

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
PERTUNJUKAN *LIVE MUSIC*  
(STUDI PADA PERTUNJUKAN MUSIK JKT 48)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi



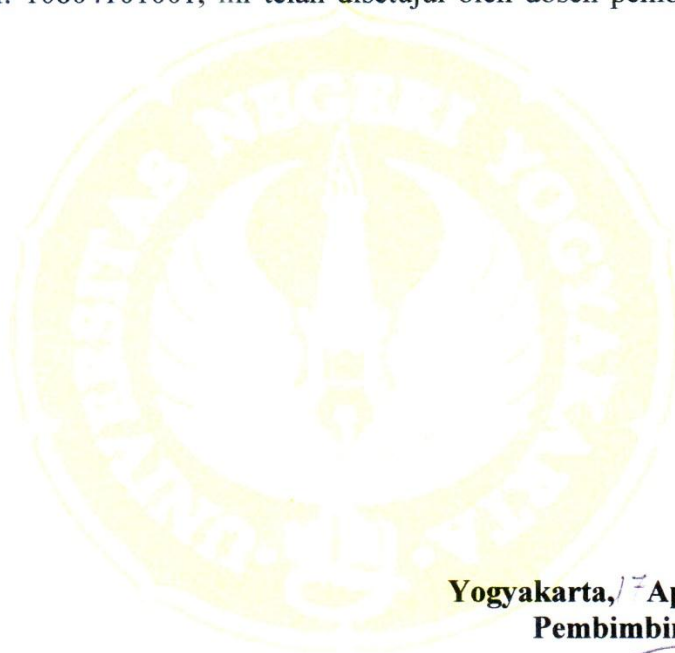
**Disusun oleh:**

**Agung Sumringah Arwandi  
NIM 10804101001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2015**

## **PERSETUJUAN**

Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertunjukan *Live Music* (Studi Pada Pertunjukan Musik JKT 48)”, yang disusun oleh Agung Sumringah Arwandi, NIM: 10804101001, ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.



**Yogyakarta, / April 2015**  
**Pembimbing**

**Nurhadi, M.M.**  
**NIP. 19550101 198103 1 006**

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertunjukan *Live Music* (Studi Pada Pertunjukan Musik JKT 48)”, yang disusun oleh Agung Sumringah Arwandi, NIM: 10804101001, ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 April 2015 dan dinyatakan lulus.

### DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Arif Wibowo, MEI.	Ketua Penguji		22 / 15 04
Nurhadi, M.M.	Sekretaris Penguji		23 / 15 04
Penny Rahmawati, M.Si.	Penguji Utama		21 / 15 04

Yogyakarta, 24 April 2015  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si  
NIP. 19550328 1983031 002

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 17 April 2015  
Yang menyatakan,



Agung Sumringah Arwandi  
NIM: 10804101001

## MOTTO

Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran.

(James Thurber)

Pahlawan bukanlah orang yang berani meletakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.

(Nabi Muhammad Saw)

“Tuhan mungkin tidak pernah mengabulkan doa kita, tapi Tuhan memberi kita petunjuk dan jalan untuk mendapatkannya”

(John Savique Capone)

“Jangan selalu katakan apa yang kau ketahui, tetapi selalu ketahui apa yang kau katakan”

(Claudius)

“Setiap hari dalam hidupmu adalah satu halaman dari sejarahmu”

“Keberuntungan tak pernah memberi, ia hanya meminjamkan”.

## PERSEMBAHAN

*Dengan segenap rasa syukur  
ku persembahkan skripsi ini  
untuk orang yang selalu ku kagumi  
Bapak dan Ibu  
serta keluarga besar, kekasih, dan teman-temanku tercinta  
kalianlah alasan terindahku untuk selalu melakukan hal terbaik,  
senyum bahagia kalian adalah semangat hidupku.*

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERTUNJUKAN *LIVE MUSIC* (STUDI PADA PERTUNJUKAN MUSIK JKT 48)

Oleh:

Agung Sumringah Arwandi

NIM: 10804101001

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) sumbangan dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton terhadap pertunjukan *live music* JKT 48 dan (2) dimensi yang memberikan sumbangan paling besar terhadap pertunjukan *live music* JKT 48.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Penelitian ini juga dikategorikan penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota *fans club* JKT 48 yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini adalah faktor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) sumbangan dari masing-masing dimensi pembentuk pertunjukan *Live Music* JKT 48 diketahui bahwa dimensi kemampuan musik adalah indikator *musician's appearance (aspek visual)* dengan nilai komponen sebesar 0,840; dimensi suara musik adalah indikator volume suara dengan nilai komponen sebesar 0,999; dimensi penampilan panggung adalah indikator dekorasi dengan nilai komponen sebesar 0,886; dimensi fasilitas adalah indikator kepuasan yang dirasakan atas fasilitas dengan nilai komponen sebesar 0,825; dan dimensi interaksi penonton adalah indikator banyaknya penonton yang berada di lingkungan jasa dengan nilai komponen sebesar 0,940; dan (2) Dimensi yang dominan dalam mempengaruhi *customer satisfaction* adalah volume suara dibuktikan dengan nilai komponen sebesar 0,999; peringkat kedua pada dimensi interaksi penonton dengan nilai komponen sebesar 0,940; peringkat ketiga pada dimensi penampilan panggung dengan nilai komponen sebesar 0,886; peringkat keempat pada dimensi kemampuan musik dengan nilai komponen sebesar 0,840; peringkat kelima pada dimensi fasilitas dengan nilai komponen sebesar 0,825.

**Kata kunci:** Kemampuan Musik, Suara Musik, Penampilan Panggung, Fasilitas, Interaksi Penonton, dan JKT48

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia, dan petunjuk Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertunjukan *Live Music* (Studi Pada Pertunjukan Musik JKT 48)” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA, Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Setyabudi Indartono, Ph.D., Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Nurhadi, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang selama ini penuh kesabaran memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan dalam menyempurnakan skripsi ini.



5. Arif Wibowo, MEI., yang telah bersedia menjadi Ketua Penguji selama ujian skripsi, terima kasih atas kesempatan waktu dan saran-saran yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Penny Rahmawati, M.Si., selaku Penguji Utama yang telah meluangkan waktunya dan banyak memberi masukan, koreksi serta arahan agar skripsi ini lebih baik lagi.
7. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan yang sangat berguna.
8. Mahasiswa Manajemen angkatan 2010 yang selama ini telah menemani dan telah memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

Yogyakarta, 17 April 2015

Penulis



Agung Sumringah Arwandi  
NIM: 10804101001

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. Musik.....	13
2. Pertunjukan <i>Live Music</i> .....	14
3. Kepuasan Konsumen .....	19
B. Penelitian yang Relevan.....	25
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Pertanyaan Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Desain Penelitian .....	28
B. Definisi Operasional Variabel.....	28
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Instrumen Penelitian .....	32
G. Uji Instrumen .....	34

H. Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Hasil Penelitian .....	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Analisis Faktor.....	51
B. Pembahasan.....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Keterbatasan Penelitian.....	69
C. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	34
2. KMO and Bartlett's Test .....	36
3. Rotated Component Matrix .....	37
4. Hasil Uji Reliabilitas .....	39
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
8. Kategorisasi Variabel Kemampuan Musik .....	48
9. Kategorisasi Variabel Suara Musik .....	49
10. Kategorisasi Variabel Penampilan Panggung .....	50
11. Kategorisasi Variabel Fasilitas.....	50
12. Kategorisasi Variabel Interaksi Penonton .....	51
13. KMO and Bartlett's Test Pada Dimensi Kemampuan Musik .....	52
14. Total Variance Explained Pada Dimensi Kemampuan Musik .....	53
15. Component Pada Dimensi Kemampuan Musik .....	54
16. KMO and Bartlett's Test Pada Dimensi Suara Musik.....	54
17. Total Variance Explained Pada Dimensi Suara Musik.....	55
18. Rotated Component Matrix pada Dimensi Suara Musik .....	56
19. KMO and Bartlett's Test pada Dimensi Penampilan Panggung.....	57
20. Total Variance Explained Pada Dimensi Penampilan Panggung .....	58
21. Component Pada Dimensi Penampilan Panggung .....	59
22. KMO and Bartlett's Test pada Dimensi Fasilitas .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran:

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Data Penelitian
4. Data Karakteristik Responden
5. Data Kategorisasi
6. Hasil Uji Validitas (CFA)
7. Hasil Uji Reliabilitas
8. Hasil Uji Karakteristik Responden
9. Rumus Perhitungan Kategorisasi
10. Hasil Uji Kategorisasi
11. Hasil Uji Deskriptif
12. Hasil Uji Faktor (Kemampuan Musik)
13. Hasil Uji Faktor (Suara Musik)
14. Hasil Uji Faktor (Penampilan Panggung)
15. Hasil Uji Faktor (Fasilitas)
16. Hasil Uji Faktor (Interaksi Penonton)

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini dapat kita lihat di kehidupan sehari-hari, khususnya fenomena di kota besar yang selalu sibuk dengan urusan pekerjaan bagi karyawan maupun mahasiswa yang sibuk dengan kegiatan kuliahnya. Ketika hal tersebut mulai memuncak, setiap orang pasti membutuhkan suatu sarana ataupun hiburan untuk melepaskan ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan. Hal tersebut dapat berupa dengan rekreasi, jalan-jalan, menonton bioskop maupun mendengarkan musik. Jika seseorang dalam melepaskan lelahnya untuk mendengarkan musik, tentunya mereka akan memilih jenis musik yang mereka sukai.

Saat ini industri musik di Indonesia sedang berkembang pesat. Bahkan bisa dikatakan Indonesia telah menjadi tuan rumah di tanah airnya sendiri. Musik merupakan salah satu contoh *entertainment* yang sedang berkembang saat ini, dapat dilihat dari banyaknya penyanyi lokal dan internasional yang bermunculan dengan aliran musik yang beragam (rock, pop, country, jazz, RnB, hip hop, dll). Musik dengan beragam aliran telah menjadi bagian penting dari gaya hidup sebagian besar masyarakat, meskipun telah menjadi konsumsi secara besar-besaran seperti jamuan makan malam perusahaan, pertemuan politikus, dan digunakan diribuan klub malam, restoran dan ruang pertemuan (Holbrook, M. Band Hirschman, L.M (1982) dalam Minor et al., 2004). Tetapi, untuk dapat lebih memberikan penampilan terbaik kepada masyarakat, banyak

musisi yang tampil secara langsung meskipun tanpa didukung banyaknya *feature* dan teknologi pada pertunjukan *live music* tersebut.

Pertunjukan seni musik yang baik adalah pertunjukan seni yang dapat dinikmati oleh masyarakat serta menumbuhkan kebanggaan bagi para pelakunya. Untuk menghasilkan pertunjukan seni musik yang baik perlu suatu organisasi seni. Organisasi seni musik di Indonesia tidak sedikit, di antara organisasi-organisasi itu belum banyak yang memberi perhatian pada aspek manajemennya (Permas, et al., (2003) dalam Ruby Anastasia Wenas, 2006:1).

Sekarang ini banyak sekali pertunjukan-pertunjukan *live music* ataupun konser-konser musik yang diselenggarakan oleh *event-event organizer* maupun pihak-pihak tertentu seperti stasiun-stasiun televisi, universitas-universitas, ataupun perusahaan-perusahaan. Menurut Minor et al., (2004) pertunjukan *live music* tidak hanya digunakan sebagai hiburan semata saja, tetapi juga dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dan menarik konsumen untuk mendatangi suatu tempat hiburan.

