannya serta mendesain lingkungan toko ritel dengan musik untuk mempengaruhi pengalaman belanja dari konsumen. Peneliti memilih tempo dan volume musik sebagai karakteristik percobaan dengan masing – masing 50 responden perlakuan dan kelompok kontrol. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis varians (ANOVA). Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen lapangan yang dilakukan di minimarket Laboratorium Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung dengan populasi 6.000 orang dan jumlah sampel dari penelitian ini adalah 250 responden. Adapun konsekuensi perilaku yang digunakan yaitu rupiah yang dibelanjakan konsumen, suasana hati konsumen, dan jumlah waktu yang digunakan konsumen selama berbelanja. Sedangkan untuk *treatment* musik terdapat empat kombinasi yaitu tempo cepat – volume tinggi (X_1), tempo cepat – volume rendah (X_2), tempo lambat – volume tinggi (X_3), dan tempo lambat – volume rendah (X_4). Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa tempo dan volume tidak signifikan terhadap jumlah uang yang dihabiskan konsumen, akan tetapi berpengaruh signifikan terhadap waktu belanja dan perubahan suasana hati.

Selain itu, penelitian oleh Haque et al (2020) dengan judul “Pengaruh Musik Pop Terhadap Hasil Belajar Siswa SMA Kelas XI Pada Topik Barisan dan Deret” yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah musik pop yang diperdengarkan kepada siswa SMA berpengaruh signifikan terhadap hasil belajar matematika. Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas XI SMAN 1 Pamekasan pada semester genap tahun ajaran 2019/2020 khususnya materi aplikasi barisan dan deret. Jenis penelitian ini adalah eksperimen dengan rancangan *post-test only control design*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah berupa *post-test* hasil belajar dari siswa dengan jumlah lima soal uraian. Kelas eksperimen dan kelas kontrol akan di uji homogenitasnya terlebih dahulu dengan menggunakan data dari nilai ulangan sebelumnya, dan didapatkan hasil bahwa kedua kelas homogen. Hasil perhitungan *post-test* menunjukkan bahwa nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu $0,047 < 0,05$ yang mengartikan musik pop memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil belajar siswa. Hasil belajar siswa pada kelompok kontrol dan eksperimen menunjukkan perbedaan yang signifikan dimana hasil belajar kelas eksperimen lebih tinggi dibandingkan dengan kelas eksperimen yaitu, $84,61 > 76,16$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, musik pop yang diperdengarkan pada siswa memiliki pengaruh yang positif terhadap hasil belajar matematika siswa, nantinya hasil

penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk menjadi alternatif dalam strategi pembelajaran siswa SMAN 1 Pamekasan.

Aryanto dan Megananda (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Musik Dengan Tempo Cepat dan Lambat Terhadap Atensi Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari mendengarkan musik tempo cepat dan lambat terhadap atensi (perhatian) mahasiswa S1. Metode pada penelitian ini menggunakan desain eksperimen *within-subject* dengan membagi sampel ke dalam tiga kelompok, yaitu kelompok pertama mendengarkan musik instrumental genre pop tempo cepat, kedua tempo lambat, dan ketiga adalah kontrol (tanpa musik). Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 14 mahasiswa berusia 21-23 tahun dan semua berjenis kelamin laki-laki. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik *repeated-measures ANOVA* untuk mengetahui apakah ada perbedaan signifikan antara ketiga kelompok eksperimen. Hasil pengukuran *repeated-measures ANOVA* menunjukkan bahwa ada pengaruh dari tempo musik terhadap perhatian mahasiswa dengan $F(2,26) = 6.84, p < 0.05$. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya perbedaan antara ketiga kelompok, responden yang mendengarkan musik instrumental pop tempo lambat memiliki nilai yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan tempo cepat ($t = 3.433, p < 0.01$) dan kontrol ($t = 2.908, p < 0.01$), sedangkan kelompok musik instrumental pop tempo cepat tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan kelompok kontrol (tanpa musik) ($t = 0.525, p = 0.604$). Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa musik dengan tempo lambat mampu meningkatkan perhatian mahasiswa, namun musik dengan tempo cepat tidak mengganggu perhatian atau konsentrasi mahasiswa.

Penelitian terkait pengaruh suara latar musik juga dilakukan oleh Selviana (2018) yang berjudul “Pengaruh Tempo Musik, Volume Musik Dan Genre Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Lucifer Café and Pub di Yogyakarta” penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh tempo musik, volume musik dan genre musik terhadap perilaku pembelian konsumen pada lucifer café and pub di Yogyakarta. Pengambilan data pada penelitian dilakukan pada bulan September 2017, untuk sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan angket, sedangkan metode penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu regresi linier berganda. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa tempo musik, volume musik, dan genre musik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yang

digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen di lucifer café and pub Yogyakarta.

2.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner yang digunakan pada penelitian sedangkan Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner dapat dipercaya atau diandalkan. Dapat dilihat pada beberapa penelitian dibawah ini yang menggunakan uji kualitas instrumen validitas dan reliabilitas.

Rifai (2020) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Lingkungan Toko, Emosi Positif dan Motif Hedonis Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan Pada Bangkit Mart Sapuran Wonosobo”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan toko terhadap pembelian tidak direncanakan, pengaruh emosi positif terhadap pembelian tidak direncanakan, pengaruh motif hedonis berpengaruh terhadap pembelian tidak direncanakan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatifode pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu pemilihan sampel kepada konsumen yang mudah ditemui dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Uji kualitas data digunakan pada penelitian ini dengan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk metode analisis data menggunakan Uji Regresi Linier Berganda. Hasil dari uji validitas adalah untuk variabel lingkungan toko mempunyai kisaran korelasi antara 0,811 sampai 0,907 dan signifikan pada tingkat 0,000, hasil tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang lingkungan toko dinyatakan valid. Variabel emosi positif mendapat hasil kisaran korelasi antara 0,666 sampai 0,790 dan nilai signifikan pada tingkat 0,000, hasil tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang emosi positif dinyatakan valid. Variabel motif hedonis mendapat kisaran korelasi antara 0,900 sampai 0,943 dan signifikan pada tingkat 0,000, hasil tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang motif hedonis toko dinyatakan valid. Terakhir pada variabel pembelian tidak direncanakan mempunyai kisaran korelasi antara 0,871 sampai 0,929 dan signifikan pada tingkat 0,000, hasil tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang pembelian tidak direncanakan dinyatakan valid. Sedangkan untuk hasil uji realibilitas menunjukkan hasil memuaskan yang dapat dilihat pada nilai *cronbach's alpha based on standardized items* lebih besar dari nilai batas atas *Cronbach's alpha based standardized items* 0,7. Sehingga semua pertanyaan yang berkaitan dengan variabel lingkungan toko, emosi positif, motif hedonis, dan pembelian tidak direncanakan reliabel.

Selanjutnya penelitian oleh Noviarini dan Hasbi (2019) berjudul “Analisis Faktor Impulse Buying Pengunjung Wanita Transmart Carefour Buah Batu Bandung” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor *impulse buying* yang terdiri dari daftar belanja, komposisi toko, keberagaman produk, desain toko, tata letak toko, komunikasi visual, karakteristik produk, aktivitas promosi, penerangan toko, warna toko, musik, dan aroma toko pada Transmart Carefour Buah Batu Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian pada uji validitas menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan pada penelitian ini valid karena nilai uji validitas didapat lebih besar dari 0,361. Untuk uji reliabilitas menunjukkan hasil bahwa semua instrumen yang digunakan pada penelitian ini dapat diterima atau realibel, karena nilai uji reliabilitas yang didapat lebih besar dari 0,60.

Penelitian yang dilakukan oleh Nelwan et al (2019) dengan judul “Analisis Faktor Determinan Keputusan Pembelian di Gerai Strabucks Manado Town Square”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi sebagai faktor penentu dalam melakukan keputusan pembelian di gerai Starbucks Mantos. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Starbucks Mantos dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden, teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis faktor yang di dalamnya terdapat Uji Validitas dan Reliabilitas. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas menunjukkan bahwa sebanyak 12 pertanyaan, dengan ketentuan nilai $r \text{ tabel} = N = 150$, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% maka nilai $r \text{ tabel}$ yang berada pada angka 150 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% adalah 0,160 (uji validitas). Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas adalah sebesar 0,754 karena nilai sudah diatas 0,160. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen-instrumen yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel.

Penelitian selanjutnya oleh Andis & Usman (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone Samsung* Pada Toko Centro Palopo”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *handphone Samsung* di toko Centro Palopo. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive* terhadap 100 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk *handphone Samsung*. Dalam penelitian ini, uji instrumen yang digunakan

adalah uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji kualitas instrumen uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dianggap valid dan untuk uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai pada ketiga variabel sudah lebih dari 0,06 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh data valid dan reliabel.

2.1.3 Uji Regresi Linier Berganda

Metode statistik Uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya dan juga mengetahui dari arah hubungan, dapat dilihat pada beberapa penelitian di bawah ini.

Sapuri dan Amron (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Apotek Gondang Watumalang Wonosobo)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa berpengaruh *store atmosphere*, lokasi dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Apotek Gondang Watumalang Wonosobo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode uji statistik yaitu Uji Regresi Linier Berganda. Pada hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa nilai konstanta sebesar -1,813 menunjukkan jika variabel independen (suasana toko, lokasi dan keberagaman produk) dianggap tidak ada, maka variabel dependen (keputusan pembelian) akan mengalami penurunan sebesar 1,813. Sedangkan untuk nilai koefisien variabel suasana toko (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,366 dimana nilai tersebut positif yang artinya X1 dengan Y memiliki hubungan positif. Nilai koefisien variabel lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,427 dimana nilai tersebut positif yang artinya X2 dengan Y memiliki hubungan positif. Nilai koefisien variabel keberagaman produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,399 dimana nilai tersebut positif yang artinya X3 dengan Y memiliki hubungan positif.

Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Atmosfer Kenyamanan Toko, Aktivitas *Relationship Marketing*, dan Harga Khusus Terhadap Retensi Pelanggan Pada Dachi Mart Tekuk Dalam Kabupaten Nias Selatan” yang dilakukan oleh Harefa (2020). Penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh atmosfer kenyamanan toko, aktivitas *relationship marketing*, dan harga khusus terhadap retensi pelanggan. Objek pada penelitian ini adalah pelanggan Toko Dachi Mart Teluk Dalam. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *convenience accidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 50 sampel. Metode pengumpulan data adalah dengan kuesioner. Hasil dari data survei nantinya akan diolah dengan

menggunakan uji statistik Uji Regresi Linier Berganda. Instrumen pengukuran yang digunakan pada keempat variabel (atmosfer kenyamanan toko, aktivitas *relationship marketing*, harga khusus, dan retensi pelanggan) telah memenuhi syarat pada uji validitas dan realibilitas. Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel X1 sebesar 2,041 dengan tingkat signifikansi 0,047 maka hubungan yang terjadi antara X1 dan Y adalah positif. Pada variabel X2 didapatkan sebesar 2,699 dengan tingkat signifikansi 0,010 maka hubungan yang terjadi antara X2 dan Y adalah positif, dan untuk variabel X3 didapatkan sebesar 2,275 dengan tingkat signifikansi 0,028 maka hubungan yang terjadi antara X3 dan Y adalah positif. Sehingga dapat diketahui hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diajukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan, artinya ketiga hipotesis yang diajukan diterima.

Selanjutnya penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone Samsung* Pada Toko Centro Palopo” oleh Andis & Usman (2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *handphone Samsung* di toko Centro Palopo. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive* terhadap 100 responden yang membeli produk *handphone Samsung*. Dalam penelitian ini, uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk analisis data menggunakan uji statistik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini adalah $Y = 6.701 + 0.321X_1 + 0.051X_2 + 0.277X_3 + e$, nilai konstanta sebesar 6.701 menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas konstan terhadap variabel terikat. Nilai koefisien yang didapatkan menunjukkan bahwa pada ketiga variabel bebas bernilai positif terhadap variabel terikatnya, artinya seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *handphone Samsung*.

Selanjutnya ada penelitian oleh Mansur dan Nurhadi (2018) berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pamella Tujuh Swalayan Yogyakarta). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh suasana pasar (*Store Atmosphere*) Pamella Tujuh Swalayan terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini menggunakan seluruh konsumen dari toko Pamella Tujuh Yogyakarta yang sudah pernah melakukan pembelian disana, dengan jumlah sampel sebanyak 170 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya.

Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil statistik uji-t untuk variabel *store atmosphere* diperoleh nilai t-hitung sebesar 5,948 dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,300 maka hipotesis mengenai pengaruh positif *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen diterima. Hasil statistik uji-t untuk variabel persepsi harga diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,593 dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,507 maka hipotesis mengenai pengaruh positif persepsi terhadap keputusan pembelian konsumen diterima. Dari hasil uji-f diperoleh nilai sebesar 55,421 dengan signifikansi 0,000, karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis mengenai *store atmosphere* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen diterima. Hasil uji *adjusted R²* pada penelitian adalah sebesar 0,392 maka keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel *store atmosphere* dan persepsi harga sebesar 39,2% dan sisanya 60,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Penelitian lainnya dengan metode uji regresi linier berganda dilakukan oleh Selviana (2018) yang mempunyai judul “Pengaruh Tempo Musik, Volume Musik Dan Genre Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Lucifer Café and Pub di Yogyakarta” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tempo musik, volume musik dan genre musik terhadap perilaku pembelian konsumen pada lucifer café and pub di Yogyakarta. Pengambilan data pada penelitian dilakukan pada bulan September 2017, untuk sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan angket, sedangkan metode penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi dari variabel tempo musik adalah 0.251 yang berarti tempo musik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Koefisien regresi dan variabel volume musik adalah sebesar 0.175 yang berarti volume musik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Koefisien regresi dan variabel genre musik adalah sebesar 0.388 yang berarti genre musik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen.

2.1.4 Uji Korelasi

Selain Uji Regresi Linier Berganda, adapun metode statistik lainnya yang digunakan yaitu Uji Korelasi yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan arah hubungan yang terjadi, dapat dilihat pada beberapa penelitian berikut ini.

Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder” dilakukan oleh Mendur et al (2021), dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada Toko Immanuel Sonder di bulan Maret-April 2021 selama melakukan penelitian, dengan teknik pengambilan sampel adalah sampel jenuh, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 62 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Korelasi. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui bahwa pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif yaitu sebesar 82% atau dapat dikatakan bahwa keeratan hubungannya adalah sangat kuat (0.800-1.000).

Penelitian selanjutnya oleh Wahyuni dan Raharjo (2019) dengan judul “Pengaruh *Store Image and Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Dafinna Swalayan di Tenggarong. Secara umum tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran mengenai kondisi *Impulse Buying*. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store image* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* untuk membeli di Dafinna Swalayan di Tenggarong serta mengetahui dan menganalisis faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan *Impulse Buying*. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data secara acak (*random sampling*) dimana sampel secara acak tanpa memperhatikan latar belakang konsumen dan strata sampel tersebut. Hasil uji korelasi diketahui bahwa nilai variabel *store image* dan *store atmosphere* t tabel (t hitung $8.964 < t$ tabel 1.666) sehingga diketahui bahwa *store image* merupakan variabel yang paling dominan atau paling berpengaruh terhadap *impulse buying*.

