

PERTUNJUKAN LIVE MUSIC, CUSTOMER EXPERIENCE, CAFE ATMOSPHERE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI CAFE PLAYGO KOTA SIDOARJO

Tamara Asmara, IGN Anom Maruta, Awin Mulyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

Email : tamara.asmara07@gmail.com

Abstract

At this time the F&B business is growing as can be seen from the mushrooming of cafes or coffee shops throughout Indonesia. Over time, to attract cafe customers, not only selling coffee was accompanied by various innovations. As in Sidoarjo, there are lots of cafes lined up. One of them that is of concern is Cafe Playgo. This cafe is always full of visitors and there is a home band live music every day. The purpose of this study was to determine the effect of Live Music Performances, Customer Experience, and Cafe Atmosphere on the satisfaction of cafe visitors who are crowded with visitors. As for supporting this research, the method used by the author is quantitative research and with data collection techniques using questionnaires. The results showed that the live music performance variable had a positive effect on customer satisfaction, the customer experience variable had a positive effect on customer satisfaction, and the cafe atmosphere had a positive effect on customer satisfaction. To achieve maximum customer satisfaction, business people need to improve and develop what customers should need, one of which is the existence of facilities such as live music, paying attention to customer experience, and a cafe atmosphere.

Keywords: *Live Music Shows, Customer Experience, Cafe Atmosphere, Customer Satisfaction*

Abstrak

Pada saat ini bisnis F&B semakin berkembang dapat dilihat dari menjamurnya cafe atau coffee shop di seluruh Indonesia. Seiring berkembangnya waktu untuk menarik pelanggan cafe, tidak hanya berjualan kopi diiringi juga dengan berbagai inovasi. Seperti halnya di Sidoarjo, banyak sekali cafe yang berjejer. Salah satunya yang menjadi perhatian adalah Cafe Playgo. Cafe ini selalu ramai pengunjung dan ada home band live music setiap hari. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Pertunjukan Live Music, Pengalaman Pelanggan, dan Suasana Cafe terhadap kepuasan pengunjung cafe yang ramai pengunjung. Adapun dalam mendukung penelitian ini, metode yang digunakan penulis yaitu penelitian kuantitatif dan dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pertunjukan live musik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, variabel pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan suasana cafe berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Untuk tercapainya kepuasan pelanggan dengan maksimal, pelaku bisnis perlu meningkatkan dan mengembangkan apa yang seharusnya pelanggan butuhkan, salah satunya adanya fasilitas seperti live musik, memperhatikan pengalaman pelanggan, dan suasana cafe.

Kata Kunci: *Pertunjukan Live Music, Pengalaman Pelanggan, Suasana Cafe, Kepuasan Pelanggan.*

Pendahuluan

Pada saat ini bisnis F&B makin berkembang dapat dilihat dari menjamurnya cafe di setiap kota di Indonesia seperti coffee shop. Fenomena ini menyebabkan banyaknya cafe yang beredar di seluruh Indonesia. Sesuai hasil riset TOFIN, jumlah cafe di Indonesia meningkat dari tahun 2016-2019 sebanyak 2.950 gerai. Seperti halnya di Sidoarjo ada banyak café yang berjejer. Hal ini membuat persaingan bisnis cafe meningkat. Sehingga, perlu untuk meningkatkan startegi pemasaran dengan memberikan fasilitas yang menonjol dibandingkan cafe lain. Di Sidoarjo ada cafe yang menyediakan fasilitas live music setiap harinya yaitu cafe Playgo. Playgo merupakan cafe yang berlokasi di Jl. Kav. DPR III No. 169, Sidoarjo. Adanya *live music* ini membuat strategi baru dalam bisnis café, mampu menarik para pengunjung untuk datang dengan pengalaman melihat secara langsung penampilan musik yang dibawakan oleh grup musik. (Cohen, 2012) menjelaskan live music merupakan acara yang menyatukan

musisi dan penonton di satu tempat pada satu waktu dan melibatkan kinerja pada vokal atau instrumen dan teknologi musik lainnya, atau dengan rekaman musik. Alunan musik yang dibawakan membuat suasana cafe menjadi nyaman. Dengan adanya live music ini memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung yang datang ke cafe Playgo dan membuat cafe Playgo selalu ramai pengunjung.