Salah satu pertunjukan musik yang cukup digemari anak muda adalah penampilan JKT 48. JKT 48 adalah salah satu idol grup yang ada di Indonesia yang didirikan oleh Yasushi Akimoto. Pembentukan JKT 48 pertama kali diumumkan pada 11 September 2011 di sebuah acara AKB 48 yang diadakan di Makuhari Messe di Prefektur Chiba. Wawancara untuk peserta berlangsung pada akhir bulan September, dengan audisi final untuk finalis pada 8 Oktober 2011-9 Oktober 2011 (Sumber: <http://www.hsp21.com/2012/04/sejarah-jkt48-dan-akb48.html>, Diakses pada 31 Januari, Pukul 14:02).

JKT 48 juga memiliki sebuah fasilitas pertunjukan musik berupa sebuah ruang teater. Teater ini berada di lantai 4 *mall FX Lifestyle Center* Jakarta. Teater ini mampu menampung sekitar 210 orang dengan bangku sebanyak 180 kursi dan kelas standing 30 orang. (Sumber: <http://www.surabayapagi.com/index.php?3b1ca0a43b79bdfd9f9305b8129829620e9c0dbd118dfe68f36e6747764064c>, Diakses pada 31 Januari, Pukul 13:43 Wib).

Dibalik banyaknya konser yang telah digelar oleh JKT 48 diberbagai wilayah di Indonesia. Bukan rahasia lagi bila idol grup JKT 48 selalu tampil *lipsync* di atas panggung. Bahkan, saat JKT 48 tampil di acara Java Jazz Festival sekalipun mereka tampil dengan *lipsync*. Namun, manajemen JKT 48 memiliki alasan khusus mengapa Melodi dan kawan-kawan selalu tampil dengan cara *lipsync* di atas panggung. "JKT 48 ingin tampil yang terbaik, mereka ingin *all out*, baik sisi vokal, kostum, lagu, masalah *lipsync* atau tidak tergantung situasi," ujar Goptha Adi selaku manajer JKT48 saat dijumpai di Teater JKT48, Plaza FX, Jakarta (Sumber: <http://celebrity.okezone.com/read/2014/03/05/386/950616/alibi-jkt48-selalu-tampil-lip-sync>, diakses pada 31 Januari 2014, pukul 11.48 Wib). Banyak yang masih meragukan *skill* bermusik para member JKT 48. Sebagian masih sering mencibir kemampuan para gadis cantik ini. (Sumber: <http://musik.kapanlagi.com/berita/video/bergitar-noella-sisterina-jkt48-cover-lagu-maroon-5-e7d85b.html>, diakses pada 31 Januari, Pukul 12.14).

Secara harfiah, *lipsync* adalah kependekan dari *Lip Synchronization*,



yang diartikan bahwa dalam pertunjukan musik penyanyi hanya menggerak-gerakkan bibir bersamaan dengan rekaman yang diputar saat pertunjukan berlangsung. Hal ini menjadi sebuah kontroversi yang membudaya kalangan penyanyi, sehingga aksi tersebut secara tidak langsung telah membohongi publik karena para konsumen penikmat jasa musik tidak mengetahui bahwa artis tidaklah bernyanyi yang sesungguhnya. Konsumen yang bertindak sebagai penikmat jasa musik mempunyai hak untuk mendapatkan pertunjukan yang asli dan berkualitas dari artis. Pertunjukan musik *lipsync* ibarat pertunjukan pantomin bermusik sehingga pada prakteknya konsumen dirugikan atas aksi pertunjukan yang tidak beretika dan membohongi penikmat musik secara keseluruhan tersebut (Aditya, 2014).

Tidak hanya di luar negeri, di dalam negeri JKT 48 juga pernah menggelar konser, salah satunya di Kota Yogyakarta. Konser terakhir JKT 48 dilaksanakan pada bulan Mei 2014 di *Jogja Expo Center* (JEC). Tak hanya berasal dari Yogyakarta, para fans yang mayoritas merupakan anak-anak SMP, SMA dan mahasiswa ini juga berasal dari berbagai daerah di sekitar DIY. Bahkan ada pula salah satu penggemar yang berasal dari Surabaya. Penggemar dari Surabaya yang bernama Nando mengatakan jika dia tidak ingin melewatkan penampilan JKT 48. Sementara itu, penggemar JKT 48 lainnya, Rifky yang berasal dari Yogyakarta mengaku antusias mengikuti konser JKT 48 di JEC. Akan tetapi, Rifky mengaku kecewa karena ada pengurangan jumlah personil yang akan tampil, Rifky berharap ada kejutan yang diberikan personil JKT 48 yang hadir dalam konser ini. Diketahui

sebelumnya konser JKT 48 akan menyertakan sebanyak 24 personilnya, namun pihak manajemen mengumumkan hanya akan ada 16 personil saja yang tampil. Dengan harga tiket mulai Rp 110.000,00 hingga Rp 350.000,00 dengan membawakan 16 lagu selama kurang lebih 2,5 jam (*Sumber: <http://krjogja.com/read/215517/jauh-jauh-dari-surabaya-demi-jkt-48.kr>, diakses pada 31 Januari, Pukul 12.17 Wib*).

Dengan demikian agar pertunjukan musik JKT 48 dapat berjalan dengan lancar dan dapat menciptakan kepuasan konsumen diperlukan adanya persiapan matang. Apabila ada persiapan yang kurang matang, *accoustic room* yang kurang baik dari gedung, dapat mempengaruhi kualitas suara pertunjukan. Hal inilah yang menjadi salah faktor yang dapat disebut sebagai kunci utama kurang suksesnya pertunjukan musik tersebut dan ditambah karena faktor cuaca yang kurang mendukung dengan turunnya hujan lebat pada hari pelaksanaan.

Salah satu contoh dari kegagalan pertunjukan musik terjadi pada peristiwa besar Lockstock Fest 2 di Yogyakarta. Yoga “Kebo” Cahyadi ditemukan tewas seketika di perlintasan kereta api (KA) Sorowajan Baru, Banguntapan Bantul. Menurut pengakuan penjaga warung 24 jam Katineung Goup, Solahudin, Yoga yang mengenakan jaket merah dan celana pendek tersebut memang terlihat cemas sebelum menabrakan diri ke KA (*Sumber: <http://www.hai-online.com/Hai2013/Entertainment/Music/News/Sebelum-Bunuh-Diri-Ketua-Panitia-Lockstock-Terlihat-Groggi-dan-Gemetar>, Diakses Pada 2 Februari, Pukul 21:34*).

Tentu bukan hal sepele yang menyebabkan seorang ketua dari sebuah acara hingga mengakhiri hidupnya. Banyak media yang mengulas sebab musabab hal tersebut terjadi. Insiden tewasnya Yoga Cahyadi merupakan pukulan telak bagi pelaku musik nasional. "Musik itu kan seharusnya nggak membuat orang tertekan dan berakhir seperti ini. Kalau kayak begini ya lebih baik nggak ada musik," imbuh Cholil. Yoga nekat menabrakkan diri ke kereta di kawasan Bantul, Yogyakarta lantaran diduga tak tahan dengan cacian dan hujatan di Twitter atas buruknya pelaksanaan LocstockFest. Cholil pun mengecam pihak-pihak yang telah mem-bully Yoga hingga berujung kematian tersebut (Sumber: <https://showbiz.liputan6.com/read/596732/penampil-lockstock-2-sesali-tragedi-bunuh-diri-yoga-cahyadi>, Diakses pada 2 Februari, pukul 21:37).

Belajar dari kegagalan pertunjukan musik Lockstock Fest 2 di atas, maka perlu diperhatikan faktor yang menentukan jalannya sebuah kegiatan sekelas konser musik berjalan dengan baik dan memuaskan penonton hingga akhir acara. Dalam penelitian Minor et.al., (2004:10), diungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi pertunjukan *live music*, yaitu penampilan panggung, fasilitas, kemampuan bermusik, penampilan musisi, suara, interaksi penonton. Namun yang tak kalah penting dari itu adalah kesiapan dari organisasi penyelenggara dalam menyelenggarakan kegiatan akbar tersebut.

Dalam hal fasilitas juga terdapat beberapa item yang harus penyelenggara perhatikan. Bahkan Adrie Subono, salah satu promotor ternama di Indonesia. Di konser *outdoor* pertamanya, banyak penonton yang jatuh

pingsan karena sengatan matahari. Cuaca juga membuat beberapa penonton tak terkendali. Entah sengaja atau tidak, satu mobil JAVA Musikindo, yang berfungsi sebagai *ticket box*, hancur akibat ulah beberapa penonton (Carry Nadeak, 2003:12). Hal ini terkait dengan fasilitas penonton, pengamanan seperti barikade penonton dan ruang penonton yang cukup baik untuk menonton pertunjukan tersebut.

Fasilitas pembagian kelas penonton yang menentukan letak penonton juga mempengaruhi kenyamanan penonton, semakin mahal biaya yang dikeluarkan semakin nyaman penonton dapat menyaksikan pertunjukan. Dalam konser JKT 48, yang disayangkan penonton yang berada pada kelas festival jauh dari kata nyaman dikarenakan jarak yang cukup jauh dari panggung. Interaksi yang dilakukan oleh JKT 48 pun terbatas, hanya ada satu sesi dan hal itu menambah sedikit kekecewaan bagi sebagian penonton yang menyaksikan pertunjukan tersebut. Menurut hasil dengan wawancara dengan beberapa artis dan pihak yang terlibat dalam pertunjukan musik tersebut, beberapa faktor di atas merupakan faktor-faktor utama yang mempengaruhi kurang suksesnya pertunjukan musik JKT 48.

Dari sudut pandang panitia penyelenggara, faktor utama yang harus diperhatikan adalah faktor kepuasan para pengunjung yang datang ke acara. Karena dalam setiap pertunjukan *live music* ataupun konser musik, mengutamakan kepuasan penonton tersebut dengan melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi dalam pertunjukan *live music* ataupun konser musik. Interaksi penonton menjadi salah satu poin. Sampai saat ini, untuk

pertunjukan *live music* belum diketahui secara luas apa sebenarnya faktor-faktor yang memotivasi konsumen untuk menghadiri pertunjukan tersebut. Literatur pemasaran jasa sebagian besar hanya membahas sebatas perilaku konsumen, harapan konsumen, dan sikap konsumen terhadap berbagai jenis pertunjukan *live music* (Minor et.al., 2004).

Minor et al., (2004) menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pertunjukan *live music* adalah:

- a. *Musical Ability: Musician's ability dan Musician's creativity*
- b. *Sound: Sound quality dan Sound volume.*
- c. *Stage: Background lighting, background decorations, stage lighting dan stage decoration.*
- d. *Facilities: Temperature, seating facilities dan car parking facilities.*
- e. *Audience interaction: Audience density, audience enthusiasm, audience social compatibility, song familiarity dan song interpretation.*

Menurut (Czepiel et al., 1974) dalam Minor et al., (2004), secara garis besar kepuasan secara keseluruhan dapat diartikan sebagai suatu perefleksian kepuasan terhadap dua aspek yaitu kepuasan terhadap suatu produk dan penyedia jasa, dan kepuasan terhadap aspek-aspek yang mendukung seperti lingkungan fisik. Supaya dapat menciptakan kepuasan konsumen maka perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang memotivasi konsumen untuk datang melihat pertunjukan *live music*.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Minor et al., 2004) dapat diketahui bahwa konsumen menilai suatu pertunjukan dari

beberapa faktor yang ada dalam pertunjukan *live music* yaitu *musical ability*, *musician's appearance*, *musical sound*, *stage appearance*, *fasilities* dan *audience interaction* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pertunjukan *live music*.