Wibisono dan Mulyani (2018) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Prestasi Akademik Pelajar Tingkat Sekolah Menengah Pertama” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik siswa. Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 6 Kota Tasikmalaya dengan data penelitian tahun ajaran 2017/2018. Teknik pengambilan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar kepada siswa-siswi SMPN 6 Kota Tasikmalaya. Data yang sudah didapatkan nantinya akan dilakukan uji prasyarat analisis yaitu dengan uji normalitas Kolmogorov Smirnov, sedangkan untuk pengujian hipotesis metode

analisis yang digunakan yaitu Metode Korelasi Rank Spearman. Pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *two tail test*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai korelasi adalah sebesar 0,960 atau 96% dan signifikansi $0.000 < 0.05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang sangat kuat antara media sosial terhadap prestasi akademik siswa SMPN 6 Kota Tasikmalaya.

2.1.5 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Noviarini dan Hasbi (2019) yang berjudul “Analisis Faktor Impulse Buying Pengunjung Wanita Transmart Carefour Buah Batu Bandung” bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor dari *impulse buying* yang terdiri dari daftar belanja, komposisi toko, keberagaman produk, penerangan toko, warna toko, aroma toko, dan musik pada Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor. Subjek pada penelitian ini adalah Wanita yang pernah berkunjung ke Transmart Carrefour Buah Batu Bandung dengan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh dari teknik *purposive sampling*. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa dari 12 faktor, terbentuk 2 komponen faktor baru dan faktor dominan mempengaruhi *impulse buying* adalah karakteristik produk dan keberagaman produk dengan nilai *factor loadings* masing-masing sebesar 90,6% dan 76,6%.

Penelitian lain dilakukan oleh Setiawardani (2019) dengan judul “Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung)” dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penilaian suasana toko yang diberikan oleh konsumen Miniso dan bagaimana perilaku pembelian impulsif yang dilakukan oleh konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 117 orang. Sedangkan untuk teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang akan menggunakan skala pengukuran *likert*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis korelasi sederhana, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai variabel suasana toko dapat diketahui bahwa nilai rata – rata variabel ini sebesar 3,80 (kategori tinggi), hal ini menunjukkan suasana toko yang diberikan Miniso Bandung mendapatkan penilaian baik atau tinggi dari konsumen.

Selanjutnya untuk variabel suasana toko yang berkaitan dengan musik yang diperdengarkan di dalam toko mendapat nilai rata – rata sebesar 3,62 (kategori tinggi), hal ini bisa disebabkan oleh pegawai toko yang memutar musik terkini untuk pengunjung. Hasil analisis deskriptif pembelian impulsif memiliki nilai rata – rata sebesar 4,02 (kategori tinggi) yang berarti pembelian impulsif konsumen pada Miniso Bandung tinggi.

Selanjutnya, Andis & Usman (2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone Samsung* Pada Toko Centro Palopo”, dimana penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *handphone Samsung* di toko Centro Palopo. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive* terhadap 100 responden yang membeli produk *handphone Samsung*. Dalam penelitian ini, uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk analisis data menggunakan uji statistik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis deskriptif penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan promosi menunjukkan hasil positif atau ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk *handphone Samsung*.

Tabel 2. 1 Kajian Induktif

No	Penulis, Tahun	Judul	Subjek	Metode				
				Pengaruh Musik	Uji Validitas & Reliabilitas	Uji Regresi Linier Berganda	Uji Korelasi	Analisis Deskriptif
1.	Natalia et al. (2021)	Analisis Pengaruh <i>Musicscape</i> Terhadap <i>Emotional States</i> Dan Perilaku Konsumen Restoran <i>Hacienda Mexican Bar & Grill</i> Di Surabaya	Konsumen	√	√			√
2.	Suhaeni et al. (2018)	Musik Dalam-Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket	Konsumen	√				√
3.	Aryanto & Megananda (2019)	Pengaruh Musik Dengan Tempo Cepat dan Lambat Terhadap Atensi Mahasiswa	Siswa	√				√
4.	Haque et al. (2020)	Pengaruh Musik Pop Terhadap Hasil Belajar	Siswa	√				

No	Penulis, Tahun	Judul	Subjek	Metode				
				Pengaruh Musik	Uji Validitas & Reliabilitas	Uji Regresi Linier Berganda	Uji Korelasi	Analisis Deskriptif
		Siswa SMA Kelas XI Pada Topik Barisan dan Deret						
5.	Rifai (2020)	Analisis Pengaruh Lingkungan Toko, Emosi Positif dan Motif Hedonis Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan Pada Bangkit Mart Sapuran Wonosobo	Konsumen		√	√		√
6.	Noviarini & Hasbi (2019)	Analisis Faktor Impulse Buying Pengunjung Wanita Transmart Carrefour Buah Batu Malang	Konsumen		√			√
7.	Nelwan et al. (2019)	Analisis Faktor Determinan Keputusan Di Gerai Pembelian	Pelanggan (Konsumen)		√			

No	Penulis, Tahun	Judul	Subjek	Metode				
				Pengaruh Musik	Uji Validitas & Reliabilitas	Uji Regresi Linier Berganda	Uji Korelasi	Analisis Deskriptif
		Starbucks Manado Town Square						
8.	Sapuri dan Amron (2022)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi Dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Apotek Gondang Watumalang Wonosobo)	Konsumen		√	√		
9.	Harefa (2020)	Analisis Pengaruh Atmosfer Kenyamanan Toko, Aktivitas <i>Relationship Marketing</i> , dan Harga Khusus Terhadap Retensi Pelanggan Pada Dachi	Konsumen (Pelanggan)		√	√		√

No	Penulis, Tahun	Judul	Subjek	Metode				
				Pengaruh Musik	Uji Validitas & Reliabilitas	Uji Regresi Linier Berganda	Uji Korelasi	Analisis Deskriptif
		Mart Tekuk Dalam Kabupaten Nias Selatan						
10.	Mansur & Nurhadi (2018)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pamella Tujuh Swalayan Yogyakarta)	Konsumen		√	√		√
11.	Selviana (2018)	Pengaruh Tempo Musik, Volume Musik Dan Genre Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Lucifer Café and Pub di Yogyakarta	Konsumen	√		√		
12.	Andis & Usman (2019)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi	Konsumen		√	√		√

No	Penulis, Tahun	Judul	Subjek	Metode				
				Pengaruh Musik	Uji Validitas & Reliabilitas	Uji Regresi Linier Berganda	Uji Korelasi	Analisis Deskriptif
		Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Handphone Samsung</i> Pada Toko Centro Palopo						
13.	Mendur et al. (2021)	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder	Konsumen		√	√	√	
14.	Wahyuni & Raharjo (2019)	Pengaruh <i>Store Image and Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Konsumen Dafinna Swalayan di Tenggarong	Konsumen		√	√	√	
15.	Wibisono & Mulyani (2018)	Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Prestasi	Konsumen				√	

No	Penulis, Tahun	Judul	Subjek	Metode				
				Pengaruh Musik	Uji Validitas & Reliabilitas	Uji Regresi Linier Berganda	Uji Korelasi	Analisis Deskriptif
		Akademik Pelajar Tingkat Sekolah Menengah Pertama						
16.	Setiawardani (2019)	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung)	Konsumen					√
17.	Septyowati (2023)	Analisis Pengaruh Tempo Musik Terhadap Perilaku Konsumen	Konsumen	√	√	√	√	√

2.2 Kajian Deduktif (Tinjauan Pustaka)

Kajian deduktif atau tinjauan pustaka dalam penelitian ini berisi terkait istilah-istilah, penjelasan teori, atau deskripsi mengenai topik yang dibahas pada penelitian yaitu mengenai pengaruh tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen.

2.2.1 Musik

Istilah musik berasal dari Bahasa Yunani *mousike (tekhne)* yang diterjemahkan dalam Bahasa Latin menjadi *musica*. Musik merupakan hasil seni berupa unsur suara atau bunyi yang teratur sehingga menjadi sebuah harmoni indah yang dapat memuaskan bagi pendengarnya (Aryanto & Megananda, 2019). Musik adalah bunyi yang diatur menjadi pola yang dapat menyenangkan pendengarnya dan dapat mengkomunikasikan perasaan dan suasana hati. Menurut Jamalus (1988) musik adalah suatu bentuk atau hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan perasaan dan pikiran dari penciptanya melalui unsur yang ada di dalam musik seperti, harmoni, melodi, irama, bentuk dan struktur lagu serta ekspresi sebagai satu kesatuan.

2.2.2 Tempo Musik

Musik adalah lantunan nada yang diiringi oleh ketukan (*beat*) dengan kecepatan musik yang disebut tempo. Kecepatan ketukan dari sebuah lagu dan memiliki ukuran tertentu atau disebut dengan *BPM (Beat Per Minute)* yaitu menunjukkan jumlah ketukan per menitnya merupakan pengertian dari tempo musik. Tempo musik yaitu bentuk kecepatan dari suatu bagian sebuah lagu (Aryanto & Megananda, 2019). Tempo musik biasanya diukur dari jumlah ketukan dalam satu menitnya, semakin banyak ketukan pada lagu maka dapat dikatakan bahwa tempo musik tersebut masuk dalam kategori cepat namun jika semakin sedikit ketukannya maka dikatakan bahwa tempo musik tersebut adalah lambat (Subsada, 2020).

Tidak ada ukuran pasti dari ketukan tempo suatu lagu yang digunakan pada penelitian-penelitian terdahulu, untuk menunjukkan perbedaan tempo cepat dan lambat dapat terlihat kontras saat musik didengarkan, seperti pada penelitian oleh park et al (2019) musik dengan tempo lambat (*andante*) yang digunakan yaitu memiliki minimal 70 bpm sedangkan untuk tempo cepat (*allegro*) memiliki minimal ketukan yaitu 160 bpm. Kecepatan tempo dalam musik dapat diukur menggunakan alat yang disebut dengan *metronome*. Menurut *website katadata.co.id*, jenis tempo musik lambat memiliki ketukan antara 58-63 bpm sedangkan untuk

tempo cepat memiliki ketukan antara 109->178 bpm. Sedangkan menurut *website cnnindonesia.com* terkait pembagian jenis tempo musik yaitu ketukan pada lagu jenis tempo lambat antara 60-108 bpm (*largo/andante*) dan untuk ketukan pada lagu tempo cepat adalah 120-200 bpm.

2.2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan konsumsi, pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide ide (Mowen & Minor, 2002). Sedangkan menurut Lamb et al. (2001) menyatakan bahwa perilaku konsumen yaitu menggambarkan proses dari seorang pelanggan dalam membuat sebuah keputusan pembelian dan cara para pelanggan untuk menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa termasuk analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian penggunaan produk. Perilaku konsumen merupakan sebuah proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen akan melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and service*). Dapat dikatakan juga bahwa perilaku konsumen adalah hal mendasar untuk konsumen membuat keputusan dalam pembelian (Firmansyah, 2018). Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai proses yang terjadi saat individu memilih, membeli, menggunakan, mengatur produk, jasa, ide, serta pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Subsada, 2020).

2.2.4 Atmosfer Toko

Definisi atmosfer menurut Kotler dan Keller (2007) adalah unsur lain yang dimiliki oleh toko dan berfungsi untuk mempertahankan dan menjadi pembeda toko. Setiap toko memiliki tata letak atau penampilan yang berbeda – beda. Atmosfer setiap toko harus sesuai dengan pasar sasarannya dan memikat hati konsumen untuk melakukan pembelian. Atmosfer toko (*Store atmosphere*) adalah suasana toko yang memiliki pengaruh kuat bagi sebuah toko untuk menciptakan suasana nyaman dan membuat pelanggan betah untuk menjelajahi toko dan memilih jenis produk yang akan dibeli (Wahyuni & Raharjo, 2019).

Menurut riskiyah et al (2020) penciptaan suasana melalui komunikasi visual, warna, aroma, pencahayaan, dan musik digunakan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan agar pelanggan membeli barang. Suasana toko (*store atmosphere*) adalah

karakteristik unik dan berbeda yang dimiliki toko dengan tujuan untuk mengembangkan citra toko, menarik pelanggan agar mengunjungi dan merasakan suasana nyaman yang ada di toko. Adapun karakteristik pada toko yaitu, tata letak, aroma, pencahayaan, desain interior dan eksterior, dan lain sebagainya yang dapat dirasakan oleh pancaindra (Nurkamal & Juju SE., M.Si, 2019).

2.2.5 Ergonomi

Ergonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu *ergon* yang berarti kerja dan *nomos* yang berarti aturan, secara keseluruhan ergonomi memiliki arti aturan yang berkaitan dengan kerja. Ergonomi adalah pendekatan atau ilmu yang memiliki tujuan yaitu mengoptimalkan sistem manusia dengan pekerjaannya. Sehingga dapat terciptanya suatu cara, alat dan lingkungan kerja yang efektif, aman, nyaman, dan efisien. Ergonomi merupakan ilmu yang menyeimbangkan segala aktivitas manusia dengan kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki oleh manusia baik secara fisik maupun mental sehingga kualitas hidup menjadi lebih baik (Hutabarat Y. , 2017).

Studi ergonomi adalah ilmu yang mengumpulkan dan mencari informasi terkait dengan kemampuan, keterbatasan, perilaku manusia dalam sistem kerja dan lingkungan yang produktif efektif, aman, dan nyaman bagi manusia. Menurut Nuantra et al (2022) Ergonomi merupakan cabang ilmu yang memanfaatkan informasi tentang kemampuan, sifat, dan keterbatasan manusia untuk merancang sebuah sistem kerja yang lebih baik guna mencapai tujuan yang efektif, aman dan nyaman.

Jenis ergonomi dapat dikategorikan dalam beberapa jenis, yaitu sebagai berikut pembagian atau ruang lingkup ergonomi (Hutabarat Y. , 2017):

1. Ergonomi fisik

Jenis ergonomi yang berhubungan dengan anatomi tubuh manusia seperti antropometri, karakteristik fisiologis dan biomekanis yang berkaitan dengan aktivitas fisik. Misal: postur kerja, gerakan berulang, pemindahan material, tata letak tempat kerja, keselamatan dan kesehatan.

2. Ergonomi kognitif

Jenis ergonomi yang berhubungan dengan proses mental dari manusia sebagai akibat dari interaksi manusia terhadap pemakaian elemen sistem. Misal: persepsi, respon memori, penalaran, beban kerja, pengambilan keputusan, interaksi manusia dengan computer, keandalan, dan stres kerja.

3. Ergonomi organisasi

Jenis ergonomi yang berhubungan dengan optimalisasi sistem sosioteknik. Misal: struktur organisasi, kebijakan, dan proses. Topik yang relevan dalam ergonomic organisasi yaitu berhubungan dengan: komunikasi, manajemen sumber daya, desain pekerjaan, perancangan waktu kerja, kerja tim, perancangan partisipatif, kultur organisasi, maupun manajemen kualitas.

4. Ergonomi lingkungan

Jenis ergonomi yang berhubungan dengan pencahayaan, kebisingan, temperature, dan getaran. Topik yang relevan dengan ergonomi lingkungan antara lain: perancangan ruang kerja dan sistem akustik.