Untuk menarik perhatian pelanggan maka sebagai pemilik Cafe harus mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung. Kepuasan ini dapat terpenuhi apabila pemilik Cafe memperhatikan pengalaman pelanggan saat berkunjung. Menurut (Garg et al., 2014) Pengalaman Pelanggan yaitu pengalaman yang dirasakan secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan dari proses layanan, organisasi, fasilitas, bagaimana pelanggan berinteraksi dengan layanan perusahaan dan pelanggan lainnya yang pada akhirnya menciptakan kognitif, emosi, dan respon pelanggan serta pengalaman yang tak terlupakan. Sebagai pemilik cafe gencar memberikan pengalaman dan keunggulan kepada konsumen agar dapat menumbuhkan minat konsumen dalam berkunjung lagi di cafe. Terutama pengalaman yang dirasakan konsumen yang akan menjadi pertimbangan mereka. Pengalaman pelanggan atau *customer experience* ini dapat berupa pengunjung saat berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan fasilitas yang diberikan di dalam cafe. Selain pengalaman pelanggan, pemilik bisnis juga harus memperhatikan suasana cafe. (Utami, 2006) yang mendefinisikan suasana merupakan desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan wangi – wangi, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat itu. Menurut penelitian (Rooroh et al., 2020) menjelaskan bahwa suasana cafe sangat penting bagi kepuasan pelanggan.

Dengan fasilitas live music yang disuguhkan sehingga konsumen mendapatkan pengalaman yang menarik atas produk dan jasa yang ditawarkan dengan tata ruang ataupun interior yang dimiliki oleh cafe tersebut. Berbagai kondisi tersebut tentu akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga akan melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan ke orang lain. Karena kepuasan pelanggan secara tidak langsung menarik calon pelanggan baru. Pada hakikatnya tujuan dari memulai suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan untuk pelanggan. Untuk menghadapi persaingan usaha maka harus dapat menciptakan kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan mereka untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Berdasarkan pemaparan diatas, akhirnya peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang “Pengaruh Pertunjukkan *Live Music*, *Customer Experience*, dan *Café Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada Cafe Playgo di Kota Sidoarjo”.

Metode

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang digunakan. Metode ini tujuannya untuk menjelaskan masalah penelitian, dimana penelitian ini berupa angka-angka

maupun statistik. Metode kuantitatif berhubungan dengan pengumpulan data. Didalam pengumpulan data ini merupakan hasil olahan dari pengukuran yang telah dilakukan peneliti. Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh pertunjukan live music, customer experience, cafe atmosphere terhadap customer satisfaction di cafe Playgo. Prosedur pelaksanaan kuantitatif yang pertama yaitu merumuskan masalah yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti, lalu mencari informasi terkait variabel yang diteliti, menentukan populasi dan sampel, pengambilan sampel menggunakan kuisioner, kemudian data ini dianalisis dan diolah.

Hasil Dan Pembahasan

Pertunjukan Live Music, Customer Experience, Cafe Atmosphere terhadap Customer Satisfaction di Cafe Playgo Kota Sidoarjo

Dibawah ini hasil dari penelitian yaitu :

A. Hasil Uji Validitas

Uji validitas tujuannya adalah untuk apakah dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat di dalam kuisioner. Hasil datanya adalah :

Tabel 1. Uji Validitas

VARIABEL	KETERANGAN
<i>Pertunjukan Live Music (X1)</i>	Valid
<i>Customer Experience (X2)</i>	
<i>Cafe Atmosphere (X3)</i>	
<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

B. Hasil uji reliabelitas

Uji Realibilitas merupakan alat untuk mengetahui seberapa besar derajat tes pengukuran secara konsisten tujuan yang diukur.