Berdasarkan uraian di atas penulis mencoba menuangkan dalam bentuk skripsi melalui judul: “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertunjukan *Live Music* (Studi pada Pertunjukan Musik JKT 48)**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pertunjukan *lipsync* yang dipertontonkan JKT 48 mengecewakan beberapa pihak yang menonton pertunjukan.
2. Terdapat beberapa pengunjung yang menyatakan kecewa dengan pertunjukan musik JKT 48.
3. Jumlah penampil tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh penyelenggara pertunjukan.
4. Gedung pertunjukan tidak memiliki standar *accoustic room* yang baik menyebabkan suara musik yang kurang baik ditelinga penonton.
5. Penampilan JKT 48 berikut panggung yang digunakan tidak sesuai dengan harapan penonton yang hadir.
6. Ketidaksiapan panitia atau penyelenggara dapat berakibat buruk bagi keberlangsungan acara.

7. Faktor cuaca yang buruk dapat mempengaruhi antusias para penonton dan mengganggu jalannya sebuah pertunjukan.
8. Suara musik yang disajikan saat pertunjukan JKT 48 kurang baik.
9. Tempat atau bangunan yang digunakan untuk pertunjukan musik yang tidak memenuhi standar sebuah pertunjukan mengurangi kualitas sebuah pertunjukan musik.
10. Fasilitas dalam pertunjukan musik yang tersedia tidak sesuai harapan penonton.
11. Penyelenggara pertunjukan musik JKT 48 kurang persiapan.
12. Interaksi antara JKT 48 dan penonton tidak berjalan dengan baik.

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus di atasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada “Faktor-faktor yang MeMengaruhi Pertunjukan *Live Music* JKT 48”.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimanakah sumbangan dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton pada pertunjukan *live music* JKT 48?
- b. Dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton manakah yang memberikan sumbangan paling besar dalam memengaruhi pertunjukan *live music* JKT 48?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Sumbangan dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton dalam memengaruhi pertunjukan *live music* JKT 48.
- b. Dimensi yang memberikan sumbangan paling besar dalam membentuk kepuasan pelanggan dalam pertunjukkan *live music* JKT 48.

#### **F. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Bagi Akademisi

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai kepuasan pelanggan.



**b. Manfaat Bagi Penyelenggara Konser Musik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi penyelenggara JKT 48 dalam menjalankan strategi pemasaran yang baik, khususnya mengenai kepuasan pelanggan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Musik**

Musik bersumber dari akar kata "muse". Kata "muse" yang kemudian diambil alih ke dalam bahasa Inggris jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai bentuk 'renungan'. Menurut mitologi Yunani, sembilan saudara perempuan "muse" yang kemudian melahirkan lagu, puisi, seni, dan pengetahuan, lahir dari hasil perkawinan Dewa Zeus dan Dewi Mnemosyne. Zeus adalah dewa segala dewa, dan Mnemosyne adalah dewi ingatan. Jadi musik adalah putra kasih sayang yang keindahan, kemegahan, dan kekuatannya memiliki hubungan langsung dengan dunia para dewa. Hal ini menggambarkan bahwa telah berabad-abad lamanya manusia sesungguhnya menyadari bahwa musik memiliki dampak spiritual yang besar bagi kesejahteraan hidup manusia.

Musik lahir dari kecintaan manusia pada kehidupan dan dilandasi oleh ingatan manusia akan pengalaman-pengalaman hidupnya (Campbell, 1997) dikutip dalam Satiadarma, 2001) dalam Nurul Nurnenny (2006). Di dalam Ensiklopedia, musik adalah bunyi yang diterima oleh individu dan berbeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya, dan selera seseorang. Definisi sejati tentang musik juga bermacam-macam, yaitu: bunyi yang dianggap enak oleh pendengarnya dan segala bunyi yang dihasilkan secara sengaja oleh seseorang atau kelompok dan disajikan sebagai musik.

Musik menurut Aristoteles mempunyai kemampuan mendamaikan hati yang gundah, mempunyai terapi rekreatif dan menumbuhkan jiwa patriotisme. Menurut Wiora (1963) dalam Nurul Nurnenny (2006), musik adalah permainan nada-nada atau irama, dengan kata lain merupakan perpaduan. Sedangkan menurut Nattiez (1987) dalam Nurul Nurnenny (2006), musik adalah pergerakan dalam irama atau tempo.

## **2. Pertunjukan *Live Music***

Hubungan diantara unsur-unsur yang terdapat pada pertunjukan *live music* yang diutarakan oleh Grove et al (1992) dalam Minor et al., (2004) dapat dilihat dari unsur yang paling luas dan merupakan latar belakang dari model adalah *setting*, yang meliputi lingkungan fisik dari pertunjukan musik (Grove et al., 1992) dalam Minor et al., 2004). Dalam kaitannya dengan sifat yang berbeda dari latar belakangnya, studi ini memaparkan dua unsur:

- a. Seting pertunjukan, termasuk panggung dan aula pertunjukan; dan
- b. Fasilitas fisik, mencakup tempat duduk, WC, tempat parkir dan *stand snack* dan *soft drink*.

Komponen yang lain (musisi, penonton, dan penampilan) terletak dibagian depan pada model, sesuai dengan konteks sosial dari model ini. Musisi dan penonton ditempatkan dipusat untuk menekankan pentingnya interaksi mereka didalam *service setting*. Hubungan saling ketergantungan antara musisi dan pendengar diwakili oleh panah dua arah diantara mereka (Grove et. al., 1992 dalam Minor et al., 2004).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pertunjukan *live music* (Grove et. al., 1992 dalam Minor et al., 2004), meliputi:

a. *Musicians*

Musisi individual atau kelompok merupakan poin utama bagi penonton yang merasakan dan mengevaluasi pertunjukan yang dilakukan musisi dari berbagai jenis musik. Penonton merasakan keseluruhan pertunjukan pada dua faktor, yaitu *musical ability* (aspek audio) dan *musician's appearance* (aspek visual). Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa musisi saat dipanggung memainkan suatu instrumen atau menyanyi, yang merupakan bagian integral dari penampilan audio. Instrumen survei dari *musical ability* (aspek audio) terdiri dari dua item pengevaluasian musisi yaitu kemampuan dan kreatifitas bermusik dari musisi.

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

sendiri. Riset menunjukkan bahwa penampilan fisik tidak hanya mempengaruhi cara untuk bereaksi kepada orang, tetapi juga mempengaruhi cara bereaksi orang tersebut. *Instrument survey* pada *musician's appearance* (aspek visual) terdiri dari tiga item yaitu penampilan fisik, pakaian yang dipakai, dan gerakan serta ekspresi wajah dari musisi.

b. *Musical Sound*

Dalam pertunjukan *live music*, komponen audio merupakan factor penunjang dalam terselenggaranya pertunjukan tersebut baik musik itu sendiri maupun keseluruhan yang dipertunjukan di atas panggung. Bertentangan dengan pandangan dari perspektif musisi seperti yang disebutkan lebih awal, disini diselidiki keseluruhan dari pemain sebagai satu kesatuan. Disamping musisi sebagai kontribusi "faktor manusia" bagi pertunjukan musik, aspek teknis juga dimasukkan pada analisa ini.

Dalam hal ini, aspek teknis suatu pertunjukan *live music* yang diperhatikan yaitu kualitas suara dan volume suara. Keduanya memiliki kualitas yang baik, karena di setiap *live performance*, mereka menyertakan kru-kru yang bertugas mengatur teknis suara dan volume agar outputnya baik. Hal ini berkontribusi dalam menambah kepuasan audiens saat menonton *live performance* tersebut.

c. *Stage Appearance*

*Physical setting* menunjukkan *background* atas pertunjukan musik dan tempat berinteraksi antara musisi dan penonton. Secara umum, suatu lingkungan mempunyai peranan yang penting dalam *service encounter*. Perubahan dalam lingkungan jasa hampir selalu terjadi untuk menyesuaikan dengan perilaku konsumen, untuk itu diperlukan pembentukan manajemen terlebih dulu sebagai isu utama dalam produksi dan konsumsi jasa (Turley dan Fugate, 1992). Dalam hal ini, aspek-aspek dari panggung, dekorasi dan pencahayaan merupakan salah satu dari komponen yang paling penting saat pertunjukan berlangsung (Bitner, M.J.1992).

d. *Facilities*

Fasilitas yang baik dapat menunjang pertunjukan *live music*. Fasilitas khususnya penting untuk pengalaman jasa dalam hal pertunjukan *live music* dimana penonton biasanya diminta menghabiskan waktu lama ditempat penyedia jasa menyelenggarakan pertunjukan *live music* tersebut (Arnould, E.J and Price, L.L, 1993). Oleh karena itu, kualitas yang dirasakan dari fasilitas yang disediakan mempengaruhi kepuasan pelanggan atas suatu pertunjukan. Dan juga, kepuasan yang dirasakan atas fasilitas dapat mempengaruhi berapa lama penonton berkeinginan untuk menggunakan fasilitas jasa dan perkiraan memakai kembali dimasa yang akan datang.

e. *Audience Interaction*

Pada umumnya konsumen lain secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap pertunjukan *live music* (Martin, C.L dan Printer, C.A 1989). Keterangan dari penonton merupakan faktor yang penting ketika banyaknya konsumen dengan perilaku yang berbeda berada di dalam lingkungan jasa. Hal ini dapat mempunyai pengaruh positif dan negatif terhadap pengalaman jasa (Baker, J. 1987). Kepadatan konsumen didefinisikan sebagai banyaknya konsumen yang hadir dalam *service setting* (Hui dan Bateson, 1991). Perhatian orang pada kegiatan *entertainment* mempunyai kecenderungan dalam menarik konsumen untuk berbagi pengalaman atas jasa yang dirasakan. Bagaimanapun juga, hal ini terjadi bila pengunjung tidak merasakan penuh sesak atau ketidaknyamanan karena bertambahnya jumlah penonton (Wakefield dan Blodgett, 1999).

Fenomena tersebut menjadi sebuah inspirasi untuk mengikut sertakan *audience density* (kepadatan penonton) dalam objek penelitian. Antusias penonton dapat dilihat dari tarian para penonton, nyanyian atau permintaan sebuah *request* sebagai salah satu hal yang sangat penonton sukai dalam suatu pertunjukan. Kehadiran dalam sebuah pertunjukan adalah sebuah kegiatan sosial. Pengunjung saling berbagi pengalaman dan berbagi perasaan serta berbagi hal-hal lainnya yang diketahui. Pada saat jeda waktu dan setelah acara berakhir, para

penonton dapat berbagi pengalaman dan membahas sebuah pertunjukan musik (Diesing, 1997). Sebagai tambahan, sebuah lagu yang familiar telah dimasukkan ke dalam faktor ini karena penonton dapat menikmati pertunjukan *live music* bila mendengarkan musik yang penonton ketahui.

