

**ANALISIS FAKTOR KEPUASAN PENGUNJUNG PADA
PERTUNJUKKAN MUSIK SOUNDRENALINE 2014
DI SURABAYA**

Danang Satria Adiatma

Fitri Novika Widjaja, S.Si., M.MT.

Prita Ayu Kusumawardhany, S.E., M.M.

Jurusan Manajemen/ Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Surabaya

danangadiatmaBSR@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang menentukan kepuasan pengunjung pada pertunjukkan musik Soundrenaline 2014 dan mengkonfirmasi apakah faktor-faktor kepuasan pada pertunjukkan musik dalam penelitian sebelumnya masih relevan digunakan pada saat ini. Objek yang diambil adalah Soundrenaline 2014 di Surabaya.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SPSS 18 untuk windows*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan sound merupakan faktor yang paling menentukan kepuasan dan dari 6 dimensi yang terdapat 18 pernyataan pada penelitian sebelumnya masih relevan digunakan untuk penelitian saat ini.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, Musik, Pertunjukkan Musik.

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify the factor that determine customer satisfaction on a live musical performance Soundrenaline 2014 and to confirm whether the customer satisfaction factors on live musical performance in the previous research are still relevant to be used. The object of this study was Soundrenaline 2014 on Surabaya.

Data processing was performed by using SPSS 18 for Windows. The sampling technique used was non-probability sampling with sampling type convenience. Data obtained directly from respondents who meet the characteristics specified population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 200 respondents.

The results of this study indicate that sound is the best factor that determine satisfaction and the 6 factors with 18 items in previous research are still relevant to be used for nowadays study.

Key words: Customer Satisfaction, Music, Live Musical performance.

PENDAHULUAN

Industri merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Selain penyerapan tenaga kerja, peranan sektor industri dalam pembangunan ekonomi nasional salah satunya dapat dilihat dari kontribusi masing – masing sektor terhadap produk domestik bruto atau PDB. Industri kreatif memang tidak menempati urutan teratas dalam kontribusi terhadap PDB, namun industri ini memiliki potensi yang sangat baik. Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia cukup tinggi setiap tahunnya dan hendaknya bisa menjadi salah satu pilar penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Potensi tersebut dapat dibuktikan melalui kontribusi industri kreatif terhadap PDB yang meningkat setiap tahunnya. Berikut adalah tabel 1 yang menunjukkan pertumbuhan kontribusi PDB industri kreatif Indonesia dari tahun ke tahun dalam milyar rupiah.

Tabel 1
Kontribusi Industri Kreatif terhadap PDB Indonesia Tahun 2010-2013

Tahun	Kontribusi	Kenaikan
2010	472.999	-
2011	526.999	2,43%
2012	578.761	2,33%
2013	641.815	2,84%

Sumber: (gov.indonesiakreatif.net)

Kontribusi industri kreatif terhadap PDB Indonesia dari tahun 2010 ke 2011 naik sebesar 2,43%. Selanjutnya dari tahun 2011 ke 2012 naik sebesar 2,33% dan naik sebesar 2,84% dari tahun 2012 ke tahun 2013. Produk industri kreatif di Indonesia masih membuka pasar yang lebar bagi pertumbuhan ekonomi. Bahkan, kalangan pengamat meyakini, industri kreatif Indonesia berpotensi menguasai pasar dunia, apabila dikembangkan dengan benar. (www.neraca.co.id)

Di Indonesia, Industri kreatif memiliki berbagai sektor di dalamnya. Kementerian Perdagangan berhasil memetakan empat belas sektor industri kreatif, yaitu (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fashion, (7) video/film/fotografi, (8) permainan, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan, (12) layanan komputer, (13) televisi/radio, serta (14) riset dan pengembangan. (badanbahasa.kemdikbud.go.id)

Industri musik secara dominan menguasai industri kreatif. Hal ini senada dengan pernyataan yang diberikan oleh Asosiasi Industri Rekaman Indonesia (ASIRI). ASIRI menyatakan bahwa industri musik saat ini menguasai 85% pasar dalam negeri industri kreatif, meskipun distribusi musik sudah bergeser dari semula dalam bentuk album fisik menjadi musik digital. (www.bisnis.com)