2.2.6 Ergonomi Kognitif

Kognitif atau kognisi dalam Bahasa Latin disebut dengan *cognoscere* yang berarti untuk mengetahui, mengenali atau mengkonsep. Kognitif adalah cabang dari ilmu ergonomi yang membahas terkait mental (persepsi) manusia (Muhammad, 2018). Menurut *International Ergonomics Association* definisi ergonomi kognitif adalah ilmu yang berkaitan dengan proses mental, seperti persepsi (kognitif), ingatan (memori), penalaran, dan respon motorik, sebagai akibat dari interaksi antara manusia dengan elemen lain pada sistem.

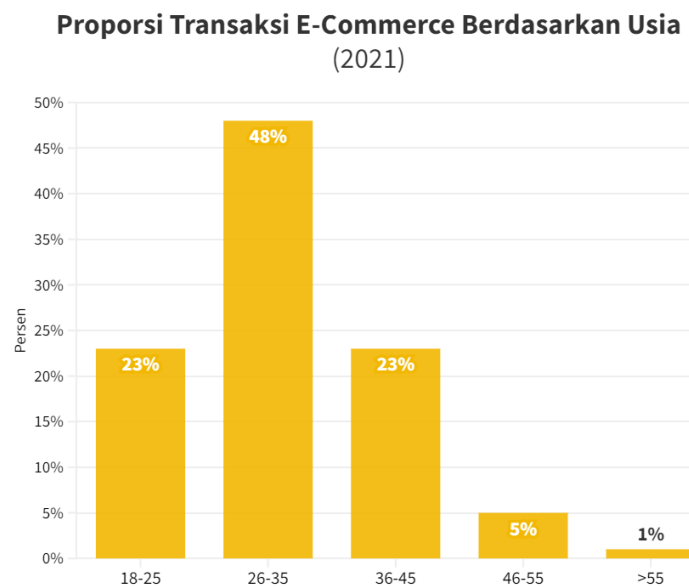
Ergonomi kognitif mempelajari tentang kognisi dalam sistem kerja yang berkaitan dengan operasi, untuk mengoptimalkan kesejahteraan manusia dan perfoma sistem. Ergonomi kognitif menyelidiki dari proses – proses mental pada manusia secara objektif dan ilmiah. Teknik kognitif memfokuskan pada analisis pada proses kognitif misalnya, pengambilan keputusan, perencanaan dan diagnosis yang diperlukan oleh operator pada industri modern (Hutabarat J. , 2018).

2.2.7 Klasifikasi Usia

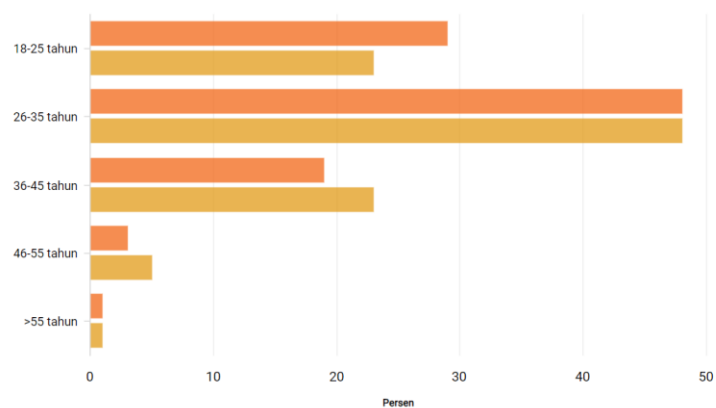
Umur manusia dapat dibagi menjadi beberapa kelompok dimana pada masing-masing kelompok akan menggambarkan tahap pertumbuhan manusia yang berbeda-beda. Menurut Al Amin (2017) menuliskan bahwa pembagian kelompok umur manusia menurut Kementerian Kesehatan RI (2009) pada situs resminya yaitu depkes.go.id sebagai berikut:

1. Masa balita : 0 – 5 tahun
2. Masa kanak-kanak : 6 – 11 tahun

3. Masa remaja awal : 12 – 16 tahun
4. Masa remaja akhir : 17 – 25 tahun
5. Masa dewasa awal : 26 – 35 tahun
6. Masa dewasa akhir : 36 – 45 tahun
7. Masa lansia awal : 46 – 55 tahun
8. Masa lansia akhir : 56 – 65 tahun
9. Masa manula : > 65 tahun



Gambar 2. 1 Data Proporsi Transaksi *E-Commerce* Berdasarkan Usia



Gambar 2. 2 Data Proporsi Transaksi *E-Commerce* Berdasarkan Usia

Menurut situs resmi dataindonesia.id dan databoks.katadata.co.id, berdasarkan hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa kelompok umur 26-35 tahun menyumbang sebesar 48% dari seluruh transaksi yang terjadi di *e-commerce* pada tahun 2020 dan 2021. Disusul dengan kelompok umur 18-25 tahun juga menjadi penyumbang terbesar kedua pada tahun 2020 sebesar 29% dan menurun pada tahun 2021 menjadi 23%.

2.2.8 Pilot Study

Pilot study memiliki tujuan yaitu untuk menguji dari keefektifan dari instrumen survei (kuesioner) sebagai alat komunikasi antara peneliti dengan responden (Hartono, 2004). Dalam pengujian *pilot study* ini terdapat 2 hal yang dilakukan yaitu validasi muka dan validasi konten. Metode yang digunakan pada *pilot study* adalah dengan memberikan kuesioner penelitian dan lampiran berupa penilaian *pilot study* yang berisikan sejumlah pertanyaan. Responden akan diminta untuk membaca kuesioner penelitian terlebih dahulu, setelah membaca kuesioner tersebut selanjutnya adalah mereka mengisi kuesioner dari *pilot study*.

2.2.9 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau general. Analisis ini berupa akumulasi data dasar yang berbentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau penarikan kesimpulan.

Teknik analisis ini biasanya digunakan untuk penelitian – penelitian yang memiliki sifat eksplorasi, misal ingin mengetahui persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga BBM, ingin mengetahui minat mahasiswa terhadap profesi guru dan sebagainya. Penelitian – penelitian jenis ini biasanya hanya mencoba untuk mendeskripsikan hasil dari penelitiannya. Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

1. Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang (*crosstab*). Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang atau tinggi.
2. Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, polygon, ogive, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel (*pie chart*), dan diagram lambing.

3. Penghitungan ukuran tendensi sentral (mean, median modus).
4. Penghitungan ukuran letak (kuartil, desil dan persentil).
5. Penghitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, varians, range, deviasi kuartil, mean deviasi, dan sebagainya).

2.2.10 Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur (kuesioner) itu benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Semakin tinggi validitas instrumen maka semakin akurat alat ukur tersebut untuk mengukur suatu data (Amanda, Yanuar, & Devianto, 2019). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya dari kuesioner. Dikatakan valid suatu kuesioner jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011).

$$r_{xy} = \frac{\Sigma_{xy} - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}}{\sqrt{\left(\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}\right) \left(\Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

Σ_{xy} = jumlah perkalian antara x dan y

Σx^2 = jumlah dari kuadrat nilai x

Σy^2 = jumlah dari kuadrat nilai y

$(\Sigma x)^2$ = jumlah nilai x yang dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = jumlah nilai y yang dikuadratkan

2.2.11 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas adalah pengujian terhadap alat pengukur (kuesioner) dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil dari pengukuran tetap konsisten jika dilakukan beberapa kali dengan kuesioner yang sama (Amanda, Yanuar, & Devianto, 2019). Pengujian ini bermaksud untuk menjamin bahwa instrumen penelitian yang digunakan tersebut stabil, handal, dan konsisten. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan

dengan metode *Alpha Chronbach* karena instrumen penelitian atau kuesioner berbentuk skala. Rumus *Alpha Chronbach* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xx} = angka/nilai realibilitas yang dicari

n = jumlah butir pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap pertanyaan

σ_t^2 = varians total

2.2.12 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang biasanya dilakukan sebelum melakukan sebuah metode statistik. Tujuannya adalah untuk melihat apakah sebuah data berdistribusi mengikuti atau mendekati normal dan apakah data dapat digunakan untuk dilakukan uji statistik. Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Uji normalitas ditujukan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebuah distribusi (Wisudaningsi, Arofah, & Belang, 2019).

2.2.13 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah pengembangan ilmu dari analisis regresi linier sederhana dimana variabel independen lebih dari satu. Uji ini digunakan untuk melihat sejumlah variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan dari nilai variabel – variabel independen. Perbedaan antara regresi sederhana dengan regresi berganda adalah pada jumlah variabel independennya, pada regresi sederhana hanya satu variabel bebas namun regresi berganda memiliki variabel bebas lebih dari satu (Wisudaningsi, Arofah, & Belang, 2019). Analisis regresi linier berganda merupakan suatu analisis statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan natar variabel dependen dengan variabel independen yang lebih dari satu (Yamin, Rachmach, & Kurniawan, 2011). Model matematis untuk uji regresi linier berganda adalah sebagi berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X_i = variabel independen

β = koefisien regresi

e = error

2.2.14 Uji Korelasi

Menurut Ghazali (2018) korelasi dapat diartikan sebagai hubungan, uji korelasi bertujuan untuk mengetahui pola dan keeratan hubungan dari dua variabel atau lebih. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan arah hubungan yang terjadi. Teknik analisis korelasi *pearson* termasuk ke dalam teknik *statistic parametic* yang menggunakan data interval dengan syarat tertentu. Data dipilih secara acak akan tetapi berdistribusi normal (Yanti & Akhri, 2020). Persamaan dari korelasi *pearson* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{(n \sum x_i^2) - (\sum x_i^2)\} \{(n \sum y_i^2) - (\sum y_i^2)\}}}$$

Menurut riduwan (2010), interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

1. Interval 0,80 – 1,000 = Sangat Kuat
2. Interval 0,60 – 0,799 = Kuat
3. Interval 0,40 – 0,599 = Cukup Kuat
4. Interval 0,20 – 0,399 = Rendah
5. Interval 0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang-orang yang akan berpartisipasi pada penelitian ini dan dijadikan sebagai sumber informasi untuk dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang diteliti. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen dari swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No.70, Terban, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 553223. Adapun kriteria subjek pada penelitian ini:

1. Subjek penelitian sudah pernah berbelanja di swalayan manna kampus Jl. C. Simanjuntak No.70.
2. Subjek penelitian melakukan aktivitas belanja di swalayan manna kampus Jl. C. Simanjuntak No.70 pada bulan Mei 2023.
3. Subjek penelitian berada pada tingkatan usia remaja akhir (17-25 tahun) dan dewasa awal (26-35 tahun).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan elemen yang akan diteliti dapat berupa organisasi, orang atau barang. Objek pada penelitian ini adalah perilaku pembelian konsumen saat berbelanja di swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70 yang dipengaruhi oleh suara latar musik dengan jenis tempo musik yang berbeda yaitu jenis tempo cepat dan tempo lambat.

3.3 Definisi Variabel

Penguraian dari definisi variabel-variabel yang akan diteliti merupakan suatu cara untuk mempermudah dalam pengukuran dari setiap variabel penelitian. Selain itu juga untuk memberi batasan-batasan pada objek yang akan diteliti.

1. Tempo musik cepat

Merupakan jenis musik dengan tempo yang memiliki *beat per minute* (BPM) yang tinggi. Tempo musik cepat memiliki ukuran bpm yaitu 109-200 bpm, dimana nuansa musik yang digambarkan dari jenis tempo ini adalah riang, ceria dan lincah. Sehingga lagu-lagu pada kelompok jenis tempo ini adalah lagu yang semangat, senang, bahagia, riang, ceria, dan lincah.

2. Tempo musik lambat

Merupakan jenis musik dengan tempo yang memiliki *beat per minute* (BPM) yang rendah. Tempo musik lambat memiliki ukuran yaitu 60-108 bpm. dimana nuansa musik yang digambarkan dari jenis tempo ini adalah santai, tenang, sendu atau sedih. Sehingga lagu-lagu pada kelompok jenis tempo ini adalah lagu yang menenangkan dan santai dengan nuansa yang sendu atau sedih.

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini skala pengukuran yang digunakan untuk masing-masing variabel adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan dalam mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban yang menggunakan skala likert mempunyai urutan dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2016). Pengukuran dengan skala likert yang paling umum adalah skala dengan 5 pilihan, berikut merupakan pembagian pada skala likert:

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Netral (N) diberi skor 3
4. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Responden akan diminta untuk memilih salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban yang ada, kemudian setiap jawaban yang sudah dipilih akan diberikan nilai tertentu dari skor 1 sampai 5.

3.5 Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan sebuah eksperimen. Menurut Supranto (2000) untuk penelitian yang bersifat eksperimen dengan rancangan acak lengkap, kelompok maupun faktorial dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$(t - 1)(r - 1) > 15$$

Keterangan:

t = jumlah *treatment* (perlakuan)

r = jumlah *replication* (replikasi)

Pada penelitian ini jumlah perlakuan (t) yang akan diberikan kepada responden adalah 2 perlakuan, dimana jenis tempo musik cepat dan lambat. Berdasarkan jumlah perlakuan dan rumus diatas maka jumlah replikasi (r) yang harus dipenuhi agar sesuai yaitu minimal 16 replikasi ($r \geq 16$). Jumlah replikasi ini berhubungan dengan banyaknya pengulangan dari eksperimen dengan perlakuan yang sama, dengan kata lain hal ini berhubungan dengan jumlah responden yang akan digunakan. Sehingga jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 32 responden, jumlah tersebut sudah memenuhi syarat dari minimal replikasi yaitu 16 ($r \geq 16$).

Teknik sampel yang ingin digunakan oleh penulis adalah *non-probability sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* dan cara untuk pengumpulan data adalah dengan *random sampling* dimana kuesioner disebar secara acak kepada seluruh konsumen yang telah menyelesaikan aktivitas belanja. Menurut Sugiyono (2016) *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih menjadi sampel. Pada teknik sampel ini meliputi, *systematic sampling*, *quota sampling*, *accidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*. Sesuai dengan penentuan jumlah sampel sebelumnya dengan menggunakan rumus Federer yaitu sebanyak 32 responden dengan jenis teknik sampel *purposive sampling*, teknik jenis ini ialah menentukan sampel berdasarkan pada pertimbangan penulis terkait sampel-sampel yang dianggap paling sesuai dan dapat mewakili suatu populasi (*representative*) atau berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis sebelumnya, seperti rentang usia, jenis pekerjaan dan lain sebagainya.

3.6 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Merupakan data yang di yang dibuat oleh peneliti untuk maksud menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Data primer ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber utama dan objek penelitian dilakukan. Data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang dikumpulkan untuk maksud menyelesaikan permasalahan yang ingin diselesaikan. Data sekunder didapatkan secara tidak langsung melalui media perantara atau pihak lain. Data ini dapat ditemukan dengan mudah dan cepat. Sumber data sekunder ini didapatkan dari jurnal, tesis, skripsi, artikel serta berbagai situs yang ada di internet.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Berikut merupakan metode pengumpulan data:

1. Kuesioner

Merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden mengenai apa yang mereka ketahui. Kuesioner adalah satu set tulisan pertanyaan yang diformulasikan agar responden mencatat jawabannya, biasanya terbuka dengan alternatif jawaban ditentukan (Silalahi, 2009).

2. Wawancara

Merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengar jawaban dari responden untuk memenuhi tujuan penelitian. Dapat dilakukan dengan individu tertentu untuk mendapatkan informasi atau data mengenai masalah yang berkaitan dengan subjek tertentu atau orang lain (Silalahi, 2009).