### **3. Kepuasan Konsumen**

#### **a. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana perusahaan. Jumlah pesaing yang semakin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus dalam bersaing, bertahan hidup serta berkembang.

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka” (Kotler, 2010: 138). Kepuasan konsumen menurut Engel dkk (1990:45) adalah “evaluasi purna beli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen”. Tjiptono (2008:24) menyatakan bahwa: “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma



kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

## **b. Teori Kepuasan Konsumen**

Teori-teori kepuasan konsumen yang dikutip oleh Tjiptono (2008:30) yang meliputi teori mikro, perspektif psikologi dari kepuasan konsumen berdasarkan perspektif TQM.

### **1) Teori Ekonomi Mikro**

Teori ini mendefinisikan bahwa konsumen akan mengalokasikan sumber daya langka dalam kondisi dimana perbandingan antara kegunaan marginal (*marginal utility*) dan harga tiap jasa sama.

### **2) Perspektif Psikologi dari Kepuasan Konsumen**

#### **a) Model Kognitif**

Konsumen memandang atribut yang digunakan ideal karena persepsi dan apa yang dirasakan konsumen sesuai harapannya. Kepuasan konsumen ditentukan oleh variabel kognitif, yaitu harapan pra pembelian dan perbedaan antara harapan pra pembelian dan persepsi purna beli.

#### **b) Model Afektif**

Model afektif mengatakan bahwa penilaian konsumen terhadap suatu jasa tidak semata-mata berdasarkan subyektif, aspirasi dan pengalaman.

### c) Konsep Kepuasan Konsumen dari Perspektif TQM

*Total Quality Management* (TQM) dapat didefinisikan dari tiga kata yang dimiliki, yaitu: *Total* (keseluruhan), *quality* (kualitas barang atau jasa), *management* (tindakan, cara, pengendalian dan pengarahan)

### c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari konsumen adalah apabila konsumen merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Menurut Irawan (2002:40), konsumen merasa puas jika harapannya terpenuhi. Ada lima dimensi utama kepuasan konsumen. Dimensi pertama, adalah kualitas produk atau jasa. Konsumen akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Dimensi kedua, adalah harga. Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money*. Dimensi ketiga adalah *service quality* sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dimensi keempat adalah *emotional factor*. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya *emotional value* yang diberikan *brand* tertentu. Dimensi kelima adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

### d. Perilaku Konsumen yang Tidak Puas

Salah satu alasan yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen adalah tidak terpenuhinya harapan seperti yang diinginkan. Misalkan

alasan kualitas yang tidak bagus, pelayanan yang tidak memuaskan, harga yang mahal. Menurut Tjiptono (2008:50), konsumen yang puas akan membeli dan mencoba lagi tetapi jika sebaliknya kemungkinan akan melakukan komplain dan komplain tersebut harus dapat terselesaikan sampai konsumen terpuaskan.

#### **e. Strategi Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2008:40), terdapat beberapa strategi kepuasan konsumen yaitu:

##### *1) Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara konsumen dan perusahaan berkelanjutan, tidak berakhir setelah pembelian pertama.

##### *2) Superior Customer Service*

Strategi dimana perusahaan menerapkan/menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari perusahaan lainnya.

##### *3) Unconditional Guarantees*

Strategi dimana perusahaan memberikan jaminan kualitas produk yang ditawarkan.

##### *4) Strategi penanganan keluhan yang efisien*

Penyebab jasa akan mengetahui hal yang perlu diperbaiki dalam pelayanan saat ini, penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya, karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan lebih baik.

Berdasarkan studi literatur dan pengalaman, (Irawan, 2002:37-40), mengemukakan beberapa dimensi yang membentuk kepuasan konsumen:

#### 1) Kualitas produk

Konsumen akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, kualitas produknya baik. Kualitas produk adalah dimensi yang global atau paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency* dan *design*.

#### 2) Harga

Bagi konsumen yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen ini sangat penting untuk beberapa perusahaan tertentu dalam menciptakan kepuasan seperti misalnya: industri retail.

#### 3) *Service Quality*

Ini bergantung pada tiga hal, yaitu sistem teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar 70 persen dan tidak mengherankan jika kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit untuk ditiru.

##### a) *Emotional Factor*

Komponen ini berlaku untuk produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti, mobil, kosmetik, pakaian dan

sebagainya. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

#### b) Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

Menurut Consuegra (2007), mengukur kepuasan pelanggan dapat melalui 3 dimensi yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan: jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan.
- 2) Persepsi kinerja: hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
- 3) Penilaian pelanggan: dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.

Supranto (1997) mengatakan bahwa aspek kepuasan konsumen adalah:

- 1) Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*).
- 2) Kecepatan transaksi (*speed of transaction*).
- 3) Keberadaan pelayanan (*availability of service*).
- 4) Profesionalisme (*profesionalisme*).
- 5) Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*overall satisfaction with service*).

## B. Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Hiswara (2010) melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh *Musical Ability, Musician’s Appearance, Musical Sound, Stage Appearance, Facilities, Audience Interaction* Terhadap *Customer Satisfaction* Dalam Pertunjukan *Live Music* (Studi Kasus Konser RAN)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *musical ability, musician’s appearance, musical sound, stage appearance, facilities, audience interaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* secara simultan, Berdasarkan uji t menunjukkan *musician’s appearance, musical sound, audience interaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* secara parsial. Variabel *musical sound* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi *customer satisfaction*.
2. Minor (2004) melakukan penelitian tentang “*Rock On! An Elementary Model of Customer Satisfaction with Musical Performances*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penampilan panggung merupakan dimensi yang dominan dalam mempengaruhi *customer satisfaction*.

## C. Kerangka Berpikir

Kepuasan konsumen dapat terjadi apabila penyedia jasa atau penyelenggara pertunjukan *live music* menerapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Karenanya pihak penyelenggara harus

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

Terciptanya kepuasan konsumen akan menyebabkan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Semakin besar tingkat kepuasan konsumen maka semakin besar kemungkinan konsumen akan kembali dan akan menguntungkan pihak penyelenggara pertunjukan *live music*. Dan tidak heran bahwa tujuan utama dari suatu perusahaan jasa adalah untuk mencari dan meningkatkan kepuasan konsumen. Karenanya peranan penyelenggara dalam menerapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pertunjukan *live music* tersebut penting dalam rangka memuaskan para penonton. Maka penelitian ini akan meneliti lebih lanjut mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pertunjukan *live music*.

#### **D. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah sumbangan dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton dalam pertunjukkan memengaruhi pertunjukan *live music* JKT 48?
2. Dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton manakah yang memberikan sumbangan paling besar dalam memengaruhi pertunjukan *live music* JKT 48?



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2008:5), penelitian survei ini adalah pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner/wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual tanpa menyelidiki mengapa gejala-gejala tersebut ada. Penelitian ini juga dikategorikan penelitian deskriptif, “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain” (Sugiyono, 2005:11).

##### **B. Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel faktor-faktor yang memengaruhi dalam pertunjukan *live music*. Faktor-faktor yang memengaruhi dalam pertunjukan *live music* diukur melalui beberapa dimensi variabel. Dimensi variabel dari penelitian ini adalah kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton (Grove et. al., 1992 dalam Minor et al., 2004). Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan skala

Likert. Penjelasan dari dimensi kepuasan pelanggan dalam pertunjukan *live music* sebagai berikut:

a. Kemampuan Musik

Kemampuan musik menekankan pada kemampuan yang dimiliki *group* JKT48 yang dipengaruhi oleh dua *musical ability* (aspek audio) dan *musician's appearance* (aspek visual). Penonton merasakan keseluruhan pertunjukan pada faktor *musical ability* (aspek audio) yang didasarkan pada kemampuan dan kreatifitas bermusik dari musisi. Sedangkan mengenai *musician's appearance* (aspek visual) tidak dapat diabaikan karena penampilan fisik merupakan salah satu karakteristik personal yang nyata dan dapat diterima oleh orang lain di dalam interaksi sosial.

b. Suara Musik

Suara musik menekankan pada aspek teknis suatu pertunjukan *live music* yang diperhatikan yaitu kualitas suara dan volume suara. Keduanya memiliki kualitas yang baik, karena di setiap *live performance*, menyertakan kru-kru yang bertugas mengatur teknis suara dan volume agar *outputnya* baik. Hal ini berkontribusi dalam menambah kepuasan audiens saat menonton *live performance* tersebut.

c. Penampilan Panggung

*Physical setting* menunjukkan *background* atas pertunjukan musik dan tempat berinteraksi antara musisi dan penonton. umum, suatu lingkungan mempunyai peranan yang penting dalam *service encounter*. Perubahan dalam lingkungan jasa hampir selalu terjadi untuk menyesuaikan dengan perilaku

konsumen, untuk itu diperlukan pembentukan manajemen terlebih dulu sebagai isu utama dalam produksi dan konsumsi. Dalam hal ini, aspek-aspek dari panggung, dekorasi dan pencahayaan merupakan salah satu dari komponen yang paling penting saat pertunjukan berlangsung.

d. Fasilitas

Fasilitas yang baik dapat menunjang pertunjukan *live music*. Kualitas yang dirasakan dari fasilitas yang disediakan mempengaruhi kepuasan pelanggan atas suatu pertunjukan. Dan juga, kepuasan yang dirasakan atas fasilitas dapat mempengaruhi berapa lama penonton berkeinginan untuk menggunakan fasilitas jasa dan perkiraan memakai kembali dimasa yang akan datang.

e. Interaksi Penonton

Penonton merupakan faktor yang penting ketika banyaknya konsumen dengan perilaku yang berbeda berada di dalam lingkungan jasa. Interaksi penonton pada kegiatan *entertainment* mempunyai kecenderungan dalam menarik konsumen untuk berbagi pengalaman atas jasa yang dirasakan.

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2015.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:55). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota *fans club* JKT 48 yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 di Yogyakarta.

### 2. Sampel

Arikunto (2008: 131) menyatakan bahwa: "Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti". Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Definisi metode *purposive sampling* menurut Sugiyono, (2010: 78) adalah: "Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian anggota *fans club* JKT 48 yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 di Yogyakarta, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Anggota *fans club* JKT 48 yang pernah menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 di Yogyakarta minimal 1 kali.
- b. Anggota *fans club* JKT 48 yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 berusia minimal 18 tahun.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Hair (1995) yang menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 sampai 200. Dijelaskan juga bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap *estimated parameter* dan maksimal adalah

10 observasi dari setiap *estimated parameter*. Dalam penelitian ini, jumlah pertanyaan dalam kuesioner penelitian sebanyak 20; sehingga jumlah sampel adalah 5 kali jumlah pertanyaan atau sebanyak  $5 \times 20 = 100$ . Akan tetapi jumlah sampel berdasarkan hasil perhitungan tersebut dianggap oleh peneliti terlalu sedikit, sehingga peneliti menggunakan batas maksimal sebanyak 200 orang. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 orang.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2010: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2010: 66) instrumen penelitian adalah suatu alat yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden. Penetapan skor yang diberikan pada tiap-tiap butir instrumen dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi setiap butir-butir pertanyaan

dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Penyebaran dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala *Likert* yang memiliki lima alternatif jawaban. Penulis membaginya dalam lima kelompok:

- |    |     |                       |        |
|----|-----|-----------------------|--------|
| 1. | SS  | : Sangat setuju       | skor 5 |
| 2. | S   | : Setuju              | skor 4 |
| 3. | N   | : Netral              | skor 3 |
| 4. | TS  | : Tidak setuju        | skor 2 |
| 5. | STS | : Sangat tidak setuju | skor 1 |

Penelitian ini menggunakan angket yang berisi butir-butir pertanyaan yang diberikan pada responden untuk diberikan jawaban atau tanggapan. Adapun kisi-kisi angket dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	No. Item
Faktor-faktor dalam pertunjukan <i>live music</i>	1. Kemampuan musik	a. <i>Musical ability (aspek audio)</i> b. <i>Musician's appearance (aspek visual)</i>	1,2 3,4
	2. Suara musik	a. Teknis suara b. Volume suara	5,6 7,8
	3. Penampilan panggung	a. Dekorasi b. Pencahayaan	9,10 11,12
	4. Fasilitas	a. Kepuasan yang dirasakan atas fasilitas b. Keinginan untuk menggunakan fasilitas jasa kembali	13,14 15
	5. Interaksi penonton	a. Banyaknya penonton yang berada di lingkungan jasa	16,17,18
		b. Keinginan untuk berbagi pengalaman atas jasa yang dirasakan	19,20

**G. Uji Instrumen**

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan.