Menurut Ahmad Sya, Direktur Jenderal Ekonomi Kreatif Berbasis Seni Budaya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2010 kontribusi industri musik terhadap PDB sebesar 3,9 triliun rupiah sedangkan pada tahun 2013 lalu naik sebesar 11 persen atau sekitar 5,2 triliun rupiah. Sedangkan menurut data BPS, sepanjang 2010-2013 jumlah usaha di

industri musik naik dari 14,9ribu unit usaha menjadi 15,6 ribu usaha. Dan dalam periode yang sama, penyerapan tenaga kerja meningkat dari 50.611 menjadi 55.958 orang. (www.mobile.koran-jakarta.com)

Memasuki era teknologi dan globalisasi yang penuh persaingan seperti saat ini, hiburan merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat untuk mengurangi kepenatan serta kebosanan dalam beraktivitas. Menurut Holbrook dan Hirschman (1982) dalam Minor et, al. (2004) hiburan merupakan sebuah bagian utuh dan konsisten dari kehidupan sehari – hari. Untuk menghilangkan kepenatan tersebut salah satunya dengan menikmati hiburan musik yang juga termasuk dalam sektor industri kreatif. Evaluasi dari pertunjukkan musik langsung mempunyai siratan keuangan yang signifikan untuk tempat diadakannya pertunjukkan musik langsung dan para penjual musik rekaman (Hausman, 2010). Pertunjukkan musik langsung juga menghasilkan keuntungan terhadap para penjual poster, kaos, dan produk terkait lain yang berada di luar tempat pertunjukkan (Hausman, 2010).

Jawa Timur merupakan salah satu pilihan yang baik untuk dijadikan tempat berlangsungnya konser. Sebuah konser pernah diadakan dan bertempat di salah satu objek wisata Jawa Timur yaitu Jazz Gunung yang diadakan di gunung Bromo. Pada tahun 2012, pertunjukkan ini mampu menyedot 2200 pengunjung, Dengan memanfaatkan Jazz Gunung sebagai peluang bisnis, maka perekonomian penduduk gunung Bromo juga akan terbantu. Misalkan saja dengan menjual pernak-pernik band pengisi acara Jazz Gunung.

Kota Surabaya yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Timur, sering dipilih sebagai tempat penyelenggaraan konser. Seperti halnya konser tahunan yang sangat diminati pecinta musik, yaitu Soundrenaline. Menurut Minor et al. (2004), sukses dalam usaha ini dapat dikaitkan dengan sejauh mana penonton mendapatkan kepuasan dari pertunjukan. Oleh karena itu sangat penting untuk mengidentifikasi faktor yang berkontribusi pada *customer satisfaction* agar pihak penyelenggara dapat selalu meningkatkan jumlah pengunjung di setiap konser yang mereka adakan.

TELAAH LITERATUR

Fisher et, al. (2010) menyatakan bahwa:

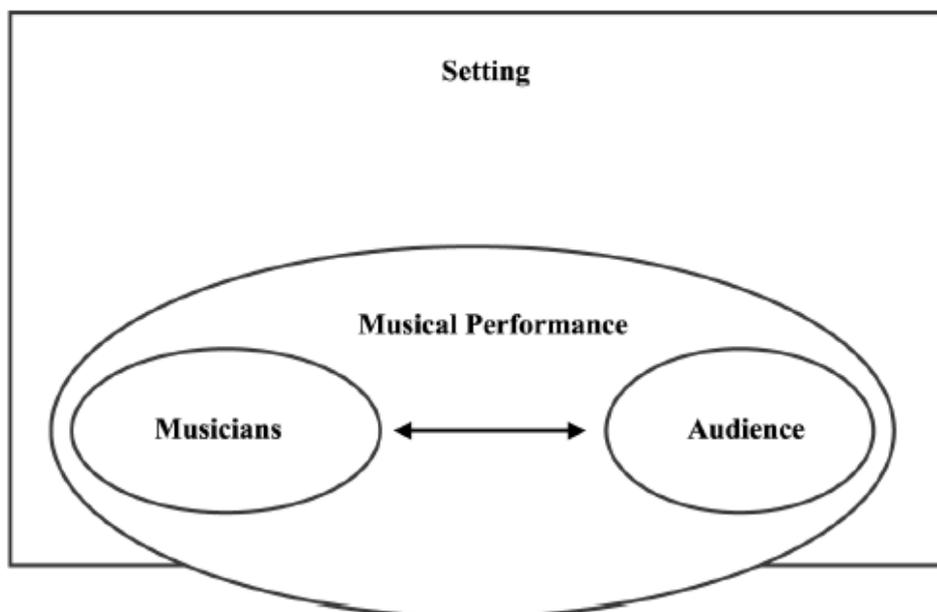
“Musical performances reflect all the characteristics that define a service. The performance is an intangible that is simultaneously produced by the band and consumed by the audience. Performances are unique, have an inconsistent product definition, and cannot be standardized. They vary based on song mix, stage layout, audience size, audience members, venue, ticket prices, and so forth. Musical performances are jointly produced through the interaction between the musical group and the audience. Members of the audience may sing along with the group, and the band members may address the audience”