3. Dokumentasi

Merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian yang dapat berupa gambar, film, dan sumber tertulis. Dokumen tersebut memuat informasi mengenai proses penelitian yang dilakukan.

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Laptop Asus A416JA
2. *Smartphone* Android Samsung A50
3. *Google Form*
4. Kuesioner Ergonomi Kognitif “Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Kasus Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70)
5. *Software Microsoft Word* 2021
6. *Software Microsoft Excel* 2021
7. *IBM SPSS* 24

3.9 Prosedur Eksperimen

Terdapat langkah-langkah yang perlu dilakukan pada penelitian eksperimen ini. Dalam penelitian eksperimen, peneliti harus mempunyai desain penelitian yang jelas dan mengikuti langkah-langkah berdasarkan desain tersebut. Pada penelitian ini terdapat sebanyak dua kondisi yaitu aktivitas belanja diiringi jenis tempo musik cepat dan lambat. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2023, berikut merupakan uraian langkah-langkah yang penulis gunakan pada penelitian ini.

Langkah pertama yang akan dilakukan oleh penulis yaitu datang ke tempat atau lokasi dari penelitian yaitu toko swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70, Terban, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian, langkah kedua penulis akan memasuki toko untuk melakukan observasi terkait musik yang diputar pada toko yang nantinya akan dikelompokkan ke dalam 2 jenis yaitu, tempo cepat dan tempo lambat. Selanjutnya, langkah ketiga penulis akan melakukan pengambilan data dengan memberikan kuesioner kepada konsumen (pelanggan) yang telah menyelesaikan aktivitas belanjanya di toko Manna Kampus 2. Sebelum memberikan kuesioner, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai informasi singkat mengenai tujuan dari penelitian ini dan beberapa informasi yang perlu diketahui oleh responden dalam mengisi kuesioner ergonomi kognitif ini. Jika responden berkenan juga akan dilakukan wawancara untuk mengetahui beberapa hal yang akan digunakan sebagai data penelitian. Langkah terakhir, setelah target responden telah terpenuhi pada hari itu maka pengambilan data akan diakhiri dan dilanjutkan pada keesokan harinya sampai jumlah responden yang terkumpul sebanyak 32 orang. Jika data telah cukup maka pengambilan data di

lapangan akan di akhiri kemudian dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu pengolahan data kualitas, dan nantinya jika masih terdapat kekurangan data atau terdapat data yang tidak valid dan realibel maka akan dilakukan pengambilan data kembali dengan langkah-langkah yang sama seperti di atas.

3.10 Metode Analisis Data

3.10.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui valid atau tidaknya dari suatu alat ukur penelitian yaitu kuesioner. Berikut adalah kriteria dari uji validitas:

1. $r_{hitung} < r_{tabel}$ dikatakan pertanyaan tidak sah
2. $r_{hitung} > r_{tabel}$ dikatakan pertanyaan sah
3. $r_{hitung} > r_{tabel}$ tapi negatif, dikatakan pertanyaan tidak sah

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban dari setiap butir pertanyaan dari kuesioner sudah konsiten atau belum. Berikut adalah kriteria dari uji reliabilitas:

1. $0,5 < \text{Cronbach Alpha} < 0,6$ dikatakan bahwa variabel reliabelnya diragukan
2. $\text{Cronbach Alpha} > 0,6$ dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel
3. $\text{Cronbach Alpha} < 0,5$ dikatakan bahwa variabel tersebut tidak reliabel

3.10.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah populasi data normal atau tidak dan mengetahui data yang digunakan pada penelitian ini sudah berdistribusi normal atau belum. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji normalitas memiliki fungsi untuk menguji apakah model regresi, variabel maupun residual berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2001), diketahui uji-t dan uji-f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas. Untuk menemukan apakah terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat diketahui dari

nilai VIF. Jika nilai VIF <10 maka dikatakan tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF >10 maka dikatakan terdapat multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013) Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Beberapa metode pengujian yang bisa digunakan dalam Uji heteroskedastisitas antara lain, Uji park, Uji plotgraf, dan Uji glejser. Pengujian penelitian ini menggunakan plot antara nilai prediksi variabel dependen, ZPRED, dan residual SRESID. Apabila tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik terdistribusi normal di atas dan bawah sumbu y angka 0, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10.4 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya. Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Perilaku Pembelian Konsumen
- α : Koefisien Regresi
- X_1 : Jenis Tempo Cepat
- X_2 : Jenis Tempo Lambat
- e : Error

3.10.5 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji bagaimana variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansinya sebesar 0,05 atau 5%. Dalam melakukan pengujian, H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, nilai signifikansinya $F < 0,05$ artinya semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya H_0 diterima dan H_a

ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, nilai signifikansinya $F > 0,05$ artinya semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.10.6 Uji T

Uji T digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen, apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya (α) adalah 0,05.

3.10.7 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018) Uji koefisiensi determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisiensi determinasi terletak pada angka 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menandakan bahwa kemampuan dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Namun jika mendekati angka 1 maka dikatakan variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen.

3.10.8 Uji Korelasi

Analisis korelasi atau uji asosiasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan di antara dua variabel atau lebih. Keeratan hubungan tersebut dinyatakan dengan nama koefisien korelasi atau dapat disebut korelasi saja. Kriteria untuk melakukan interpretasi koefisien korelasi adalah, jika angka koefisien 0 maka kedua variabel tidak memiliki hubungan. Jika angka koefisien mendekati 1, maka kedua variabel memiliki hubungan yang semakin kuat. Jika angka koefisien mendekati 0, maka kedua variabel memiliki hubungan semakin lemah. Jika angka koefisien sama dengan 1, maka kedua variabel memiliki hubungan sempurna positif. Jika angka koefisien sama dengan -1, maka kedua variabel memiliki hubungan sempurna negatif. Interpretasi angka koefisien adalah sebagai berikut:

1. Angka 0: Tidak ada korelasi
2. Angka 0,01 – 0,199: Korelasi sangat lemah
3. Angka 0,20 – 0,399: Korelasi rendah
4. Angka 0,40 – 0,599: Korelasi cukup kuat

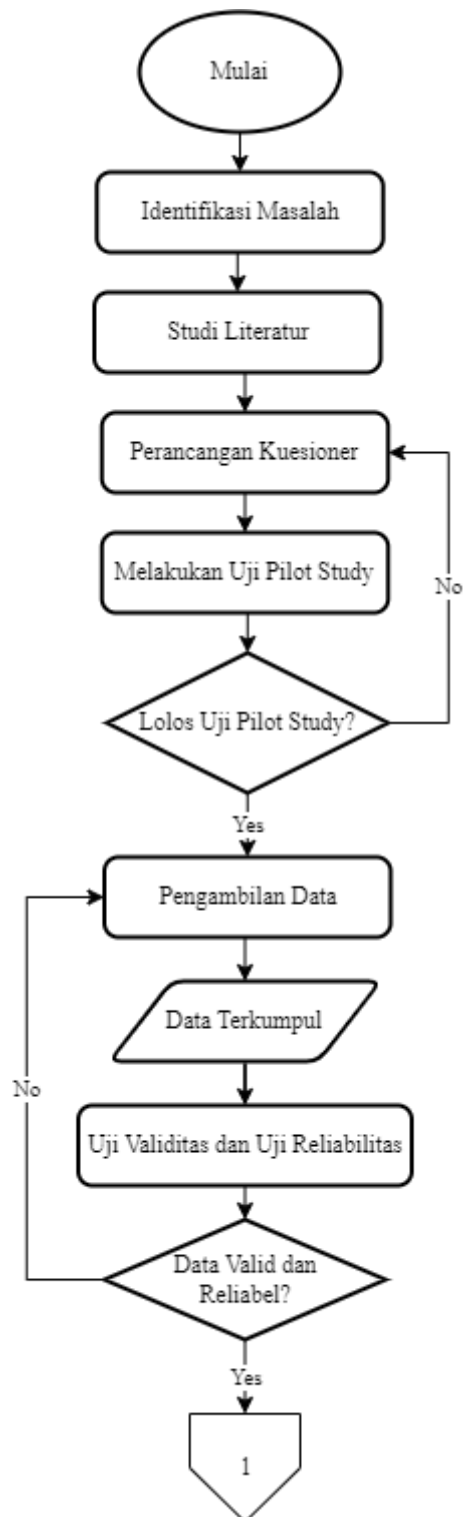
5. Angka 0,60 – 0,799: Korelasi kuat
6. Angka 0,80 – 1,00: Korelasi sangat kuat

3.10.9 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana dengan maksud yaitu untuk membuat kesimpulan dan berlaku umum atau generalisasi.

3.11 Alur Penelitian

Alur pada penelitian ini digambarkan melalui diagram alir sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Alur Penelitian



Gambar 3. 2 Alur Penelitian

Berikut merupakan deskripsi berdasarkan alur penelitian di atas:

1. Mulai

Pada tahap ini penelitian diawali dengan menyiapkan topik serta judul untuk penelitian.

2. Identifikasi Masalah

Merupakan proses awal yang dilakukan dengan cara studi lapangan untuk mencari permasalahan yang akan diteliti, pada tahap ini akan menghasilkan rumusan masalah.

3. Kajian Pustaka/ Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan sumber data yang akan digunakan pada penelitian, studi literatur dibagi menjadi dua yaitu:

1. Kajian Deduktif (Teoritis), merupakan kajian yang membahas terkait objek penelitian untuk dijadikan sebagai landasan teori yang bersumber dari buku, jurnal, laporan tugas akhir, dan website resmi, dimana sumber tersebut membahas topik mengenai penelitian serupa.
2. Kajian Induktif (Empiris), merupakan kajian yang menjelaskan (*me-review*) terkait penelitian sebelumnya yang bersumber dari jurnal.

4. Perancangan Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai tugas yang harus dilakukan oleh responden dengan menjawab pertanyaan terkait dengan analisis pengaruh tempo musik terhadap perilaku

pembelian konsumen. Kuesioner ini dibuat untuk melihat apakah jenis tempo musik yang berbeda-beda dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen swalayan.

5. Uji *Pilot Study*

Uji ini akan digunakan untuk menentukan kuesioner yang telah dirancang apakah dapat dipahami oleh *expert* (ahli) dan data akan dikumpulkan dan dibagikan kepada seluruh responden.

6. Pengambilan Data

Merupakan tahap dimana semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data. Data yang dikumpulkan adalah berupa jawaban kuesioner dari responden. Setelah dilakukan pengambilan data maka akan dilakukan uji statistik yaitu uji normalitas, uji regresi linier berganda, dan uji korelasi.

7. Melakukan Uji Validitas

Uji validitas akan menunjukkan seberapa akuratnya alat ukur penelitian ini memenuhi dari fungsi pengukurannya, atau dengan kata lain apakah kuesioner sudah benar-benar dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pada tahap uji validitas ini ditujukan untuk mengukur valid atau tidaknya dari pertanyaan kuesioner yang diberikan berdasarkan jawaban dari responden.

8. Melakukan Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas akan menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data untuk memperoleh informasi dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Pada tahap ini, uji realibilitas akan menguji terhadap hasil pengumpulan data jawaban dari responden untuk melihat apakah data tersebut konsisten.

9. Melakukan Pengolahan Data

Pada tahap ini akan dilakukan pengolahan data dengan melihat dari kuesioner yang sudah diisi oleh responden. Hal ini terkait dengan perilaku pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh jenis tempo musik.

10. Analisis dan Pembahasan

Pada tahap ini dilakukan analisis serta pembahasan dari hasil pengolahan data, dimana hasil analisis tersebut akan diambil kesimpulan.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan dari penelitian yang menjawab dari rumusan dan tujuan permasalahan yang diteliti, selain itu juga akan dipaparkan saran untuk penelitian selanjutnya.

12. Selesai

Setelah seluruh tahap dilakukan, maka penelitian sudah selesai.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini data diperoleh dari responden yang merupakan pelanggan atau konsumen dari Toko Swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70, Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah menyelesaikan aktivitas belanja. Adapun kriteria lain yang diperlukan untuk menunjang penelitian ini yaitu responden berusia antara 17-25 Tahun dan 26-35 Tahun dan melakukan aktivitas belanja di toko pada bulan mei 2023.

4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia

Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan klasifikasi usia yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 1 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Usia

Klasifikasi Usia	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
17-25 Tahun	29	91.00
26-35 Tahun	3	9.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan klasifikasi usia diperoleh sebanyak 29 responden masuk ke dalam kategori remaja akhir (17-25 Tahun) dan 3 responden masuk ke dalam kategori dewasa awal (26-35 Tahun).

4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 2 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Laki-laki	6	19.00
Perempuan	26	81.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden jenis kelamin diperoleh sebanyak 26 responden berjenis kelamin perempuan dan 6 responden berjenis kelamin laki-laki.

4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 3 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Pelajar/Mahasiswa	29	91.00
Karyawan/Pegawai	3	9.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan diperoleh sebanyak 29 responden adalah pelajar/mahasiswa dan 3 responden merupakan karyawan/pegawai.

4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Perasaan Saat Mendengarkan Musik

Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan perasaan yang dirasakan ketika mendengarkan musik yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 4 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Perasaan

Perasaan	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Senang	31	97.00
Biasa Saja	1	3.00
Tidak Senang	0	0.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan perasaan yang responden rasakan saat mendengarkan musik, diperoleh sebanyak 31 responden merasakan perasaan senang sedangkan 1 orang menjawab bahwa biasa saja.

4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Genre Musik

Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis genre musik yang diminati atau digemari yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 5 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Genre Musik

Jenis Genre Musik	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Rock	2	6.00
Klasik	2	6.00
Pop	22	69.00
R&B	3	10.00
Jazz	2	6.00
Dangdut	1	3.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis genre musik yang diminati yaitu diperoleh bahwa genre pop menjadi genre paling diminati oleh 22 responden, sebanyak 3 orang memilih genre r&b, pada genre rock, klasik, dan jazz dipilih oleh 2 orang per masing-masing genre, terakhir genre dangdut dipilih oleh 1 responden.

4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Jenis Musik

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis musik yang diminati yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 6 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Musik

Jenis Musik	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Vokal	29	91.00
Instrumen	3	9.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis musik yang diminati diperoleh hasil bahwa sebanyak 29 responden lebih memilih musik dengan jenis vokal dan 3 responden lainnya memilih jenis musik instrumen

4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Media Musik

Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan media atau perangkat untuk mendengarkan musik yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Media Musik

Media Musik	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
<i>Headset/Airpods/Earphone</i>	14	44.00
<i>Loud Speaker</i>	18	56.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan media musik yang digunakan oleh responden saat mendengarkan musik yaitu diperoleh 18 responden memilih media *loud speaker* sedangkan 14 responden memilih media *headset/airpods/earphone*.

4.1.8 Karakteristik Berdasarkan Lama Waktu

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan rata-rata lama waktu dalam sehari mendengarkan musik yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 8 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Lama Waktu

Lama Waktu (menit)	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
30	3	9.00
60	15	47.00
120	6	19.00
180	2	6.00
240	6	19.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan lama waktu rata-rata mendengarkan musik dalam sehari diperoleh hasil yaitu 15 responden rata-rata mendengarkan musik selama 60 menit, 6 responden rata-rata mendengarkan musik selama 120 menit, 6 responden rata-rata mendengarkan musik selama 240 menit. 3 responden rata-rata mendengarkan musik selama 30 menit dan 2 responden rata-rata mendengarkan musik selama 180 menit.