### **1. Uji Validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan butir-butir pernyataan kuesioner yang nantinya diberikan kepada responden. Setelah mendapatkan data dari responden kemudian dilakukan uji *construk validity* dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Butir-butir pernyataan yang mempunyai *factor loading* yang valid yaitu  $\geq 0,5$  menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya dapat diprediksi. Item-item yang mengukur konsep yang sama akan memiliki korelasi yang tinggi dan berkorelasi rendah dengan item-item yang mengukur konsep yang berbeda (Hair et al, 2006:136-137). Hal ini ditunjukkan dengan muatan faktor item yang tinggi di hanya satu faktor yang seharusnya diukur saja dan bermuatan faktor rendah pada faktor rendah yang diukur oleh item-item lain.

Hasil *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) ditunjukkan dalam tabel berikut ini:



**Tabel 2. KMO and Bartlett's Test**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,775
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1411,672
	df	190
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) lebih besar dari 0,50 yaitu sebesar 0,775; ini menunjukkan bahwa data yang ada layak untuk dilakukan faktor analisis, sedangkan pada hasil uji *Bartlett's Test of Sphericity* diperoleh taraf signifikansi 0,000, yang artinya bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikansi<0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria.

Selanjutnya pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada masing-masing variabel mengelompok menjadi satu, dengan nilai *loading factor* diatas dan di bawah 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur satu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya diprediksi.

**Tabel 3. Rotated Component Matrix**

	Rotated Component Matrix				
	Component				
	1	2	3	4	5
Kemampuan1			,816		
Kemampuan2			,813		
Kemampuan3			,885		
Kemampuan4			,850		
Suara5		,900			
Suara6		,914			
Suara7		,934			
Suara8		,874			
Penampilan9				,746	
Penampilan10				,720	
Penampilan11				,781	
Penampilan12				,779	
Fasilitas13					,906
Fasilitas14					,934
Fasilitas15					,885
Interaksi16	,887				
Interaksi17	,861				
Interaksi18	,774				
Interaksi19	,843				
Interaksi20	,825				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan hasil uji CFA diketahui bahwa semua item telah mengelompok sesuai dengan indikatornya dan berdasarkan hasil di atas diketahui semua item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai *loading factor* di atas 0,50.

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Arikunto (2008:154) menyatakan: “Reliabilitas menunjukan pada

satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik”. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menurut Arikunto (2008: 171) menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{(k-1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_{11}$         =Reliabilitas instrumen  
 $k$          =banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \delta_b^2$     =jumlah varians butir  
 $\delta_t^2$         =jumlah varians

Hasil perhitungan di atas diinterpretasikan dengan tingkat keterandalan korelasi menurut Arikunto (2008: 260), sebagai berikut:

- a. Antara 0,800- 1,000    Sangat tinggi
- b. Antara 0,600- 0,799    Tinggi
- c. Antara 0,400- 0,599    Cukup
- d. Antara 0,200- 0,399    Rendah
- e. Antara 0,000- 0,199    Sangat Rendah

Dengan metode *Alpha Cronbach*, koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Nilai koefisien yang kurang dari 0,6 menunjukkan bahwa keandalan konsistensi internal yang tidak reliabel (Arikunto, 2008: 193). Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Dimensi</b>	<b>Nilai Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kemampuan Musik	0,925	Reliabel
Suara Musik	0,983	Reliabel
Penampilan Panggung	0,939	Reliabel
Fasilitas	0,951	Reliabel
Interaksi Penonton	0,960	Reliabel

Sumber: Data Primer 2015

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari empat variabel yang diteliti adalah reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

#### **H. Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

##### **1. Analisis Deskriptif**

Sugiyono (2010:142) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

- a. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan.

- b. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis deskripsi statistik sehingga diperoleh nilai maksimal, nilai minimal, nilai mean (Me), dan Standar Deviasi (SD).
- c. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan koesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Adapun berdasarkan kriteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori yaitu: tinggi, sedang, dan rendah. Cara pengkategorian data berdasarkan rumus dari Azwar (2009:108) adalah sebagai berikut:

- 1) Tinggi :  $X \geq (M + SD)$
- 2) Sedang :  $(M - SD) \leq X < (M + SD)$
- 3) Rendah :  $X < (M - SD)$

## 2. Analisis Faktor

Menurut Ghazali (2006:303), “analisis faktor merupakan analisis yang bertujuan untuk mendefinisikan struktur suatu data matrik dan menganalisis struktur saling berhubungan (korelasi) antar sejumlah variabel atau dimensi (*test, test items*, jawaban kuesioner) dengan cara mendefinisikan suatu kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor. Dengan kesamaan analisis faktor peneliti mengidentifikasi dimensi suatu struktur dan kemudian menentukan sampai seberapa jauh variabel dapat dijelaskan oleh setiap dimensi.

Faktor merupakan turunan sejumlah variabel atau dimensi yang berhubungan. Faktor merupakan kombinasi linier dari variabel-variabel atau dimensi input yang dapat dinyatakan dengan persamaan. Menurut Wibisono (2002:244) analisis faktor dapat digambarkan dengan model matematis pada gambar di bawah. Untuk penelitian ini, rumus tersebut harus diadopsi karena variabel dalam penelitian ini hanya satu variabel sedangkan yang akan difaktorkan dalam penelitian ini adalah indikator dan dimensinya. Dengan kata lain variabel dalam model matematis yang dimaksud adalah indikator-indikator dalam dimensi pada penelitian ini.

$$X_i = \sum_{ij}^m A_{ij} F_j + b_i U_i$$

Keterangan :

$X_i$	= variabel ke i	i = nomor faktor
$F_j$	= faktor kesamaan ke j	j = nomor komponen faktor
$U_i$	= faktor unik ke i	
$b_i$	= koefisien faktor unik	
m	= jumlah faktor dari seluruh komponen	

Jadi analisis faktor bertujuan menemukan suatu cara untuk meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi suatu dimensi baru atau *variate* (faktor). Hal ini dilakukan dengan cara menentukan struktur lewat data *summarization* atau lewat data *reduction* (pengurangan data). Dengan menerapkan prinsip kerja dari analisis faktor, maka analisis faktor dapat diterapkan dalam penelitian ini sebagai alat analisis untuk memfaktorkan indikator-indikator dari setiap dimensi pada variabel perilaku pembelian. Indikator-indikator tersebut dari masing-masing dimensi nantinya akan dikelompokkan ke dalam beberapa faktor yang terbentuk kemudian ditentukan

indikator mana yang paling dominan memnbentuk kepuasan pelanggan dari masing-masing dimensi.

#### 1) Asumsi Analisis Faktor

Analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Caranya adalah dengan melihat matrik korelasi secara keseluruhan. Uji *bartlett test of sphericity* dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel. Hasil yang signifikan dari uji tersebut mengindikasikan bahwa matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji lain yang digunakan untuk melihat interkorelasi antar variabel dan dapat atau tidaknya analisis faktor dilakukan adalah dengan *measure of sampling adequacy* (MSA). Jika nilai MSA lebih kecil dari 0,50 maka analisis tidak dapat dilakukan.

#### 2) Proses Dasar Analisis Faktor

Jika disusun secara sistematis, langkah analisa yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 18 dalam analisis faktor ini sebagai berikut :

- a) Menentukan dimensi dari indikator analisis
- b) Menguji dimensi yang telah ditentukan tadi dengan menggunakan metode *bartlett test of sphericity* yang selanjutnya diukur menggunakan *measure of sampling adequacy* (MSA) yang nilainya berkisar 0 sampai 1 dengan kriteria: 0-0,49 analisis faktor tidak dapat dilakukan, 0,5-1 analisis faktor dapat dilakukan. Jika nilainya berkisar 0-0,49 tadi, maka

dilakukan analisa ulang dengan membuang variabel atau indikator tertentu agar analisis faktor dapat dilakukan.

- c) Melakukan proses inti pada analisa faktor yakni *factoring*. *Factoring* adalah proses ekstraksi terhadap variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Dalam penelitian ini *factoring* dilakukan untuk mengekstraksi indikator-indikator dari setiap dimensi untuk membentuk satu atau lebih faktor. Proses ini dilakukan menggunakan metode *Principal Component Analysis* dengan menggunakan nilai *eigen values* dimana jika nilai *eigen values* > 1, maka indikator-indikator dapat difaktorkan/dikelompokkan. Jika melalui *eigen values* dihasilkan lebih dari satu komponen faktor maka penentuan indikator yang paling berpengaruh dalam komponen faktor yang terbentuk dilakukan dengan menyeleksi nilai yang terbesar dari setiap komponen faktor yang terbentuk setelah sebelumnya diolah menggunakan metode rotasi yaitu dengan rotasi *varimax*. Rotasi *varimax* adalah metode rotasi untuk mengurangi jumlah faktor dengan cara faktor-faktor yang ada dibuat mendekati nol (Wibisono, 2002-250). Dalam penelitian ini indikator-indikator yang terkelompok dalam lebih dari satu komponen faktor yang terbentuk selanjutnya dirotasi agar bisa ditentukan nilai indikatornya tertinggi atau terendah.
- d) Langkah selanjutnya adalah interpretasi terhadap hasil pengolahan atau *output* berupa pemberian nama terhadap faktor yang telah terbentuk



terutama faktor yang telah direduksi dan dianggap mewakili faktor-faktor lainnya dalam indikator atau variabel yang telah dianalisis.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) tingkat sumbangan dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton dalam pertunjukan *live music* JKT 48, dan (2) dimensi yang memberikan sumbangan paling besar dalam pertunjukan *live music* JKT 48. Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian yang meliputi: karakteristik responden, analisis deskriptif, pengkategorian variabel penelitian, analisis CFA, dan pembahasan.

#### **A. Hasil Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada anggota *fans club* JKT 48 yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 responden. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan disajikan sebagai berikut.

##### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi: analisis karakteristik responden, analisis statistik deskriptif yang terdiri dari: nilai maksimal, minimal, mean, dan standar deviasi, serta kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut.