Tabel 2. Uji Reliabelitas

VARIABEL	KETERANGAN
<i>Pertunjukan Live Music (X1)</i>	RELIABEL
<i>Customer Experience (X2)</i>	
<i>Cafe Atmosphere (X3)</i>	

<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	
----------------------------------	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa masing-masing pernyataan dari tiap variabel dinyatakan valid dan reliabel, dimana menunjukkan signifikasi kurang dari 0,5 dan nilai cronbach alpa lebih dari 0,6.

C. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

No	Model	Nilai B
1	Signifikasi	0,71

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel diatas menjelaskan hasil dari uji normalitas yaitu 0,71 atau data dapat dikatakan normal.

D. Hasil Uji Regresi

Analisa ini untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dibawah ini hasil uji Regresi Linier Berganda yang diteliti

Tabel 4. Uji Regresi

No	Model	Nilai B
1	(Constant)	1,193
2	Pertunjukan Live Music	,170
3	Customer Experience	,027
4	Cafe Atmosphere	,295

Penjelasan dari tabel diatas yaitu sebagai berikut :

- Nilai (a) sebesar 1,193 menunjukkan arti bahwa nilai variabel independen dianggap nol, maka *Customer Satisfaction* akan meningkat sebesar 1,193.
- Pada Pertunjukan *Live Music* X1 nilai koefisien regresi sebesar 0,107. Menunjukkan yaitu tiap terjadi peningkatan variabel Pertunjukan *Live Music* sebesar satu satuan, maka *Customer Satisfaction* meningkat sebesar 0,107 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Pada *Customer Experience* X2 nilai koefisiennya adalah 0,027. Menunjukkan yaitu tiap terjadi peningkatan variabel *Customer Experience* sebesar satu satuan, maka *Customer Satisfaction* meningkat sebesar 0,207 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Pada variabel *Cafe Atmosphere* X3 nilai koefisien regresi yaitu 0,295. Menunjukkan tiap terjadi peningkatan variabel *Cafe Atmosphere* sebesar satu satuan, maka *Customer Satisfaction* meningkat sebesar 0,295 dengan asumsi variabel lain tetap.

E. Uji t

Diketahui untuk melihat pengaruh variabel x terhadap variabel y secara parsial.

Tabel 5. Hasil uji t

No	Model	Nilai t	Nilai sig
1	Pertunjukan Live Music	2,147	,028
2	Customer Experience	3,188	,018
3	Cafe Atmosphere	10,128	,040

Tabel diatas menunjukkan hasil nilai dari uji t, sehingga pengaruh dari variabel independen yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel Pertunjukan Live Music
Menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,147 yang artinya lebih besar dari t tabel 1,985. Nilai signifikansi sebesar 0,028 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Jadi Hipotesis diterima
2. Pengaruh variabel Customer Experience
Menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,188 yang artinya lebih besar dari t tabel 1,985. Nilai signifikansi sebesar 0,018 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Jadi Hipotesis diterima
3. Pengaruh variabel Cafe Atmosphere
Menunjukkan nilai t hitung sebesar 10,128 yang artinya lebih besar dari t tabel 1,985. Nilai signifikansi sebesar 0,040 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Jadi Hipotesis diterima

F. Uji R²

Digunakan untuk melihat seberapa besar presentase dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil uji R²

No	Model	Nilai R Square
1	1	,539

Tabel diatas menunjukkan hasil nilai R² yaitu 0,539. Maka menunjukkan variabel *Customer Satisfaction* (Y) dipengaruhi oleh Pertunjukan *Live Music* (X1), *Customer Experience* (X2), dan *Cafe Atmosphere* (X3) sebesar 53%. Sedangkan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini, seperti Promosi, Iklan, dan lain sebagainya.