4.1.9 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan yang dilakukan pada toko Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70 yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 9 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Jumlah Kunjungan	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
1	4	12.00
2	4	13.00
3	2	6.00
4	1	3.00
5	1	3.00
>5	20	63.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan responden pada toko swalayan Manna Kampus 2 diperoleh, sebanyak 20 responden sudah lebih dari 5 kali melakukan aktivitas belanja pada toko tersebut. 4 responden baru pertama kali melakukan kunjungan di toko, 4 orang telah berkunjung sebanyak 2 kali, lalu 2 reponden telah berkunjung sebanyak 3 kali, 1 responden telah berkunjung sebanyak 4 kali, dan 1 responden telah berkunjung sebanyak 5 kali.

4.1.10 Karakteristik Berdasarkan Tujuan Belanja

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan tujuan belanja pada saat ini atau saat reponden ditemui pada toko yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 10 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Tujuan Belanja

Tujuan Belanja	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Kebutuhan saat ini	28	87.00
Kebutuhan tidak terduga	4	13.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan tujuan belanja yang dilakukan pada saat penelitian ini dilakukan, diperoleh hasil sebanyak 28 reponden belanja untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan 4 responden belanja kebutuhan tidak terduga.

4.1.11 Karakteristik Berdasarkan Metode Pembayaran

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis metode pembayaran yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 11 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Metode Pembayaran

Metode Pembayaran	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Kartu Debit/ATM	20	62.00
Cash/Tunai	12	38.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan metode pembayaran yang digunakan saat berbelanja diperoleh hasil yaitu sebanyak 20 responden

memilih untuk menggunakan metode *cashless* atau menggunakan kartu debit/atm sedangkan 12 responden lebih memilih melakukan pembayaran secara *cash* atau uang tunai.

4.1.12 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Rata-rata Daftar Belanja

Berikut ini merupakan rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jumlah rata-rata daftar belanjaan yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 12 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jumlah Daftar Belanja

Jumlah Daftar Belanja	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
1	1	3.00
2	1	3.00
5	5	16.00
7	1	3.00
10	12	37.00
15	5	16.00
16	1	3.00
17	1	3.00
20	4	13.00
25	1	3.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah rata-rata daftar belanjaan diperoleh hasil yaitu 1 responden memiliki 1 daftar belanjaan, 1 responden memiliki 2 daftar belanjaan, 1 responden memiliki 7 daftar belanjaan, 1 responden memiliki 16 daftar belanjaan, 1 responden memiliki 17 daftar belanjaan, 1 responden memiliki 25 daftar belanjaan, 4 responden memiliki 20 daftar belanjaan, 5 responden memiliki 5 daftar belanjaan, 5 responden memiliki 15 daftar belanjaan, 12 responden memiliki 10 daftar belanjaan.

4.1.13 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Rata-rata Uang

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jumlah rata-rata uang yang dibawa saat berbelanja yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 13 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Jumlah Rata-rata Uang

Jumlah Rata-rata Uang	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Rp 100.000-300.000	20	63.00
Rp 300.000-500.000	10	31.00
Rp 900.000-1.000.000	1	3.00
Rp 1.000.000-2.000.000	1	3.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah rata-rata uang yang dibawa ketika berbelanja yaitu diperoleh hasil, 20 responden membawa uang dengan jumlah rata-rata sebesar Rp 100.000-300.000, 10 responden membawa uang dengan jumlah rata-rata sebesar Rp 300.000-500.000, 1 responden membawa uang dengan jumlah rata-rata sebesar Rp 900.000-1.000.000, dan 1 responden membawa uang dengan jumlah rata-rata sebesar Rp 1.000.000-2.000.000.

4.1.14 Karakteristik Berdasarkan Musik Yang Diputar Pada Toko

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan responden mengenal atau mengetahui musik (lagu) yang diputar pada toko yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 14 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Musik Pada Toko

Musik Terkenal	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Iya, Familiar	29	91.00
Tidak Familiar	3	9.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan familiar atau tidaknya lagu-lagu yang diputar pada toko diperoleh hasil sebanyak 29 responden menyatakan bahwa mereka mengenali lagu-lagu yang diputar dan 3 responden menyatakan kurang atau tidak mengenali lagu yang diputar tersebut.

4.1.15 Karakteristik Berdasarkan Persepsi Musik Pada Toko

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan responden persepsi responden terhadap musik (lagu) yang diputar pada toko yang diperoleh dari 32 responden.

Tabel 4. 15 Hasil Rekapitulasi Berdasarkan Persepsi Musik Pada Toko

Persepsi Musik	Responden (Orang)	Persentase sebesar (%)
Jenis Tempo Cepat		
Sesuai/Suka	20	62.00
Tidak Sesuai/ Tidak Suka	12	38.00
Total	32	100.00
Jenis Tempo Lambat		
Sesuai/Suka	29	91.00
Tidak Sesuai/ Tidak Suka	3	9.00
Total	32	100.00

Pada tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik berdasarkan persepsi responden terhadap musik atau lagu yang telah diputar di toko diperoleh hasil bahwa, pada jenis tempo musik cepat sebanyak 20 responden menyatakan bahwa lagu yang diputar telah sesuai dan 12 lainnya menyatakan tidak sesuai. Sedangkan untuk jenis tempo musik lambat didapatkan sebanyak 29 responden menyatakan bahwa lagu yang diputar sudah sesuai dan 3 lainnya menyatakan tidak sesuai.

4.2 Pilot Study

Uji *pilot study* digunakan pada penelitian ini, bertujuan untuk mengukur tingkat dari keefektifan instrumen survei (kuesioner) yang akan diberikan kepada responden. Pada pengujian *pilot study* dilakukan untuk mengevaluasi penyajian instrumen penelitian yang dilihat dari sudut pandang orang awam dan juga ahli (*expert*) untuk mengetahui keakuratan dari item yang diukur.

4.2.1 Uji *Pilot Study*

Berikut ini merupakan hasil dari Uji *Pilot Study* yang telah diberikan kepada 4 orang responden dengan keahlian masing-masing. Rekapitulasi dari hasil uji pilot disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Pilot Study

No.	Responden	Kesimpulan
1.	Responden 1 (Dosen Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	<p>Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan</p> <p>Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan familiar</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami</p> <p>Survei yang dilakukan cukup singkat</p> <p>Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti</p> <p>Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah xx menit</p> <p>Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner</p> <p>Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan</p> <p>Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton</p> <p>Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis</p> <p>Tidak terdapat komentar yang diberikan oleh responden</p>

No.	Responden	Kesimpulan
2.	Responden 2 (Mahasiswa S2 Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	<p>Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan</p> <p>Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan telah familiar</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami</p> <p>Survei yang dilakukan cukup singkat</p> <p>Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti</p> <p>Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah xx menit</p> <p>Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner</p> <p>Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan</p> <p>Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton</p> <p>Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis</p> <p>Tidak terdapat komentar yang diberikan oleh responden</p>
3.	Responden 3 (Dosen Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	<p>Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan</p> <p>Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan telah familiar</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami</p> <p>Survei yang dilakukan cukup singkat</p> <p>Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti</p> <p>Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah xx menit</p>

No.	Responden	Kesimpulan
		<p>Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner</p> <p>Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan</p> <p>Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton</p> <p>Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis</p> <p>Tidak terdapat komentar yang diberikan oleh responden</p>
4.	Responden 4 (Mahasiswa Angkatan 2019 Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	<p>Kuesioner telah mendefinisikan cara yang sesuai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan</p> <p>Format survei telah memiliki alur yang baik dan Bahasa yang digunakan telah familiar</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami</p> <p>Survei yang dilakukan cukup singkat</p> <p>Pertanyaan yang digunakan alurnya mudah atau sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan pada kuesioner mudah dipahami dan dimengerti</p> <p>Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan kuesioner adalah xx menit</p> <p>Tidak terdapat pertanyaan yang sensitif pada kuesioner</p> <p>Alur pada pertanyaan tidak membuat responden kebingungan</p> <p>Jenis pertanyaan pada kuesioner telah bervariasi, tidak monoton</p> <p>Dilihat pada keseluruhan, kuesioner yang diajukan telah mumpuni dan relevan untuk penulis</p> <p>Tidak terdapat komentar yang diberikan oleh responden</p>

4.3 Kuesioner Ergonomi Kognitif

4.3.1 Jenis Tempo Cepat

Jenis tempo cepat merupakan musik dengan tempo yang memiliki yaitu *beat per minute* (BPM) yang tinggi. Tempo pada jenis musik ini memiliki ukuran yaitu minimal 109 bpm dan maksimal 200 bpm, dimana nuansa musik yang digambarkan oleh jenis musik ini adalah senang, ceria, lincah, dan bahagia. Berikut merupakan rekapitulasi jawaban responden dari jenis tempo cepat.

Tabel 4. 17 Hasil Rekapitulasi Jenis Tempo Cepat

Indikator Penelitian	Responden (Orang)					Total Jumlah Orang	Persentase sebesar (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	2	6	13	9	2	32	6,0	19,0	41,0	28,0	6,0	100
2	0	5	5	15	7	32	0,0	15,0	16,0	47,0	22,0	100
3	0	6	18	4	4	32	0,0	19,0	56,0	12,0	13,0	100
4	0	6	18	7	1	32	0,0	19,0	56,0	22,0	3,0	100
5	10	5	16	1	0	32	31,0	16,0	50,0	3,0	0,0	100

4.3.2 Jenis Tempo Lambat

Jenis tempo lambat merupakan musik dengan tempo yang memiliki yaitu *beat per minute* (BPM) yang tinggi. Tempo pada jenis musik ini memiliki ukuran yaitu minimal 60 bpm dan maksimal 108 bpm, dimana nuansa musik yang digambarkan oleh jenis musik ini adalah tenang, santai, sendu atau sedih. Berikut merupakan rekapitulasi jawaban responden dari jenis tempo lambat.

Tabel 4. 18 Hasil Rekapitulasi Jenis Tempo Lambat

Indikator Penelitian	Responden (Orang)					Total Jumlah Orang	Persentase sebesar (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	0	0	8	20	4	32	0,0	0,0	25,0	62,0	13,0	100
2	0	0	10	16	6	32	0,0	0,0	31,0	50,0	19,0	100
3	0	2	15	13	2	32	0,0	6,0	47,0	41,0	6,0	100
4	0	0	13	13	6	32	0,0	0,0	40,0	41,0	19,0	100
5	1	6	16	7	2	32	3,0	19,0	50,0	22,0	6,0	100

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Valid artinya data-data yang diperoleh dengan menggunakan instrumen (kuesioner) dapat menjawab dari tujuan penelitian. Reliabel artinya handal, konsisten, atau stabil. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data valid dan reliabel atau tidak. Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan terhadap 32 responden.

4.4.1 Uji Validitas

Uji statistik validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu alat ukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner, dengan kriteria uji validitas sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan pertanyaan tidak valid
2. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dikatakan pertanyaan valid
3. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tapi negatif, dikatakan pertanyaan tidak valid

Berikut adalah hasil uji statistik validitas yang diperoleh dari 32 responden dengan nilai t_{tabel} sebesar 95%.

Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Jenis Tempo Cepat				
1.	Mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat menciptakan suasana santai saat berbelanja	0.759	0,3494	Valid
2.	Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat mempengaruhi mood (suasana hati) saat berbelanja	0.691	0,3494	Valid
3.	Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo cepat membuat saya menghabiskan waktu yang lebih banyak	0.778	0,3494	Valid
4.	Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat membuat saya nyaman saat berbelanja	0.781	0,3494	Valid

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Jenis Tempo Cepat				
5.	Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak produk	0.696	0,3494	Valid
Jenis Tempo Lambat				
1.	Mendengarkan musik dengan jenis tempo lambat menciptakan suasana santai saat berbelanja	0.679	0,3494	Valid
2.	Musik yang diputar dengan jenis tempo lambat mempengaruhi mood (suasana hati) saat berbelanja	0.721	0,3494	Valid
3.	Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo lambat membuat saya menghabiskan waktu yang lebih banyak	0.714	0,3494	Valid
4.	Musik yang diputar dengan jenis tempo lambat membuat saya nyaman saat berbelanja	0.796	0,3494	Valid
5.	Musik yang diputar dengan jenis tempo lambat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak produk	0.724	0,3494	Valid

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan dari r_{hitung} dianggap valid karen nilai yang didapatkan lebih besar daripada r_{tabel} , suatu alat ukur dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} yang digunakan yaitu dengan tingkat signifikansi 5%.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah dilakukannya uji validitas, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban dari pertanyaan kuesioner apakah reliabel atau tidak dengan kriteria uji reliabilitas sebagai berikut:

1. $0,5 < \text{Cronbach Alpha} < 0,6$ maka dikatakan bahwa variabel reliabelnya diragukan
2. $\text{Cronbach Alpha} > 0,6$ maka dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel
3. $\text{Cronbach Alpha} < 0,5$ maka dikatakan bahwa variabel tersebut tidak reliabel

Berikut adalah hasil uji statistik reliabilitas yang diperoleh dari 32 responden dengan t_{tabel} sebesar 95%.

Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas

Jenis Tempo	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas
Jenis Tempo Cepat	0.787	Reliabel
Jenis Tempo Lambat	0.772	Reliabel

Berdasarkan jawaban dari responden terhadap kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.20, hasil uji reliabilitas atau *cronbach's alpha* adalah 0.787 dan 0.772 pada jenis tempo cepat dan tempo lambat. Hasil yang diperoleh dari uji statistik reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai lebih dari 0.6, sehingga data tersebut dianggap reliabel (handal) atau telah sesuai dengan keadaan sebenarnya.

4.5 Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji Asumsi Klasik

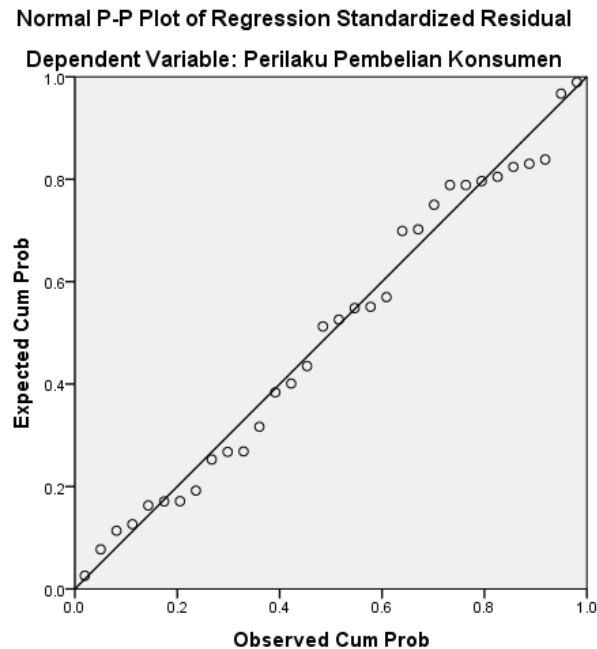
Uji Asumsi Klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh valid untuk dapat dijadikan alat prediksi. Menurut Santoso (2019) sebuah model regresi akan dapat digunakan untuk prediksi jika memenuhi beberapa asumsi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat variabel yang mengganggu atau seluruh variabel telah berdistribusi normal. Untuk melihat apakah data telah berdistribusi normal, maka dapat dilihat pada titik-titik plotting dalam hasil *output SPSS*. Adapun ketentuan yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Jika data berada disekitar atau mengikuti alur garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa model regresi telah berdistribusi normal.