### a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin dan tempat mengakses internet. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

#### 1) Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
18-20 tahun	130	65,0
21-25 tahun	47	23,5
26-30 tahun	11	5,5
>30 tahun	12	6,0
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2014

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berusia antara 18-20 tahun sebanyak 130 orang (65%), responden berusia 21-25 tahun sebanyak 47 orang (23,5%), responden berusia 26-30 tahun sebanyak 11 orang (5,5%), responden berusia dan responden berusia lebih dari 30 tahun sebanyak 12 orang (6%).

#### 2) Pendidikan Terakhir

Deskripsi karakteristik karyawan responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMP	26	13,0
SMA	122	61,0
Sarjana Muda	14	7,0
Sarjana (S1, S2, S3)	38	19,0
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 26 orang (13%), responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 122 orang (61%), responden dengan tingkat pendidikan Sarjana Muda sebanyak 14 orang (7%), dan responden dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1, S2, S3) sebanyak 38 orang (19%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden dengan tingkat pendidikan SMA (61%).

### 3) Penghasilan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan penghasilan disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

<b>Penghasilan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<Rp 1.000.000,00	121	60,5
Rp 1.000.000,00 - Rp	37	18,5

2.000.000,00		
>Rp 2.000.000,00	42	21,0
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan penghasilan kurang dari Rp 1.000.000,00 sebanyak 121 orang (60,5%), responden dengan penghasilan antara Rp 1.000.000,00 - Rp 2.000.000,00 sebanyak 37 orang (18,5%), dan responden dengan penghasilan lebih dari Rp 2.000.000,00 sebanyak 42 orang (21%).

#### **b. Deskripsi Kategori Variabel**

Deskripsi kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton. Data hasil penelitian kemudian dikategorikan ke dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Hasil kategorisasi tersebut disajikan berikut ini:

##### **1) Kemampuan Musik**

Hasil analisis deskriptif pada variabel kemampuan musik diperoleh nilai minimum sebesar 4; nilai maksimum sebesar 19; mean sebesar 8,34; dan standar deviasi sebesar 3,54. Selanjutnya data kemampuan musik dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Kategorisasi untuk variabel kemampuan musik disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 8. Kategorisasi Variabel Kemampuan Musik**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 11,87$	31	15,5
Sedang	$4,80 \leq X < 11,87$	146	73,0
Rendah	$X < 4,80$	23	11,5
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2014

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap variabel kemampuan musik dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 31 orang (15,5%), kategori sedang sebanyak 146 orang (73%), dan kategori rendah sebanyak 23 orang (11,5%).

## 2) Suara Musik

Hasil analisis deskriptif pada variabel suara musik diperoleh nilai minimum sebesar 4; nilai maksimum sebesar 19; mean sebesar 10,43; dan standar deviasi sebesar 2,97. Selanjutnya data suara musik dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Kategorisasi untuk variabel suara musik disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 9. Kategorisasi Variabel Suara Musik**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 13,40$	27	13,5
Sedang	$7,45 \leq X < 13,40$	141	70,5
Rendah	$X < 7,45$	32	16,0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap variabel suara musik dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 27 orang (13,5%), kategori sedang sebanyak 141 orang (70,5%), dan kategori rendah sebanyak 32 orang (16%).

### 3) Penampilan Panggung

Hasil analisis deskriptif pada variabel penampilan panggung diperoleh nilai minimum sebesar 4; nilai maksimum sebesar 20; mean sebesar 9,13; dan standar deviasi sebesar 3,80. Selanjutnya data penampilan panggung dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Kategorisasi untuk variabel penampilan panggung disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 10. Kategorisasi Variabel Penampilan Panggung**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 12,93$	36	18,0
Sedang	$5,32 \leq X < 12,93$	131	65,5
Rendah	$X < 5,32$	33	16,5
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap variabel penampilan panggung dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 36 orang (18%), kategori sedang sebanyak 131 orang (65,5%), dan kategori rendah sebanyak 33 orang (16,5%).

### 4) Fasilitas

Hasil analisis deskriptif pada variabel fasilitas diperoleh nilai minimum sebesar 3; nilai maksimum sebesar 15; mean sebesar 7,16; dan standar deviasi sebesar 2,53. Selanjutnya data fasilitas dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Kategorisasi untuk variabel fasilitas disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 11. Kategorisasi Variabel Fasilitas**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 9,68$	28	14,0
Sedang	$4,63 \leq X < 9,68$	148	74,0
Rendah	$X < 4,63$	24	12,0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap variabel fasilitas dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 28 orang (14%), kategori sedang sebanyak 148 orang (74%), dan kategori rendah sebanyak 24 orang (12%).

#### 5) Interaksi Penonton

Hasil analisis deskriptif pada variabel interaksi penonton diperoleh nilai minimum sebesar 5; nilai maksimum sebesar 25; mean sebesar 8,53; dan standar deviasi sebesar 5,10. Selanjutnya data interaksi penonton dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Kategorisasi untuk variabel interaksi penonton disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 12. Kategorisasi Variabel Interaksi Penonton**



Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 13,63$	24	12,0
Sedang	$3,43 \leq X < 13,63$	176	88,0
Rendah	$X < 3,43$	0	0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap variabel interaksi penonton dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 24 orang (12%), kategori sedang sebanyak 176 orang (88%), dan tidak ada yang berada pada kategori rendah (0%).

## 2. Analisis Faktor

Analisis faktor dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 13. Data responden dari semua indikator pada setiap dimensi didistribusikan ke dalam tabel data dalam SPSS lalu diolah dengan *bartlett test of sphericity* yang selanjutnya diukur menggunakan *measure of sampling adequacy* (MSA) untuk mengetahui bahwa data sudah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis faktor. Selanjutnya dilakukan *factoring* dan reduksi data menggunakan metode *principal component analysis*.

Proses *factoring* bertujuan membentuk satu atau lebih komponen faktor untuk memperkecil sekian banyak indikator menjadi beberapa indikator yang terwakilkan dalam sejumlah komponen faktor yang telah terbentuk. Penentuan banyaknya komponen faktor dengan melihat nilai *eigenvalues* yang tertera pada tabel *total variance explained*. Selanjutnya dilanjutkan proses rotasi jika komponen faktor yang terbentuk lebih dari satu komponen faktor.

### 1) Dimensi Kemampuan Musik

Dimensi ini terdiri dari 2 indikator, adapun hasil analisis data disajikan sebagai berikut:

**Tabel 13. KMO and Bartlett's Test Pada Dimensi Kemampuan Musik**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,715
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	353,713
	df	6
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Kaiser Meyer MSA* sebesar 0,715. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 yang berarti indikator-indikator dalam dimensi kemampuan musik telah memenuhi syarat untuk dilakukan *factoring*. Selanjutnya dengan metode *principal component analysis* dilakukan proses pemfaktoran untuk melihat jumlah komponen faktor yang dapat terbentuk.

**Tabel 14. Total Variance Explained Pada Dimensi Kemampuan Musik**

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,678	66,962	66,962	2,678	66,962	66,962
2	,744	18,590	85,551			
3	,305	7,630	93,181			
4	,273	6,819	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas nilai *eigenvalues* yang lebih dari satu terdiri dari satu komponen, yaitu komponen pertama sebesar 2,678; sedangkan pada komponen kedua, ketiga, dan keempat memiliki nilai *eigenvalues* di bawah satu, sehingga

proses pemfaktoran berhenti hanya sampai satu komponen atau satu faktor saja. Hal ini berarti bahwa untuk menentukan indikator yang paling membentuk pertunjukan *live music* JKT 48 serta untuk menentukan terbentuknya faktor baru dari komponen faktor tidak perlu menggunakan metode rotasi faktor karena hanya terbentuk satu faktor saja.

**Tabel 15. *Component* Pada Dimensi Kemampuan Musik**

Component Matrix <sup>a</sup>	
	Component
	1
Kemampuan1	,823
Kemampuan2	,802
Kemampuan3	,840
Kemampuan4	,808

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai yang paling besar terletak pada indikator Kemampuan3 dengan nilai komponen sebesar 0,840. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dimensi kemampuan musik dapat diwakilkan dengan satu indikator saja karena hanya tetap terdiri dari satu faktor umum dan 2 varian. Dari hasil penyeleksian dengan nilai terbesar maka dapat ditentukan indikator yang paling membentuk pertunjukan *live music* JKT 48 pada dimensi kemampuan musik adalah indikator *musician's appearance (aspek visual)*.

## 2) Dimensi Suara Musik

Dimensi ini terdiri dari 2 indikator, adapun hasil analisis data disajikan sebagai berikut:

**Tabel 16. KMO and Bartlett's Test Pada Dimensi Suara Musik**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,705
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	242,414
	df	6
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Kaiser Meyer MSA* sebesar 0,705. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 yang berarti indikator-indikator dalam dimensi suara musik telah memenuhi syarat untuk dilakukan *factoring*. Selanjutnya dengan metode *principal component analysis* dilakukan proses pemfaktoran untuk melihat jumlah komponen faktor yang dapat terbentuk.

**Tabel 17. Total Variance Explained Pada Dimensi Suara Musik**

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,264	56,589	56,589	2,264	56,589	56,589	2,263	56,586	56,586
2	1,004	25,106	81,695	1,004	25,106	81,695	1,004	25,110	81,695
3	,441	11,030	92,725						
4	,291	7,275	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas nilai *eigenvalues* yang lebih dari satu terdiri dari dua komponen, yaitu komponen pertama sebesar 2,264 dan komponen kedua sebesar 1,004; sedangkan pada komponen ketiga dan keempat memiliki nilai *eigenvalues* di bawah satu, sehingga proses pemfaktoran berhenti hanya sampai

dua komponen atau dua faktor saja. Hal ini berarti bahwa untuk menentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 serta untuk menentukan terbentuknya faktor baru dari komponen faktor perlu menggunakan metode rotasi faktor karena terbentuk lebih dari satu faktor.

**Tabel 18. *Rotated Component Matrix* pada Dimensi Suara Musik**

Rotated Component Matrix		
	Component	
	1	2
Suara5	,898	,021
Suara6	,870	-,064
Suara7	,005	,999
Suara8	,837	,053

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan tabel di atas setelah dirotasi terlebih dahulu nilai dari komponen tadi, maka dilakukan penyeleksian di setiap faktor yang terkelompok menjadi dua komponen faktor. Hasil pada tabel di atas juga merupakan penggambaran dari model matematis analisis faktor yaitu:

$$X_i = \sum_{ij}^m A_{ij}F_j + b_i U_i$$

Dapat dicontohkan pada baris pertama tabel di atas Suara5 atau indikator 1 digambarkan pada model  $X_i$  dimana  $X_i$  adalah  $\sum$  atau kumpulan dari faktor kesamaan ( $F_j$ ) = 0,898 dan koefisien ( $A_{ij}$ ) serta satu faktor unik ( $U_i$ ) = 0,021 dan koefisiennya ( $b_i$ ). Sehingga dapat kita gambarkan baris pertama pada tabel dengan model sebagai berikut:  $Suara5 = \sum 0,898(A_{ij}) + 0,021(b_i)$ ; begitu seterusnya hingga baris akhir pada tabel. Hasil pengelompokkan adalah dengan

melihat nilai terbesar dari indikator di setiap komponen, sehingga lebih tepat masuk ke komponen faktor yang mana. Contohnya pada indikator satu, nilai yang terbesar adalah pada komponen faktor satu dengan nilai 0,898 sehingga indikator satu terkelompok pada komponen faktor satu begitu seterusnya hingga indikator 4.