Pertunjukan Live Music, Customer Experience, Cafe Atmosphere terhadap Customer Satisfaction di Cafe Playgo Kota Sidoarjo

Pengaruh Pertunjukan Live Music terhadap Customer Satisfaction

Pertunjukan *Live Music* diukur menurut (Minor, Tillmann, H Angela, 2004) dari beberapa indikator yaitu kemampuan musik, fasilitas, penampilan panggung, suara musik, dan interaksi panggung. Dimana berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan jawaban responden pada variabel Pertunjukan *Live Music*, memberikan pernyataan dengan rata-rata nilai tertinggi yaitu pada indikator

kemampuan bermusik, dimana pernyataan tersebut adalah saat live music di Cafe Playgo kemampuan group band dalam memainkan alat musik sangat kompak. Sedangkan rata-rata jawaban dengan nilai terendah pada pernyataan ketiga indikator penampilan panggung yaitu saat live music di Cafe Playgo penampilan group band saat membawakan lagu.

Sedangkan hasil dari uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel Pertunjukan *Live Music* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, yang terlihat dari tabel adalah nilai t hitung lebih besar dari t-tabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Pertunjukan *Live Music* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada pengunjung di Café Playgo. Hal ini dikarenakan berdasarkan indikator dari Pertunjukan live Music sendiri menunjukkan bahwa adanya daya tarik dari kemampuan *group band* dalam Pertunjukan *Live Music* yang dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Hal ini dibuktikan juga bahwa dengan responden sangat setuju dengan adanya kemampuan *group band* dalam Pertunjukan *Live Music* yang memainkan alat musik dengan kompak, maka akan semakin banyak orang khususnya yang berkunjung ke Café Playgo untuk melirik Pertunjukan *Live Music* dari Cafe Playgo. Dengan Pertunjukan *Live Music* yang telah diberikan, para calon pelanggan akan terus mengikuti Pertunjukan *Live Music* yang dikeluarkan oleh Café Paygo. Semakin tinggi tingkat kualitas Pertunjukan *Live Music* yang dikeluarkan, maka semakin kuat untuk mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Hasil ini didukung oleh (Yudhistira C, 2016) dengan judul Pengaruh Petunjukkan Live Music terhadap Kepuasan Pengunjung di It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta bahwa hasil penelitiannya menunjukkan pengunjung berada pada kategori sangat puas.

Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction*

Customer Experience menurut (Felita, C., & Japariato, 2015) diukur dengan beberapa indikator yaitu aksesibilitas, kemampuan, pengakuan pelanggan, bantuan, personalisasi, pemecahan masalah, pemenuhan janji dan nilai waktu. Dimana berdasarkan hasil penelitian menunjukkan jawaban responden pada variabel *Customer Experience*, memberikan pernyataan dengan rata-rata nilai tertinggi yaitu pada indikator penyelesaian masalah, dimana pernyataan tersebut adalah Cafe Playgo menjadi pilihan tempat yang tepat untuk nongkrong bersama teman atau keluarga. Sedangkan rata-rata jawaban dengan nilai terendah pada indikator kemampuan dengan pernyataan kedua yaitu Cafe Playgo memberikan pelayanan terbaik.

Sedangkan hasil dari uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel *Customer Experience* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, yang terlihat dari tabel adalah nilai t hitung lebih besar dari t-tabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada pengunjung Café Playgo. Hal ini dikarenakan adanya pemecahan masalah yang diberikan kepada pelanggan yang dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Hal ini dibuktikan juga bahwa dengan adanya pelayanan yang ramah yang diberikan oleh Pelayanan Café Playgo. Hasil ini didukung oleh (Rooroh et al., 2020) bahwa hasil penelitiannya menjelaskan adanya pengaruh positif dari *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap *Customer Satisfaction*