- 2) Sementara itu, jika data tidak menyebar secara merata pada garis diagonal dan tidak mengikuti alur garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak berdistribusi normal.



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik telah mengikuti dan sesuai dengan alur garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh telah berdistribusi secara normal dan model regresi telah memenuhi syarat dari asumsi uji normalitas

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki hubungan anatar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF dari masing-masing variabel bebasnya, jika nilai VIF kurang dari 10 dan atau nilai *Tolerance* lebih dari 0,01 maka dikatakan bahwa tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF lebih dari 10 dan atau nilai *Tolerance* kurang dari 0,01 maka dikatakan terdapat multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas

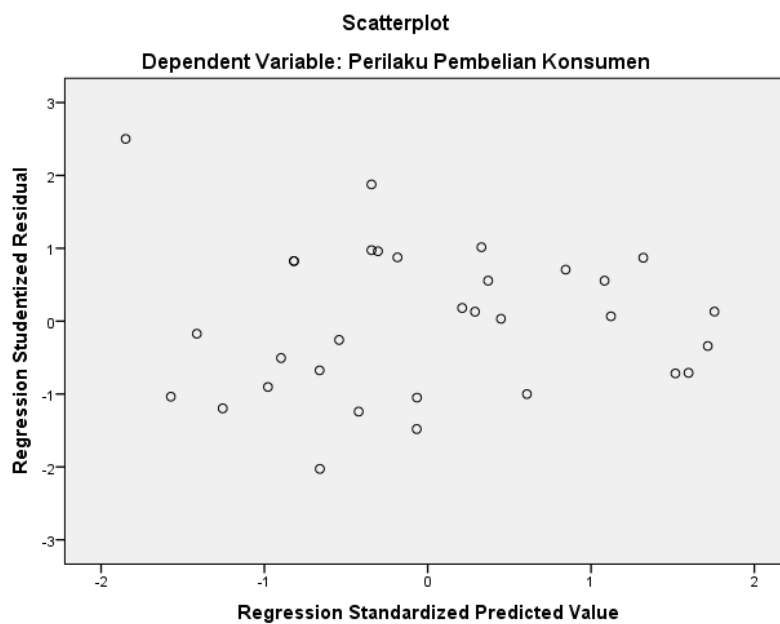
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
	(Constant)	6.594	3.649		1.807	.081	
Musik Tempo Cepat	-.272	.123	-.355	-2.222	.034	.969	1.032
Musik Tempo Lambat	.326	.154	.339	2.120	.043	.969	1.032

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil pada tabel 4.21 diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan VIF menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.100 dan tidak terdapat satupun dari variabel independen yang memiliki nilai lebih besar dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidakserasian variansi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pengujian ini memiliki kriteria, jika tidak terdapat suatu pola yang jelas dan juga data menyebar dibatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan bahwa data tidak mengalami heteroskedastisitas.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa *scatter plot* menunjukkan bahwa data tidak menampilkan suatu pola tertentu dan data telah menyebar secara merata diatas dan dibawah dari angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat atau terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas atau dikatakan bahwa model regresi telah sesuai.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang berkaitan dengan positif atau negatif.

Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.594	3.649		1.807	.081
	Musik Tempo Cepat	-.272	.123	-.355	-2.222	.034
	Musik Tempo Lambat	.326	.154	.339	2.120	.043

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized	Standardized		
	Coefficients	Coefficients		
	B	Beta		

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dapat dilihat bahwa persamaan regresi linier berganda yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = 6.594 - 0.272X_1 + 0.326X_2 + e$$

Nilai konstanta adalah sebesar 6.594 menunjukkan bahwa jika variabel jenis tempo musik dianggap konstan terhadap perilaku pembelian konsumen.

- Koefisien regresi (X1) memiliki nilai sebesar -0.272, yang artinya bahwa variabel jenis tempo cepat bertanda negatif terhadap perilaku pembelian konsumen yaitu sebesar 0.272.
- Koefisien regresi (X2) memiliki nilai sebesar 0.326, yang artinya bahwa variabel jenis tempo lambat bertanda positif terhadap perilaku pembelian konsumen yaitu sebesar 0.326.

a. Uji t (t-test)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari masing-masing indikator dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara nilai t-hitung terhadap t-tabel. Nilai t tabel dapat diketahui dengan cara, pertama menentukan tingkat signifikansinya yaitu sebesar 5% dan menetapkan derajat kebebasan dengan rumus $df = (n-k-1)$ dimana, diketahui bahwa n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel.

Tabel 4. 23 Hasil Uji T-Test

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.594	3.649		1.807	.081
	Musik Tempo Cepat	-.272	.123	-.355	-2.222	.034
	Musik Tempo Lambat	.326	.154	.339	2.120	.043

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

Adapun kriteria dari uji statistik T menurut Ghozali (2016) sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan dependen.
- Sementara itu, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil tabel 4. 23 diatas dapat diketahui bahwa:

- Nilai signifikan (sig.) yang didapatkan pada variabel jenis musik tempo cepat yaitu sebesar 0.034. Karena nilai signifikansi $0.034 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependennya.
- Nilai signifikan (sig.) yang didapatkan pada variabel jenis musik tempo lambat yaitu sebesar 0.043. Karena nilai signifikansi $0.043 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

Selain itu juga dapat diketahui dari hasil t hitung yang didapatkan untuk jenis tempo musik cepat dan lambat secara berurutan adalah sebesar -2.222 (X1) dan 2.120 (X2) dimana hasil t hitung ini menunjukkan bahwa jenis musik tempo lambat lebih besar dari nilai t tabel yaitu, $2.120 > 1.699$ dengan rumus t tabel (n-k-1). Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis tempo musik lambat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

b. Uji F (uji regresi secara bersama)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat variabel independen yang secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Uji F dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel. Untuk mengetahui tingkat signifikansi atau untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya maka digunakan nilai *probability* sebesar 5% atau nilai $\alpha = 0,05$. Adapun kriteria dari uji statistik F menurut Ghozali (2016) sebagai berikut:

- a) Jika F hitung lebih dari F tabel maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Sementara itu, jika F hitung kurang dari F tabel maka dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 24 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.518	2	29.259	5.719	.008 ^b
	Residual	148.357	29	5.116		
	Total	206.875	31			

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

b. Predictors: (Constant), Musik Tempo Lambat, Musik Tempo Cepat

Berdasarkan hasil tabel 4.24 diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung yang didapatkan adalah sebesar 5.719 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0.008. Perhitungan F tabel dilakukan dengan cara yaitu $F_{\text{tabel}} = F(k; n-k) = (2; 32-2) = 30$, sehingga berdasarkan dari hasil tersebut maka F tabel yang diperoleh dari nilai probabilitas 0,05 (2,30) adalah 3.32.

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperoleh

k = jumlah variabel independen

Hasil pengujian uji F atau uji Anova didapatkan hasil yaitu F hitung sebesar 5.719 lebih besar dari nilai F tabel 3.32 dan nilai signifikansi yang didapatkan adalah sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, maka diperoleh hasil yaitu F

hitung lebih besar dari F tabel, yang artinya bahwa seluruh variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji koefisiensi determinasi digunakan untuk mengukur terkait seberapa jauh kemampuan dari model regresi dalam mendefinisikan variasi variabel dependen.

Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 ^a	.283	.233	2.262

a. Predictors: (Constant), Musik Tempo Lambat, Musik Tempo Cepat

Dapat dilihat pada tabel 4.25 diatas, koefisien determinasi yang diperoleh adalah $R = 0.532$, hal ini dapat diartikan bahwa hubungan atau korelasi antara jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap perilaku pembelian konsumen. Selanjutnya nilai koefisien determinasi yaitu $R\ Square = 0.283$, artinya persentasi sebesar 28,3 memiliki pengaruh jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat terhadap perilaku pembelian konsumen sedangkan untuk 71,7% ditentukan oleh variabel lain.

4.6 Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan dari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang dinyatakan oleh koefisien (r)

Tabel 4. 26 Hasil Uji Korelasi Pearson

Correlations				
		Musik Tempo Cepat	Musik Tempo Lambat	Perilaku Pembelian Konsumen
Musik Tempo Cepat	Pearson Correlation	1	-.176	-.414*
	Sig. (2-tailed)		.336	.018
	N	32	32	32

Correlations

		Musik Tempo Cepat	Musik Tempo Lambat	Perilaku Pembelian Konsumen
Musik Tempo Lambat	Pearson Correlation	-.176	1	.401*
	Sig. (2-tailed)	.336		.023
	N	32	32	32
Perilaku Pembelian Konsumen	Pearson Correlation	-.414*	.401*	1
	Sig. (2-tailed)	.018	.023	
	N	32	32	32

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil tabel 4. 26 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh untuk variabel jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat yaitu sebesar 0.018 (X1) dan 0.023 (X2) lebih kecil dari 0.05, artinya bahwa kedua variabel independent memiliki korelasi terhadap variabel dependennya. Sedangkan untuk nilai *Pearson Correlation* didapatkan hasil yaitu -0.414 (X1) dan 0.401 (X2). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak memiliki korelasi terhadap variabel dependen dan derajat hubungannya adalah berkorelasi cukup kuat (0.40-0.599).

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian digunakan untuk dapat memenuhi tujuan penelitian dan dapat menjawab terkait masalah yang diteliti. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan oleh peneliti yaitu, usia, jenis kelamin, pekerjaan, pertanyaan terkait dengan musik dan belanja, serta pertanyaan-pertanyaan lainnya tentang musik pada toko yang dapat berguna dalam penelitian ini. Responden pada penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu terdapat sebanyak 29 responden berusia 17-25 Tahun dan sebanyak 3 responden berusia 26-35 Tahun. Terdapat sebanyak 6 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 26 responden berjenis kelamin perempuan. Responden dengan status pelajar/mahasiswa terdapat 29 responden dan karyawan/pegawai sebanyak 3 responden.

Terkait pertanyaan tentang musik, seluruh responden menyatakan bahwa mereka senang mendengarkan musik pada kehidupan sehari-hari. Selain itu, seluruh responden menyatakan bahwa volume pada musik berpengaruh saat mendengarkan musik. Lama waktu mendengarkan musik dalam sehari rata-rata adalah 120 menit. Genre yang paling digemari atau diminati adalah genre musik pop terdapat 22 responden. Terdapat 18 responden yang lebih suka mendengarkan musik menggunakan media *loud speaker* dan 14 responden lebih suka mendengarkan menggunakan *headset/airpods/earphone*. Kegiatan yang dilakukan responden sambil mendengarkan musik yaitu belajar terdapat 12 responden, bersih-bersih rumah/kos terdapat 26 responden, masak terdapat 13 responden, olahraga terdapat 15 responden, melakukan hobi terdapat 18 responden, bekerja terdapat 5 orang, dan belanja 1 orang.

Pertanyaan mengenai kegiatan belanja responden, diketahui bahwa responden yang ditemui peneliti di Toko Swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70 sebanyak 28 responden berbelanja untuk memenuhi kebutuhan harian atau bulanan dan 4 responden berbelanja dengan tujuan untuk kebutuhan tidak terduga, seperti tiba-tiba ada barang yang habis dan harus dibeli dalam waktu itu juga. Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa sebanyak 20 responden telah berbelanja Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70 >5 sehingga dapat diketahui bahwa kebanyakan responden sudah sering belanja dan terbiasa belanja di Toko

Swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70. Hal ini berarti bahwa responden senang untuk berbelanja kembali di toko yang sama. Jumlah rata-rata daftar belanja responden adalah 10-20 produk dan sebanyak 31 responden menyatakan bahwa terdapat produk yang dibeli namun sebelumnya tidak ada di dalam daftar, untuk jumlah tambahan produk yang dibeli oleh responden yaitu antara 2-5 produk. Sedangkan untuk jumlah rata-rata uang yang dibawa oleh responden saat berbelanja yaitu sekitar Rp 100.000-500.000. Lalu untuk jenis metode pembayaran, peneliti membaginya ke dalam dua kelompok yaitu metode pembayaran *cashless*/non-tunai dan *cash*/tunai. Terdapat 20 responden melakukan pembayaran non-tunai dan 12 responden melakukan pembayaran dengan uang tunai.

Selain pertanyaan terkait musik dan belanja, peneliti juga ingin mengetahui tentang persepsi responden musik yang diputar pada Toko Swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70. Volume yang diputar pada toko, 22 responden menyatakan bahwa volume musik sudah sesuai dan 10 responden menyatakan bahwa volume terlalu kecil atau terdengar samar-samar. Untuk musik atau lagu yang telah diputar pada toko, 29 responden menyatakan bahwa musik yang diputar terkenal bagi mereka dan 3 responden menyatakan musik tidak terlalu familiar bagi mereka. Peneliti juga menemukan bahwa 29 responden menyatakan lebih suka jenis tempo musik lambat dan 3 orang menyatakan tidak suka, sedangkan untuk jenis tempo musik cepat terdapat 20 responden menyatakan lebih suka jenis tempo ini dan 12 responden menyatakan tidak suka. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan hasil tersebut bahwa responden lebih memilih lagu-lagu dari jenis tempo lambat dibandingkan dengan tempo cepat.

5.2 Analisis Berdasarkan Kuesioner Ergonomi Kognitif

5.2.1 Analisis Jenis Tempo Cepat

Jenis tempo cepat merupakan musik dengan tempo yang memiliki yaitu *beat per minute* (BPM) yang tinggi. Tempo pada jenis musik ini memiliki ukuran yaitu minimal 109 bpm dan maksimal 200 bpm, dimana nuansa musik yang digambarkan oleh jenis musik ini adalah senang, ceria, lincah, dan bahagia. Terdapat 5 pertanyaan terkait musik dengan jenis tempo cepat yang digunakan pada penelitian ini yaitu mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat menciptakan suasana santai saat berbelanja (1) musik yang diputar dengan jenis tempo cepat mempengaruhi *mood* atau suasana hati saat berbelanja (2) Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo cepat membuat saya menghabiskan waktu yang lebih banyak (3) Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat membuat saya nyaman saat berbelanja

(4) dan Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak produk (5). Penilaian untuk pertanyaan diatas menggunakan skala likert yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada tabel 4.17 yang merupakan rekapitulasi jawaban dari responden pada pertanyaan (1) diperoleh hasil untuk jawaban STS berjumlah 2 responden, jawaban TS berjumlah 6 responden, jawaban N berjumlah 13 responden, jawaban S berjumlah 9 responden, dan jawaban SS berjumlah 2 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (2) adalah untuk jawaban STS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala ini pada pernyataan kedua, jawaban TS berjumlah 5 responden, jawaban N berjumlah 5 responden, jawaban S berjumlah 15 responden, dan jawaban SS berjumlah 7 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (3) adalah untuk jawaban STS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala ini pada pernyataan ketiga, jawaban TS berjumlah 6 responden, jawaban N berjumlah 18 responden, jawaban S berjumlah 4 responden, dan jawaban SS berjumlah 4 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (4) adalah untuk jawaban STS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala ini pada pernyataan keempat, jawaban TS berjumlah 6 responden, jawaban N berjumlah 18 responden, jawaban S berjumlah 7 responden, dan jawaban SS berjumlah 1 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (5) adalah untuk jawaban STS berjumlah 10 responden, jawaban TS berjumlah 5 responden, jawaban N berjumlah 16 responden, jawaban S berjumlah 1 responden, dan jawaban SS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala SS pada pernyataan kelima.