Dari hasil penyeleksian terhadap 4 indikator, maka dimensi suara music dapat dibentuk melalui dua indikator yang terdiri dari: teknis suara dan volume suara. Selanjutnya dari hasil penyeleksian dipilih indikator yang memiliki nilai yang paling besar dan paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48.

Berdasarkan hasil di atas terdapat dua faktor yang paling dominan dalam membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 yakni: Suara5 (0,898) dan Suara7 (0,999). Dengan demikian dapat disimpulkan indikator yang paling dominan membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 pada dimensi suara music adalah indikator volume suara.

### 3) Dimensi Penampilan Panggung

Dimensi ini terdiri dari 2 indikator, adapun hasil analisis data disajikan sebagai berikut:

**Tabel 19. KMO and Bartlett's Test pada Dimensi Penampilan Panggung**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,688
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	703,566
	df	6
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Kaiser Meyer MSA* sebesar 0,688. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 yang berarti indikator-indikator dalam dimensi penampilan panggung telah memenuhi syarat untuk dilakukan *factoring*. Selanjutnya dengan metode *principal component analysis* dilakukan proses pempfaktoran untuk melihat jumlah komponen faktor yang dapat terbentuk.

**Tabel 20. Total Variance Explained Pada Dimensi Penampilan Panggung**

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,081	77,036	77,036	3,081	77,036	77,036
2	,688	17,191	94,227			
3	,125	3,136	97,364			
4	,105	2,636	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas nilai *eigenvalues* yang lebih dari satu terdiri dari satu komponen, yaitu komponen pertama sebesar 3,081; sedangkan pada komponen kedua, ketiga, dan keempat memiliki nilai *eigenvalues* di bawah satu, sehingga proses pempfaktoran berhenti hanya sampai satu komponen atau satu faktor saja. Hal ini berarti bahwa untuk menentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 serta untuk menentukan terbentuknya faktor baru dari komponen faktor tidak perlu menggunakan metode rotasi faktor karena hanya terbentuk satu faktor saja.

**Tabel 21. Component Pada Dimensi Penampilan Panggung**

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
Penampilan9	,886
Penampilan10	,873
Penampilan11	,882
Penampilan12	,870

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai yang paling besar terletak pada indikator Penampilan9 dengan nilai komponen sebesar 0,886. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dimensi penampilan panggung dapat diwakilkan dengan satu indikator saja karena hanya tetap terdiri dari satu faktor umum dan 4 varian. Dari hasil penyeleksian dengan nilai terbesar maka dapat ditentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 pada dimensi penampilan panggung adalah indikator dekorasi.

#### 4) Dimensi Fasilitas

Dimensi ini terdiri dari 2 indikator, adapun hasil analisis data disajikan sebagai berikut:

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,604
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	71,613
	df	3
	Sig.	,000

**Tabel 22. KMO and Bartlett's Test pada Dimensi Fasilitas**



Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Kaiser Meyer MSA* sebesar 0,604. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 yang berarti indikator-indikator dalam dimensi fasilitas telah memenuhi syarat untuk dilakukan *factoring*. Selanjutnya dengan metode *principal component analysis* dilakukan proses pemfaktoran untuk melihat jumlah komponen faktor yang dapat terbentuk.

**Tabel 23. Total Variance Explained Pada Dimensi Fasilitas**

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,699	56,635	56,635	1,699	56,635	56,635
2	,768	25,599	82,234			
3	,533	17,766	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas nilai *eigenvalues* yang lebih dari satu terdiri dari satu komponen, yaitu komponen pertama sebesar 1,699; sedangkan pada komponen kedua, ketiga, dan keempat memiliki nilai *eigenvalues* di bawah satu, sehingga proses pemfaktoran berhenti hanya sampai satu komponen atau satu faktor saja. Hal ini berarti bahwa untuk menentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 serta untuk menentukan terbentuknya faktor baru dari komponen faktor tidak perlu menggunakan metode rotasi faktor karena hanya terbentuk satu faktor saja.

**Tabel 24. *Component* Pada Dimensi Fasilitas**

**Component Matrik**

	Component
	1
Fasilitas13	,727
Fasilitas14	,825
Fasilitas15	,701

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai yang paling besar terletak pada indikator Fasilitas14 dengan nilai komponen sebesar 0,825. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dimensi fasilitas dapat diwakilkan dengan satu indikator saja karena hanya tetap terdiri dari satu faktor umum dan 3 varian. Dari hasil penyeleksian dengan nilai terbesar, maka dapat ditentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 pada dimensi fasilitas adalah indikator kepuasan yang dirasakan atas fasilitas.

### **5) Dimensi Interaksi Penonton**

Dimensi ini terdiri dari 2 indikator, adapun hasil analisis data disajikan sebagai berikut:

**Tabel 25. KMO and Bartlett's Test pada Dimensi Interaksi penonton**

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,879
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	890,471
	df	10
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Kaiser Meyer MSA* sebesar 0,879. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 yang berarti indikator-indikator dalam dimensi interaksi penonton telah memenuhi syarat untuk dilakukan *factoring*. Selanjutnya dengan metode *principal component analysis* dilakukan proses pemfaktoran untuk melihat jumlah komponen faktor yang dapat terbentuk.

**Tabel 26. Total Variance Explained Pada Dimensi Interaksi Penonton**

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,013	80,262	80,262	4,013	80,262	80,262
2	,396	7,926	88,188			
3	,260	5,204	93,392			
4	,201	4,020	97,412			
5	,129	2,588	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas nilai *eigenvalues* yang lebih dari satu terdiri dari satu komponen, yaitu komponen pertama sebesar 4,013; sedangkan pada komponen kedua, ketiga, dan keempat memiliki nilai *eigenvalues* di bawah satu, sehingga proses pemfaktoran berhenti hanya sampai satu komponen atau satu faktor saja. Hal ini berarti bahwa untuk menentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 serta untuk menentukan terbentuknya

faktor baru dari komponen faktor tidak perlu menggunakan metode rotasi faktor karena hanya terbentuk satu faktor saja.

**Tabel 27. *Component* Pada Dimensi Interaksi Penonton**

**Component Matrik**

	Component
	1
Interaksi16	,940
Interaksi17	,876
Interaksi18	,908
Interaksi19	,876
Interaksi20	,878

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Sumber: Data Primer 2015

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai yang paling besar terletak pada indikator Interaksi16 dengan nilai komponen sebesar 0,940. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dimensi interaksi penonton dapat diwakilkan dengan satu indikator saja karena hanya tetap terdiri dari satu faktor umum dan 5 varian. Dari hasil penyeleksian dengan nilai terbesar, maka dapat ditentukan indikator yang paling membentuk dalam pertunjukan *live music* JKT 48 pada dimensi interaksi penonton adalah indikator banyaknya penonton yang berada di lingkungan jasa.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) tingkat sumbangan dari dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi

penonton terhadap dalam pertunjukan *live music* JKT 48, dan (2) dimensi yang memberikan sumbangan paling besar terhadap dalam pertunjukan *live music* JKT 48.

#### **1. Tingkat Sumbangan dari Dimensi Kemampuan Musik, Suara Musik, Penampilan Panggung, Fasilitas, dan Interaksi Penonton dalam Pertunjukan Live Music JKT 48**

Berdasarkan hasil analisis factor diketahui tingkat sumbangan dari masing-masing dimensi pembentuk dalam pertunjukan *Live Music* JKT 48 diketahui bahwa dimensi kemampuan musik adalah indikator *musician's appearance (aspek visual)* dengan nilai komponen sebesar 0,840; dimensi suara musik adalah indikator volume suara dengan nilai komponen sebesar 0,999; dimensi penampilan panggung adalah indikator dekorasi dengan nilai komponen sebesar 0,886; dimensi fasilitas adalah indikator kepuasan yang dirasakan atas fasilitas dengan nilai komponen sebesar 0,825; dan dimensi interaksi penonton adalah indikator banyaknya penonton yang berada di lingkungan jasa dengan nilai komponen sebesar 0,940.

Menurut Kotler (2010: 138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Tjiptono (2008:24) menyatakan bahwa “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari konsumen adalah apabila konsumen merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Menurut Irawan (2002:40), konsumen merasa puas jika harapannya terpenuhi. Ada lima dimensi utama kepuasan konsumen. Dimensi pertama, adalah kualitas produk atau

jasa. Konsumen akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Dimensi kedua, adalah harga. Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money*. Dimensi ketiga adalah *service quality* sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dimensi keempat adalah *emotional factor*. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya *emotional value* yang diberikan *brand* tertentu. Dimensi kelima adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Menurut Tjiptono (2008:50), konsumen yang puas akan membeli dan mencoba lagi tetapi jika sebaliknya kemungkinan akan melakukan komplain dan komplain tersebut harus dapat terselesaikan sampai konsumen terpuaskan.

Demikian halnya dengan dalam pertunjukan musik. Kepuasan konsumen dapat terjadi apabila penyedia jasa atau penyelenggara pertunjukan *live music* menerapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Karenanya pihak penyelenggara harus menyelenggarakan pertunjukan musik yang berkualitas. Menampilkan musisi yang mempunyai kemampuan, kreatifitas dan penampilan yang baik merupakan hal yang harus diperhatikan dalam suatu pertunjukan.

Terciptanya kepuasan konsumen akan menyebabkan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Semakin besar tingkat kepuasan konsumen maka semakin besar kemungkinan konsumen akan kembali dan akan menguntungkan pihak penyelenggara pertunjukan *live music*. Dan tidak heran bahwa tujuan utama dari suatu perusahaan jasa adalah untuk mencari dan meningkatkan kepuasan konsumen. Karenanya peranan penyelenggara dalam menerapkan faktor-faktor

yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pertunjukan *live music* tersebut penting dalam rangka memuaskan para penonton.

## **2. Dimensi yang Memberikan Sumbangan Paling Besar dalam Pertunjukan *Live Music* JKT 48**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume suara merupakan dimensi yang dominan dalam mempengaruhi *customer satisfaction* dibuktikan dengan nilai komponen sebesar 0,999; peringkat kedua pada dimensi interaksi penonton dengan nilai komponen sebesar 0,940; peringkat ketiga pada dimensi penampilan panggung dengan nilai komponen sebesar 0,886; peringkat keempat pada dimensi kemampuan musik dengan nilai komponen sebesar 0,840; peringkat kelima pada dimensi fasilitas dengan nilai komponen sebesar 0,825.

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

Faktor-faktor yang memengaruhi dalam pertunjukan *live music* (Grove et. al., 1992 dalam Minor et al., 2004), meliputi dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume suara merupakan factor dominan yang memengaruhi dalam pertunjukan *live music*. Hal ini karena dalam pertunjukan *live music*, komponen audio merupakan *factor* penunjang dalam terselenggaranya pertunjukan

tersebut baik musik itu sendiri maupun keseluruhan yang dipertunjukan di atas panggung. Bertentangan dengan pandangan dari perspektif musisi seperti yang disebutkan lebih awal, disini diselidiki keseluruhan dari pemain sebagai satu kesatuan.