Cafe Atmosphere menurut (Levy, Michael & Weitz, 2012) diukur dari beberapa indikator yaitu pencahayaan, tata letak barang, suhu dalam ruangan, fasilitas, desain dan warna, dan tata ruangan. Dimana Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan jawaban responden pada variabel *Cafe Atmosphere*, memberikan pernyataan dengan rata-rata nilai tertinggi yaitu pada indikator tata ruangan, dimana pernyataan tersebut adalah suasana Cafe Playgo yang menarik dengan penataan meja dan kursi tersusun rapi. Sedangkan rata-rata jawaban dengan nilai terendah pada indikator tata letak barang dengan pernyataan kedua yaitu suasana Cafe Playgo memiliki tata letak barang yang menarik dan kekinian.

Sedangkan hasil dari uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa *Cafe Atmosphere* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, yang terlihat dari tabel adalah nilai t hitung lebih besar dari t-tabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *Cafe Atmosphere* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada calon pelanggan Café Playgo. Hal ini dikarenakan adanya kenyamanan yang diberikan oleh Café Playgo yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari indikator tata ruangan yang memiliki nilai tertinggi, yang menyatakan bahwa dengan adanya tata ruangan yang bagus seperti penataan meja dan kursi yang tersusun rapi, sehingga suasana cafe terlihat menarik. Maka para calon pelanggan akan semakin nyaman untuk berkumpul di Café Playgo. Hasil penelitian ini didukung oleh (Febbi Nilasari, Agung Pujianto, 2020) hasil penelitiannya menjelaskan adanya pengaruh positif variabel *store atmosphere* terhadap variabel kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Sesuai penjelasan yang sudah dijelaskan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan yaitu semakin menjamurnya cafe membuat para pemilik bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan sebuah fasilitas bisnisnya untuk menarik pelanggan. Pelanggan tertarik karena kepuasan yang mereka rasakan dengan adanya fasilitas cafe yang diberikan. Adanya fasilitas live musik dan suasana cafe menarik membuat pelanggan puas dan tidak segan untuk datang kembali ke cafe. Pengalaman pelanggan juga penting untuk meningkatkan sebuah kepuasan pelanggan, karena pengalaman dapat dirasakan pelanggan dengan adanya timbal balik respon secara langsung maupun tidak langsung pada saat berkunjung di cafe. Pada penelitian ini, membuktikan bahwa memang live musik, pengalaman pelanggan, suasana kafe berdampak besar pada kepuasan bagi pengunjung.

Ucapan Terima Kasih

Saya ucapkan banyak terima kasih untuk kampus tercinta Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Kepada responden saya yang sudah membantu saya dan kerja sama mereka yang luar biasa sangat berdampak bagi saya.

Daftar Pustaka

- Febbi Nilasari, Agung Pujianto, & U. C. N. (2020). *Pengaruh Harga, Produk, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Coffee Culture Jombang*.
- Felita, C., & Japarianto, E. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Engagement dan Customer Trust sebagai Variabel Intervening di The Body Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1 (1)*, 1–10.

- Garg, R., Rahman, Z., & Qureshi, M. N. (2014). Measuring customer experience in banks: scale development and validation. *Journal of Modelling in Management*, 9(1), 87–117. <https://doi.org/10.1108/JM2-07-2012-0023>
- Levy, Michael & Weitz, B. A. (2012). *Retailing MManagement* (8th ed.). Mc Graw-Hill.
- Minor, Tillmann, H Angela, F. . (2004). *Rock on! An elementary model of customer satisfaction with musical performance*. 18, 7–18.
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- S, C. (2012). *Live music and urban landscape: mapping the beat in Liverpool*. 22(5), 587–603.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung). Alfabeta.
- Utami. (2006). *Manajemen Ritel*.
- Yudhistira C, Y. N. (2016). *Pengaruh Pertunjukan Live Music Terhadap Kepuasan Pengunjung Di It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta*.