Sehingga diketahui bahwa dari jawaban responden pada jenis tempo cepat untuk setiap pernyataan yang memilih skala STS dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 16 %, skala TS dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 15 %, skala N dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 39 %, skala S dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 20 %, dan skala SS dengan persentase yaitu sebesar 10 %.

5.2.2 Analisis Jenis Tempo Lambat

Jenis tempo lambat merupakan musik dengan tempo yang memiliki yaitu *beat per minute* (BPM) yang tinggi. Tempo pada jenis musik ini memiliki ukuran yaitu minimal 60 bpm dan maksimal 108 bpm, dimana nuansa musik yang digambarkan oleh jenis musik ini adalah tenang, santai, sendu atau sedih. Terdapat 5 pertanyaan terkait musik dengan jenis tempo lambat yang digunakan pada penelitian ini yaitu mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat menciptakan suasana santai saat berbelanja (1) musik yang diputar dengan jenis tempo cepat mempengaruhi *mood* atau suasana hati saat berbelanja (2) Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo cepat membuat saya menghabiskan waktu yang lebih banyak (3) Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat membuat saya nyaman saat berbelanja (4) dan Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak produk (5). Penilaian untuk pernyataan diatas menggunakan skala likert yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada tabel 4.18 yang merupakan rangkuman jawaban dari responden pada pernyataan (1) diperoleh hasil untuk jawaban STS dan TS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala tersebut pada pernyataan pertama, jawaban N berjumlah 8 responden, jawaban S berjumlah 20 responden, dan jawaban SS berjumlah 4 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (2) adalah untuk jawaban STS dan TS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala tersebut pada pernyataan kedua, jawaban N berjumlah 10 responden, jawaban S berjumlah 16 responden, dan jawaban SS berjumlah 6 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (3) adalah untuk jawaban STS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala ini pada pernyataan ketiga, jawaban TS berjumlah 2 responden, jawaban N berjumlah 15 responden, jawaban S berjumlah 13 responden, dan jawaban SS berjumlah 6 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (4) adalah untuk jawaban jawaban STS dan TS berjumlah 0 responden atau tidak ada responden yang memilih skala tersebut pada pernyataan keempat, jawaban N berjumlah 13 responden, jawaban S berjumlah 13 responden, dan jawaban SS berjumlah 6 responden.

Jawaban responden pada pertanyaan (5) adalah untuk jawaban STS berjumlah 1 responden, jawaban TS berjumlah 6 responden, jawaban N berjumlah 16 responden, jawaban S berjumlah 7 responden, dan jawaban SS berjumlah 2 responden.

Sehingga diketahui bahwa dari jawaban responden pada jenis tempo cepat untuk setiap pernyataan yang memilih skala STS dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 3 %, skala TS dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 12 %, skala N dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 35 %, skala S dengan persentase rata-rata yaitu sebesar 39 %, dan skala SS dengan persentase yaitu sebesar 11 %.

5.3 Analisis Berdasarkan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui bahwa alat ukur (kuesioner) valid atau tidak. Hasil dari perhitungan uji statistik validitas dari kedua variabel menunjukkan bahwa semua data valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai α yang digunakan adalah sebesar 5%. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kehandalan atau kestabilan dari jawaban tiap pertanyaan yang ada dikuesioner. Hasil uji reliabilitas dari variabel jenis tempo cepat dan tempo lambat secara berurutan adalah 0.787 dan 0.772, dimana data tersebut menunjukkan bahwa nilai reliabilitas yang didapatkan > 0.6 sehingga dapat disimpulkan data reliabel.

5.4 Analisis Berdasarkan Uji Regresi Linier Berganda

Sebelum melakukan uji regresi linier berganda terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi ini memiliki 3 tahapan yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Pada Uji Normalitas didapatkan hasil bahwa dilihat dari data P-Plot penyebaran titik-titik sudah mengikuti alur garis diagonalnya, sehingga disimpulkan bahwa data telah berdistribusi secara normal dan model regresi telah memenuhi uji asumsi klasik Uji Normalitas. Selanjutnya pada Uji Multikolinieritas didapatkan hasil nilai *tolerance* dan VIF menunjukkan bahwa tidak terdapat satupun variabel independen memiliki nilai $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* variabel independen lebih besar dari 0,100. Sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas. Terakhir pada uji asumsi klasik yaitu Uji Heteroskedastisitas didapatkan hasil bahwa data tidak menunjukkan suatu pola tertentu atau pola yang ada tidak jelas dan data telah menyebar secara merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, berdasarkan hasil tersebut diketahui jika data tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sehingga disimpulkan bahwa model regresi telah sesuai dan bisa dilanjutkan ke tahap uji berikutnya.

Tahap selanjutnya adalah dilakukannya Uji Regresi Linier Berganda, uji ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya

yang berkaitan dengan positif dan negatif. Selain untuk mengetahui arah hubungan, uji ini juga digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil dari Uji Regresi Linier Berganda didapatkan persamaan sebagai berikut.

$$Y = 6.594 - 0.272X_1 + 0.326X_2 + e$$

Nilai konstanta memiliki nilai yang positif sebesar 6.594, tanda positif ini berarti bahwa adanya pengaruh yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen jenis tempo cepat (X_1) dan jenis tempo lambat (X_2) bernilai 0 persen atau artinya tidak mengalami perubahan, maka nilai dari variabel dependen perilaku pembelian konsumen (Y) adalah sebesar 8.659. Akan tetapi, untuk variabel jenis tempo cepat (X_1) bernilai negatif sebesar -0.272, nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif atau berlawanan arah antara variabel jenis tempo cepat (X_1) terhadap perilaku pembelian konsumen. Sedangkan untuk jenis tempo lambat (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0.326, nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif atau adanya pengaruh yang searah antara jenis tempo lambat (X_2) terhadap perilaku pembelian konsumen.

Berikutnya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari masing-masing indikator variabel independen terhadap variabel dependen maka dilakukan dengan Uji T. Pengujian ini menggunakan *software SPSS*, hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen, khususnya pada variabel jenis tempo lambat memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Setelah dilakukannya Uji T, maka akan dilanjutkan dengan Uji F atau Uji Anova yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat variabel independen yang secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hasil yang diperoleh dari Uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung yang didapatkan adalah sebesar 5.719 lebih besar dari nilai F tabel 3.32 dan nilai signifikansi yang didapatkan adalah sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa hasil F hitung lebih besar dari F tabel, yang artinya bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tahap terakhir yaitu akan dilakukan Uji Koefisien Determinasi, hasil yang diperoleh adalah 0.532 hal ini dapat diartikan bahwa hubungan atau korelasi antara jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap perilaku pembelian konsumen. Selanjutnya nilai koefisien determinasi *R Square* yaitu 0.283, artinya presentasi sebesar 28,3 memiliki pengaruh jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat terhadap perilaku pembelian konsumen sedangkan untuk 71,7% ditentukan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.5 Analisis Berdasarkan Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan dari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang dinyatakan oleh koefisien (*r*). Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji ini menunjukkan bahwa, nilai signifikansi dari variabel jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat secara berurutan yaitu sebesar 0.018 (X1) dan 0.023 (X2) lebih kecil dari 0.05, artinya kedua variabel independent memiliki korelasi terhadap variabel dependennya. Sedangkan untuk nilai *Pearson Correlation* didapatkan hasil yaitu -0.414 (X1) dan 0.401 (X2). Variabel X1 memiliki hubungan korelasi cukup kuat yang tidak searah dengan Y karena nilai yang didapatkan negatif yaitu -0.414, sedangkan untuk variabel X2 hubungan korelasinya cukup kuat namun searah dengan Y. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki korelasi terhadap variabel dependen dan derajat hubungannya adalah berkorelasi cukup kuat (0.40-0.599).

5.6 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa konsumen dari Toko swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta lebih menyukai suara latar musik yang diputar pada toko yaitu lagu pop dengan jenis musik vokal dan bertempo lambat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa konsumen toko Manna Kampus, diketahui bahwa menurut mereka musik yang diputar pada toko sudah familiar atau terkenal bagi mereka. Selain itu, persepsi terhadap musik yang sudah diputar pada toko, sebanyak 29 responden lebih menyukai musik dengan jenis tempo lambat dan 20 responden memilih tempo cepat.

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada Toko swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70 adalah lebih memperhatikan terkait lagu-lagu yang digunakan sebagai suara latar musik pada toko sesuai dengan preferensi konsumen yang dapat dilihat pada hasil

penelitian ini yaitu memilih genre musik pop, jenis musik vokal, dan lagu dengan jenis tempo lambat. Adapun hal lain yang dirasa penting yaitu terkait lagu-lagu yang diputarkan, berdasarkan hasil wawancara konsumen juga menyatakan bahwa jika lagu yang sedang *tren* atau lagu familiar bagi mereka maka dapat mempengaruhi suasana hati mereka ketika berbelanja. Selain itu juga pihak manajemen toko dapat memperhatikan terkait volume musik yang diputarkan pada toko, walaupun sebagian konsumen menyatakan volume telah sesuai namun masih ada beberapa konsumen yang merasakan bahwa volume terlalu kecil atau samar-samar. Adapun beberapa rekomendasi lagu pop dengan jenis tempo musik lambat yang sedang hits pada tahun 2023 ini sebagai berikut, rekomendasi ini berdasarkan dari daftar putar yang telah dibuat oleh penulis ketika melakukan penelitian:

Tabel 5. 1 Rekomendasi Lagu Pop Tempo Lambat

No.	Judul Lagu, Penyanyi	BPM	No.	Judul Lagu, Penyanyi	BPM
Contoh Lagu Tempo Lambat					
1.	About you, The 1975	96	16.	Apa mungkin, Bernadya	90
2.	August, Taylor Swift	90	17.	Pamit, Tulus	78
3.	I'm not the only one, Sam Smith	82	18.	Perahu kertas, Maudy Ayunda	77
4.	Nobody gets me, SZA	100	19.	Muak, Aruma	83
5.	Give me your forever, Zack Tabulo	100	20.	We'll be okay, for today, Arash Buana ft Anya T	108
6.	In the stars, Benson Boone	78	21.	Angin kencang, Noh saleh	88
7.	Understand, Keshi	82	22.	Attention, New jeans	105
8.	Calm down, Rema ft Selena Gomez	107	23.	My universe, BTS ft Coldplay	105
9.	Say you won't let go, James Arthur	85	24.	Never goodbye, NCT Dream	92
10.	Tutur batin, Yura Yunita	73	25.	Ganadara, Jay Park ft IU	90
11.	Stay, Blackpink	88	26.	Darari, Treasure	85
12.	Menyesal, Lyodra, Tiara, Ziva	106	27.	Playing with fire, Blackpink	97
13.	Photograph, Ed Sheeran	108	28.	Darling, Seventeen	96

No.	Judul Lagu, Penyanyi	BPM	No.	Judul Lagu, Penyanyi	BPM
Contoh Lagu Tempo Lambat					
14.	La la lost you, NIKI	100	29.	To my first, NCT Dream	77
15.	Hati-hati di jalan, Tulus	72	30.	Angel baby, Troye Sivan	72

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan uji regresi linier berganda bahwa hanya jenis tempo musik lambat yang memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian konsumen. Sedangkan untuk jenis tempo musik cepat memiliki pengaruh negatif, yang artinya variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Dilihat pada nilai R didapatkan sebesar 0.532, artinya hubungan atau korelasi antara jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat memiliki pengaruh yang sama-sama lemah terhadap perilaku pembelian konsumen. Selanjutnya nilai koefisien determinasi yaitu *R Square* sebesar 0.283, artinya presentasi sebesar 28.3% memiliki pengaruh jenis tempo musik cepat dan tempo musik lambat terhadap perilaku pembelian konsumen sedangkan untuk 86,7% ditentukan oleh variabel lain. Selain itu pada uji korelasi, didapatkan hasil bahwa hubungan keeratan antara variabel independen jenis tempo musik lambat memiliki hubungan korelasi yang cukup kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis tempo musik yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen yaitu jenis tempo lambat.
2. Saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan hasil yang telah diperoleh, Toko Swalayan Manna Kampus dapat lebih memperhatikan terkait pemilihan jenis musik dari preferensi konsumen, dimana genre musik yang paling banyak digemari konsumen adalah lagu pop, dengan jenis musik vokal atau suara manusia, dan jenis tempo musik yaitu lambat. Menurut konsumen, suara latar dengan jenis tempo lambat membuat mereka lebih merasa nyaman dan santai saat berbelanja, sehingga konsumen dapat menghabiskan waktu yang lebih lama untuk berkeliling pada toko. Sedangkan jika suara latar dengan jenis tempo cepat, membuat mereka merasa kurang nyaman.