Aspek teknis suatu pertunjukan *live music* yang diperhatikan yaitu kualitas suara dan volume suara. Keduanya memiliki kualitas yang baik, karena di setiap *live performance*, mereka menyertakan kru-kru yang bertugas mengatur teknis suara dan volume agar outputnya baik. Hal ini berkontribusi dalam menambah kepuasan audiens saat menonton *live performance* tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Minor (2004) melakukan penelitian tentang “*Rock On! An Elementary Model of Customer Satisfaction with Musical Performances*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penampilan panggung merupakan dimensi yang dominan dalam mempengaruhi *customer satisfaction*.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Sumbangan dari masing-masing dimensi pembentuk pertunjukan *Live Music* JKT 48 diketahui bahwa dimensi kemampuan musik adalah indikator *musician's appearance (aspek visual)* dengan nilai komponen sebesar 0,840; dimensi suara musik adalah indikator volume suara dengan nilai komponen sebesar 0,999; dimensi penampilan panggung adalah indikator dekorasi dengan nilai komponen sebesar 0,886; dimensi fasilitas adalah indikator kepuasan yang dirasakan atas fasilitas dengan nilai komponen sebesar 0,825; dan dimensi interaksi penonton adalah indikator banyaknya penonton yang berada di lingkungan jasa dengan nilai komponen sebesar 0,940.
2. Dimensi yang dominan dalam membentuk pertunjukan *Live Music* JKT 48 adalah volume suara dibuktikan dengan nilai komponen sebesar 0,999; peringkat kedua pada dimensi interaksi penonton dengan nilai komponen sebesar 0,940; peringkat ketiga pada dimensi penampilan panggung dengan nilai komponen sebesar 0,886; peringkat keempat pada dimensi

kemampuan musik dengan nilai komponen sebesar 0,840; peringkat kelima pada dimensi fasilitas dengan nilai komponen sebesar 0,825.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel pada anggota *fans club* JKT 48 yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48 di Yogyakarta, akan lebih baik jika sampel yang diambil tidak terbatas pada anggota *fans club* JKT 48, tetapi masyarakat yang pernah menonton pertunjukan *live music* JKT 48, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
2. Penelitian ini hanya meneliti dimensi kemampuan musik, suara musik, penampilan panggung, fasilitas, dan interaksi penonton pembentuk kepuasan pelanggan dalam pertunjukan *live music*. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi pertunjukan *Live Music* JKT 48, misalnya: ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*), kecepatan transaksi (*speed of transaction*), keberadaan pelayanan (*availability of service*), dan profesionalisme (*profesionalisme*).

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Penyelenggara Pertunjukan *Live Music* JKT 48
  - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi fasilitas menduduki peringkat terakhir pembentuk kepuasan pelanggan *Live*

*Music* JKT 48, oleh karena itu pihak penyelenggara pertunjukan *Live Music* JKT 48 disarankan untuk memberikan dan menyediakan fasilitas terbaik seperti menyediakan fasilitas *stand snack* dan *soft drink*, dan lahan parkir yang luas, sehingga kualitas yang dirasakan dari fasilitas yang disediakan dapat menciptakan kepuasan pelanggan atas suatu pertunjukan dan di masa mendatang penonton berkeinginan untuk menggunakan fasilitas jasa kembali.

- b. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dimensi volume suara menduduki peringkat pertama pembentuk kepuasan pelanggan *Live Music* JKT 48, oleh karena itu pihak penyelenggara pertunjukan *Live Music* JKT 48 disarankan untuk selalu memperhatikan volume suara agar pada saat pertunjukan musik digelar, suara JKT 48 terdengar dengan jelas, tidak bising dan suara penyanyi terdengar pas di telinga, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang menyaksikan pertunjukan *Live Music* JKT 48.

## 2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pertunjukan *live music*, misalnya kualitas produk atau jasa, harga, *service quality*, dan *emotional factor*. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan dalam pertunjukan *live music*, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap

responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2014). Jauh-jauh dari Surabaya Demi JKT 48. *Kedaulatan Rakyat Online Edisi 10 Mei 2014*.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Armould, E.J and Price, L.L, (1993). River Magic: Extraordinary Experience and The Extended Services Encounter. *Journal of Consumer Research Vol 20*.
- Azwar, Saifuddin (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baker, J. (1987). *Management's View of Stock Splits*. Financial Management 9 (Summer).
- Berscheid, E. & Walster, E. (1974). "Physical Attractiveness" *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 7.
- Bitner, M.J. (1992). Serviscape. *Journal of Marketing. American Marketing Association*.
- Consuegra, et al. (2007). An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis In The Service Sector. [Emerald Group Publishing Limited. Journal of Product and Brand Management, Volume 16, Number 7, 2007 , pp. 459-468\(10\)](#).
- Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW. (1990). *Perilaku Konsumen Jilid I (Boediono. Terjemahan)*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Gozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (1995). *Multivariate Data Analysis 6 Ed*. New Jersey: Pearson Education.
- Hiswara, Rima. (2010). Analisis Pengaruh *Musical Ability, Musician's Appearance, Musical Sound, Stage Appearance, Facilities, Audience Interaction Terhadap Customer Satisfaction Dalam Pertunjukan Live Music* (Studi Kasus Konser RAN). *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Jakarta: UIN Jakarta.

<http://celebrity.okezone.com/read/2014/03/05/386/950616/alibi-jkt48-selalu-tampil-lip-sync>.

<http://krjogja.com/read/215517/jauh-jauh-dari-surabaya-demi-jkt-48.kr>, diakses pada 31 Januari, Pukul 12.17 Wib.

<http://musik.kapanlagi.com/berita/video.bergitar-noella-sisterina-jkt48-cover-lagu-maroon-5-e7d85b.html>, diakses pada 31 Januari, Pukul 12.14

<http://www.hai-online.com/Hai2013/Entertainment/Music/News/Sebelum-Bunuh-Diri-Ketua-Panitia-Lockstock-Terlihat-Groggi-dan-Gemetar>, Diakses Pada 2 Februari, Pukul 21:34

<http://www.hsp21.com/2012/04/sejarah-jkt48-dan-akb48.html>, Diakses pada 31 Januari, Pukul 14:02

<http://www.surabayapagi.com/index.php?3b1ca0a43b79bdfd9f9305b8129829620e9c0dbd118dfe68f36e6747764064c>, Diakses pada 31 Januari, Pukul 13:43 Wib

<https://showbiz.liputan6.com/read/596732/penampil-lockstock-2-sesali-tragedi-bunuh-diri-yoga-cahyadi>, Diakses pada 2 Februari, pukul 21:37.

Hui, Michael K., & Bateson, John E. G. (1991). Perceived control and the effects of crowding and consumer choice on the service experience. *Journal of Consumer Research*, 18(September), 174–184.

Irawan dan Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II Cetakan Keduabelas. Yogyakarta: Liberty Offset.

Irawan, Hadi. 2002. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Airlangga.

Landy & Siegall, 1974. *Psikologi Industri/Organisasi Modern*. Edisi 2. (Terjemahan: Pudjaatmaka). Jakarta: Arcan.

Martin, C.L dan Printer, C.A. (1989). The role of justice judgments in explaining the relationship between job satisfaction and organizational commitment. *Group and Organization Management*, 84-104.

Minor, S.M., Hausman, Angela. (2004). An Elaborated Model of Satisfaction With LiveMusical Entertainment”. *Journal Advance in Costumer Research*, Volume 31.

- Minor, S.M., Tillman W., F.J. Brewerton dan Angela H. (2004). Rock on! An elementary model of customer satisfaction with musical performance". *Journal of Service Marketing*, Vol. 18 No 1, pp.7-18.
- Minor, S.M., Tillman W., F.J. Brewerton dan Angela H. (2004). Rock on! An Elementary Model of Customer Satisfaction With Musical Performance. *Journal of Service Marketing*, Vol. 18 No 1, pp. 7-18.
- Nurnenny, Nurul. (2006). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction Dalam Pertunjukan Live Music Pada La Piazza, Kelapa Gading. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Jakarta: FE Universitas Trisakti, 2006.
- Ruby Anastasia Wenas, (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Pertunjukan Live Music dan Dampaknya terhadap Word of Mouth. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Jakarta: FE Universitas Trisakti.
- Sugiyono (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2008). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2010). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turley dan Fugate (1992). *Jornal of Service Marketing*. Emerald Library, London.
- Wakefield dan Blodgett, (1999). *Customer Response to Intangible an Yangible Services Factors. Psychology & Marketing*.
- Wibisono, Dermawan (2002). *Riset Bisnis: Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

## KUESIONER PENELITIAN

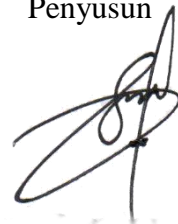
Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan segala kerendahan hati, diharapkan kesediaan Saudara untuk meluangkan waktunya guna mengisi daftar pertanyaan ini dengan sesungguhnya tanpa beban apapun, sehingga dapat membantu melengkapi data yang sangat saya butuhkan. Adapun pertanyaan ini saya buat dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertunjukan *Live Music* (Studi Pada Pertunjukkan Musik JKT 48)**”. Skripsi ini disusun guna melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.

Jawaban yang Saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Penyusun



Agung Sumringah Arwandi

NIM 10804101001



### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Tingkat Pendidikan Terakhir : (Pilih salah satu alternatif jawaban)
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Sarjana Muda
  - e. Sarjana (S1, S2, S3)
4. Penghasilan per bulan:
  - a. <Rp1.000.000
  - b. Rp1.000.000 – Rp.2.000.000
  - c. >Rp2.000.000

### B. Petunjuk Pengisian:

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat Saudara, dengan cara memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

ST = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	JKT 48 memiliki kemampuan bermusik yang baik.					
2.	JKT 48 memiliki kreativitas bermusik yang baik.					
3.	Aksi dan ekspresi personil JKT 48 maksimal.					
4.	Kostum yang dipakai JKT 48 sesuai dengan tema pertunjukan.					
5.	Pertunjukan konser JKT 48 didukung dengan kualitas tata suara konser yang baik.					
6.	Pada saat pertunjukan musik digelar, suara JKT 48 terdengar dengan jelas.					
7.	Pada setiap pertunjukan konser JKT 48 didukung dengan tingkat kebisingan (kekerasan) tata suara konser yang rendah.					
8.	Pada saat pertunjukan musik JKT 48 digelar, volume suara musisi pas di telinga.					
9.	Pertunjukan konser JKT 48 didukung dengan tata cahaya pada latar panggung yang baik.					
10.	Pertunjukan konser JKT 48 didukung dengan tata cahaya panggung yang baik.					
11.	Pertunjukan konser JKT 48 didukung dengan dekorasi latar panggung yang menarik.					
12.	Pertunjukan konser JKT 48 didukung dengan dekorasi panggung yang menarik.					
13.	Tempat konser JKT 48 dilengkapi fasilitas <i>stand snack</i> dan <i>soft drink</i> .					

14.	Tempat konser JKT 48 dilengkapi dengan fasilitas lahan parkir yang luas.					
15.	Konser JKT 48 seperti sekarang ini ingin dinikmati kembali di masa mendatang.					
16.	Penonton yang hadir di konser JKT 48 memiliki antusias yang tinggi.					
17.	Konser JKT 48 dihadiri oleh ratusan penonton.					
18.	JKT 48 memiliki keakraban dengan penonton.					
19.	Pengalaman-pengalaman positif yang didapat dari pertunjukan musik JKT 48 akan diceritakan kepada orang lain.					
20.	Konser JKT 48 layak direkomendasikan kepada orang lain					