6.2 Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh jenis tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen, maka dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk toko swalayan dalam memilih lagu-lagu dengan jenis tempo musik yang diminati oleh konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Selain itu juga, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai ergonomi kognitif khususnya terkait pengaruh jenis tempo musik terhadap perilaku pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Realibilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, Vol. VIII No. 1, 179-188.
- Andis, A., Risal, M., & Usman, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25-31.
- Andriani, M., Dewiyana, D., & Erfani, E. (2018). Perancangan Ulang Egrek Yang Ergonomis Untuk Meningkatkan Produktivitas Pekerja Pada Saat Memanen Sawit. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(2), 119-128.
- Arlianty, W. N. (2021). MODEL PEMBELAJARAN PROJECT-BASED LEARNING SEBAGAI SALAH SATU MODEL PEMBELAJARAN EFEKTIF DI ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Huriah: Jurnal Evaluasi dan Penelitian Pendidikan*, 88.
- Aryanto, C. B., & Megananda, R. (2019). PENGARUH MUSIK DENGAN TEMPO CEPAT & LAMBAT TERHADAP ATENSI MAHASISWA. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA Vol. 8 No. 2*, 52-61.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College Pub.
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung: Edukasi Riset Digital PT.
- Christiani, Y., Anandya, D., & Margaretha, S. (2019). STUDI EKSPERIMENTAL PERAN BACKGROUND MUSIC TERHADAP APPROACH BEHAVIOR : MODERASI CO-CREATION DAN MEDIASI PERCEIVED MOOD PADA KONSUMEN RUMAH ICE CREAM BARATAJAYA SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol 7 No. 2*, 2765-2781.
- Curatman, A., Maulana, Y., & Mahendra, I. (2023). Peran Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 2 No. 1*, 146-153.
- Desyandri, D. (2019). Seni Musik Serta Hubungan Penggunaan Pendidikan Seni Musik Untuk Membentuk Karakter Peserta Didik Di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(3), 222-232.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Harefa, A. K. (2020). ANALISIS PENGARUH ATMOSFER KENYAMANAN TOKO, AKTIVITAS RELATIONSHIP MARKETING, DAN HARGA KHUSUS AKTIVITAS RELATIONSHIP MARKETING, DAN HARGA KHUSUS DALAM KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Education and development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan Vol. 8 No. 1*, 222-227.
- Hartono, J. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM.
- Haque, A., Sari, I. K., & Amin, S. M. (2020). Pengaruh musik pop terhadap hasil belajar siswa SMA kelas XI pada topik barisan dan deret. *Jurnal Penelitian Pendidikan Matematika dan Sains*, 4(1), 15-21.
- Hutabarat, J. (2018). *Kognitif Ergonomi Aplikasi Pada Pencantingan Batik Tulis Dan Sopir Angkutan Kota*. Malang: Mitra Gajayana.
- Hutabarat, Y. (2017). *Dasar Dasar Pengetahuan Ergonomi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Irawana, T. J., & Desyanri. (2019). SENI MUSIK SERTA HUBUNGAN PENGGUNAAN PENDIDIKAN SENI MUSIK UNTUK MEMBENTUK KARAKTER PESERTA DIDIK DI SEKOLAH DASAR. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Volume 1 Nomor 3*, 222-223.
- Lestari, T., Claudia P, R., & Sipa, A. (2019). Pengaruh Musik Terhadap Gairah, Kenikmatan Musik, Dan Kinerja Kognitif Pada Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maharanie, R. P., Suharyono, & Yulianto, E. (2020). PENGARUH LINGKUNGAN TOKO TERHADAP IMPULSE BUYING PENGARUH LINGKUNGAN TOKO TERHADAP IMPULSE BUYING. *Jurnal Profit Volume.14 No. 1*, 12-21.
- Mansur, T., & M.M., N. (2018). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PAMELLA TUJUH SWALAYAN YOGYAKARTA). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 656-663.
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN PADA TOKO IMMANUEL SONDER. *Jurnal EMBA Vol. 9 No. 3*, 1077-1086.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muflih, T. F. (2018). Analisis pengaruh faktor situasional terhadap pembelian impulsif pada Binjai supermall. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 270-293.
- Muhammad, R. F. (2018). Analisis Faktor Model TRUST Antar Pengguna Media Sosial Dalam Menerima Berita Dengan Pendekatan Ergonomi Kognitif Dan Agent-Based Modeling.
- Natalia, Y., Singgih, S. S., & Kristanti, M. (2021). *ANALISIS PENGARUH MUSICSCAPE TERHADAP EMOTIONAL STATES DAN PERILAKU KONSUMEN RESTORAN HACIENDA MEXICAN BAR & GRILL DISURABAYA*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Nelwan, F., Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). ANALISIS FAKTOR DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DIGERAI STARBUCKS MANADO TOWN SQUARE. *Jurnal EMBA Vol. 7 No. 4*, 5147-5156.
- Ningsih, I. P. (2019). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE DI KOTA MEDAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Noviarini, P., & Hasbi, I. (2019). ANALISIS FAKTOR IMPULSE BUYING PENGUNJUNG WANITA TRANSMART CARREFOUR BUAH BATU BANDUNG. *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2*, 386-387.
- Novita, N. (2022). *PENGARUH SUASANA TOKO DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AEON MALL JAKARTA GARDEN CITY* (Doctoral dissertation, UNSADA).
- Nuantra, V. A., Sacky, M. R., Kristianto, W., Fadillah, M. R., Mahmudah, M. J., Hanif, S. A. C., & Yuamita, F. (2022). Faktor Usability Testing Terhadap Penggunaan Presensi Di Web SIA UTY. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 173-182.
- Nugroho, S. (2008). *Statistka Multivariat Terapan*. Bengkulu: UNIB Press.
- Nurkamal, M. A., & Juju SE., M.Si, D. (2019). *PENGARUH SUASANA TOKO DAN FASILITAS FISIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survey pada konsumen Cafe Cupola.Id Bandung)*. Bandung: Perpustakaan FEB UNPAS.

- Oktaviana, F. S. (2021). PENGARUH SUASANA TOKO DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI FZ SHOPEE ROYAL PLAZA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1174-1180.
- Park, S., Kwak, C., & Han, W. (2020). Effect of background music for attentive concentration in working. *Audiology and speech research*, 16(3), 188-195.
- Priyadi, G. A. (2020). *PENGARUH KEBERSIHAN, MUSIK, AROMA, SUHU, PENCAHAYAAN, WARNA, DAN DISPLAY PADA NIAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi Pada Toko Ritel H&M)*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rahmah, S. (2018). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM (Studi Kasus Konsumen Griya Muslim Haleezha Pati)*. Kudus: Perpustakaan IAIN Kudus.
- Riskiyah, N., Kunaifi, A., Matnin, & Asyari, Q. (2020). STORE ATMOSPHERE DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN KAPAL JODOH BATU MARMAR PAMEKASAN. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* Vo. 8 (2), 54-62.
- Sapuri, A. S., & Amron. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA APOTEK GONDANG WATUMALANG WONOSOBO). *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis* Vol. 1 No. 2, 58-65.
- Setiawardani, M. (2019). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung) . *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 5, No. 1, 21-32.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Subsada, G. B. (2020). Kajian Tempo Musik Dalam Pembentukan Atmosfer Toko Yang Mendorong Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi dan Perpustakaan* Vol. 6 No. 1.
- Sudjana. (2002). *Desain dan Analisis Eksperimen Edisi IV*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaeni, T., Raharso, S., & Putri, I. S. (2020). Musik Dalam Toko dan Perilaku Pembeli: Kajian Empiris di Minimarket. *Jurnal Inovasi Bisnis* 8, 47-51.
- Sunyoto, D., & Mulyono, A. (2022). *Manajemen Bisnis Ritel*. Purbalingga: CV. EUREKA MEDIA AKSARA.

- Supratiknya. (2005). *Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sutiama, R., & Yandri, P. (2019). Suasana toko, suasana hati, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian antara konsumen restoran modern dan restoran tradisional. *Indonesian Journal of Economics Application (IJE)*, 1(2), 110-119.
- Syarif, M., & Pratama, E. B. (2021). IMPLEMENTASI WATERFALL SEBAGAI METODE PENGEMBANGAN PERANGKAT LUNAK ADMINISTRASI KEPEGAWAIAN PADA SWALAYAN. *Jurnal Informatika Kaputama (JIK)*, Vol. 5 No. 1, 174-184.
- Wahyuni, S., & Raharjo, S. (2019). Pengaruh Store Image Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Dafinna Swalayan Di Tenggarong. *JEMI*, Vol. 19 No. 01, 53-62.
- Wibisono, T., & Mulyani, Y. S. (2018). ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PRESTASI AKADEMIK PELAJAR TINGKAT SEKOLAH MENENGAH PERTAMA. *Jurnal Ekonomi Manajemen* Vol. 4 No. 1, 1-7.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linier Berganda. *Jurnal Statistika dan Matematika*, 103-117.
- Yamin, S., Rachmach, L. A., & Kurniawan, H. (2011). *Regresi Dan Korelasi Dalam Genggaman Anda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yanti, C. A., & Akhri, I. J. (2020). PERBEDAAN UJI KORELASI PEARSON, SPEARMAN DAN KENDALL TAU DALAM MENGANALISIS KEJADIAN DIARE. *Jurnal Endurance : Kajian Ilmiah Problema Kesehatan* Vol 6 No 1, 51-58.

LAMPIRAN

A-Kuesioner Ergonomi Kognitif

Kuesioner Ergonomi Kognitif "Analisis Pengaruh Jenis Tempo Musik Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus: Manna Kampus Jl. C. Simanjutak No.70)"

19522270@students.uli.ac.id [Switch account](#)

Not shared

* Indicates required question

Data Diri Konsumen

Nama *

Your answer

Usia *

☐ 17-25 Tahun

☐ 26-35 Tahun

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Pekerjaan *

☐ Pelajar/ Mahasiswa

☐ Karyawan/ Pegawai

☐ Ibu Rumah Tangga

☐ Pedagang Toko Kelontong/ Sembako

☐ Pengusaha/ Wiraswasta

No. Handphone

Akan ada reward berupa e-wallet untuk responden terpilih

Your answer

Treatment Pertama: Jenis Tempo Musik Cepat		
<p>Merupakan jenis musik dengan tempo yang memiliki beat per minute (BPM) yang tinggi. Tempo musik cepat memiliki ukuran yaitu 109-200 bpm dengan dinamika musik yang keras (nyaring), dimana nuansa musik yang digambarkan dari jenis tempo ini adalah riang, ceria dan lincah.</p> <p>Contoh lagu: https://spotify.fi/3pw0IzP</p>	<p>Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat mempengaruhi mood (suasana hati) saat berbelanja</p> <p>1 = Sangat Tidak Mempengaruhi</p> <p>2 = Tidak Mempengaruhi</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Mempengaruhi</p> <p>5 = Sangat Mempengaruhi</p> <p>Sangat Tidak Setuju</p> <p>1 ☐</p> <p>2 ☐</p> <p>3 ☐</p> <p>4 ☐</p> <p>5 ☐</p> <p>Sangat Setuju</p>	<p>Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat membuat saya nyaman saat berbelanja</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p> <p>5 = Sangat Setuju</p> <p>Sangat Tidak Setuju</p> <p>1 ☐</p> <p>2 ☐</p> <p>3 ☐</p> <p>4 ☐</p> <p>5 ☐</p> <p>Sangat Setuju</p>
<p>Musik yang diputar pada toko familiar (terkenal) bagi saya</p> <p>☐ Ya</p> <p>☐ Tidak</p>		
<p>Mendengarkan musik dengan jenis tempo cepat menciptakan suasana santai saat berbelanja</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p> <p>5 = Sangat Setuju</p> <p>Sangat Tidak Setuju</p>	<p>Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo cepat membuat saya menghabiskan waktu lebih banyak</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p>	<p>Musik yang diputar dengan jenis tempo cepat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak produk</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p> <p>5 = Sangat Setuju</p>
Treatment Keempat: Jenis Tempo Musik Lambat		
<p>Merupakan jenis musik dengan tempo yang memiliki beat per minute (BPM) yang rendah. Tempo musik lambat memiliki ukuran yaitu 60-108 bpm dengan dinamika musik yang pelan (lambat), dimana nuansa musik yang digambarkan dari jenis tempo ini adalah tenang, sendu atau sedih.</p> <p>Contoh lagu: https://spotify.fi/3MnKaQ3</p>	<p>Musik yang diputar dengan jenis tempo lambat mempengaruhi mood (suasana hati) saat berbelanja</p> <p>1 = Sangat Tidak Mempengaruhi</p> <p>2 = Tidak Mempengaruhi</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Mempengaruhi</p> <p>5 = Sangat Mempengaruhi</p> <p>Sangat Tidak Setuju</p> <p>1 ☐</p> <p>2 ☐</p> <p>3 ☐</p> <p>4 ☐</p> <p>5 ☐</p> <p>Sangat Setuju</p>	<p>Musik yang diputar dengan jenis tempo lambat membuat saya nyaman saat berbelanja</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p> <p>5 = Sangat Setuju</p> <p>Sangat Tidak Setuju</p> <p>1 ☐</p> <p>2 ☐</p> <p>3 ☐</p> <p>4 ☐</p> <p>5 ☐</p> <p>Sangat Setuju</p>
<p>Musik yang diputar pada toko familiar (terkenal) bagi saya</p> <p>☐ Ya</p> <p>☐ Tidak</p>		
<p>Mendengarkan musik dengan jenis tempo lambat menciptakan suasana santai saat berbelanja</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p> <p>5 = Sangat Setuju</p>	<p>Lingkungan yang menyenangkan dibuat oleh musik dengan jenis tempo lambat membuat saya menghabiskan waktu lebih banyak</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p>	<p>Musik yang diputar dengan jenis tempo lambat memotivasi saya untuk membeli lebih banyak produk</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju</p> <p>2 = Tidak Setuju</p> <p>3 = Biasa</p> <p>4 = Setuju</p> <p>5 = Sangat Setuju</p>

B- Hasil Rekapitulasi Data Responden

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	No. Handphone	Apakah suka mendengarkan musik?	Jenis Genre Musik Yang Di Sukai?	Dalam sehari bisa mendengarkan musik berapa lama? (dalam satuan menit)	Loudness
2	Aprilia Vitri Kusumaningrum	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	087719298976	Ya	Pop		60 Loud S
3	Fahri ihza firmanna	17-25 Tahun	Laki-laki	Pelajar/ Mahasiswa	085314048554	Ya	Pop		60 Headse
4	Shinta	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	085335521946	Ya	Pop		60 Loud S
5	Dita Atidhira	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	081225866057	Ya	Rock		60 Headse
6	Mukhlis Abdurrahman	17-25 Tahun	Laki-laki	Pelajar/ Mahasiswa	085641489511	Ya	Klasik		120 Loud S
7	Izahrofi Qidriabela Suprpto	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	085735007312	Ya	Pop		30 Headse
8	Salsabila	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	085655893362	Ya	Pop		60 Loud S
9	Muthia W	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	-	Ya	Pop		60 Loud S
10	Talitha	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	082123521499	Ya	Pop		60 Headse
11	NH	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	0895632577482	Ya	Pop		120 Loud S
12	Ziva H	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	082140287427	Ya	Jazz		240 Headse
13	Bening Hayati	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	08975122194	Ya	Pop		240 Headse
14	Zilla	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	085879883472	Ya	Pop		60 Headse
15	Nurul	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	082338185709	Ya	Dangdut		120 Loud S
16	Lubna mayouri	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	082291704959	Ya	Pop		60 Headse

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	No. Handphone	Apakah suka mendengarkan musik?	Jenis Genre Musik Yang Di Sukai?	Dalam sehari bisa mendengarkan musik berapa lama? (dalam satuan menit)	Loudness
17	Firdha Rizky Amalia Risa Minerva	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	085729967911	Ya	Pop		240 Loud S
18	Syadillana Alifia	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	08118749957	Ya	Rock		120 Loud S
19	valen	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	089516823701	Ya	R&B		60 Headse
20	Prabu	17-25 Tahun	Laki-laki	Pelajar/ Mahasiswa		Ya	Pop		120 Loud S
21	Muhammad Syafa'at Ridho Afrianto	17-25 Tahun	Laki-laki	Pelajar/ Mahasiswa	082352403810	Ya	R&B		240 Loud S
22	yevi sopaih	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	089519575730	Ya	Pop		30 Loud S
23	Sadida	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	08999849804	Ya	R&B		180 Headse
24	Syadza Hulwah Adlin	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	08233584880	Ya	Jazz		30 Headse
25	Nur Zahrotul Hayati	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	081280219655	Ya	Pop		180 Loud S
26	LAILLA PUTRI ANGGITA DEWI	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	085293035270	Ya	Pop		240 Loud S
27	Zahra Nasywari Firdantara	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	082231694882	Ya	Pop		120 Loud S
28	Muhamad Risyad	17-25 Tahun	Laki-laki	Pelajar/ Mahasiswa	085219520036	Ya	Pop		240 Loud S
29	Niken G	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan/ Pegawai	085707469465	Ya	Pop		60 Headse
30	Puteri	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan/ Pegawai	085853433509	Ya	Pop		60 Loud S
31	Faisal H	17-25 Tahun	Laki-laki	Pelajar/ Mahasiswa	-	Ya	Klasik		60 Headse
32	Vita	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan/ Pegawai	081999345545	Ya	Pop		60 Loud S
33	Marcella J	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa		Ya	Pop		60 Headse

C-Dokumentasi Toko Swalayan Manna Kampus Jl. C. Simanjuntak No. 70



D-Dokumentasi Responden