Yang berarti pertunjukkan musik mencerminkan semua karakteristik yang mendefinisikan layanan. Pertunjukkan merupakan sesuatu tak berwujud yang secara bersamaan diproduksi oleh band dan dikonsumsi oleh penonton. Pertunjukan adalah sesuatu yang unik, memiliki definisi produk yang tidak konsisten, dan tidak dapat dibakukan. Mereka bervariasi berdasarkan campuran lagu, tata letak

panggung, ukuran penonton, penonton, tempat, harga tiket, dan lain sebagainya. Pertunjukan musik bersama-sama dihasilkan melalui interaksi antara kelompok musik dan penonton. Para penonton dapat bernyanyi bersama dengan band, dan anggota band dapat berinteraksi penonton.

Pada *live musical performance* atau pertunjukkan musik langsung, literatur *service marketing* menawarkan struktur teori yang sangat minim untuk mengukur kepuasan pada pertunjukan musik langsung. Skala yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah *service quality* atau *SERVQUAL* yang memiliki 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Namun, Holbrook dan Hirschman (1982) dalam Minor et al, (2004) menyatakan bahwa pengukuran produk *utilitarian* bergantung pada teori seperti yang ada dalam *SERVQUAL*, sedangkan produk pengalaman bergantung pada kriteria hedonis dan estetis, atau yang berhubungan dengan keindahan seni. Sehingga pengukuran yang lebih tepat untuk *live musical performance* adalah *measurement* yang berbeda. Hal ini dikarenakan *live musical performance* memiliki karakteristik yang unik (Minor et al, 2004). Lebih lanjut, Cronin dan Taylor (1992) dalam Minor et al, (2004) menyatakan bahwa *customer satisfaction* memprediksi keinginan atau niat dari pelanggan lebih baik daripada *service quality*.

Kerangka berpikir dari Bouissac (1987) dalam Minor et al, (2004) dan Grove et al, (1992) dalam Minor et al, (2004) digunakan dalam merumuskan model untuk mengukur *customer satisfaction* pada *live musical performance*. Hasil dari perumusan model tersebut ditunjukkan oleh gambar 1 sebagai berikut:



Sumber: Minor et al, (2004)

Gambar 1
Model Untuk *Live Musical Performance* Menurut Minor et al, (2004)

Selanjutnya, Oliver, (1997) dalam Hausman, (2010) menyatakan bahwa evaluasi terpenting dari pertunjukkan musik langsung terpusat pada kepuasan pendengar. Keunggulan dari berbagai model dalam merefleksikan kontribusi dari berbagai jasa terhadap kepuasan secara keseluruhan, merupakan fungsi dari berbagai model ini, yang mana memberikan informasi untuk tindakan managerial secara lebih baik.

Minor, et al. (2004), Bitner (1992), dan Prahalad (2004) dalam Hausman (2010) menyebutkan 6 faktor *customer satisfaction* pada *live musical performance*:

1. *Musical ability: reflects a combination of the perceived ability and creativity of the performer* (Minor et al, 2004 dalam Hausman, 2010) yang berarti kemampuan bermusik mencerminkan kombinasi dari kemampuan yang diperlihatkan dan kreativitas dari musisi saat berada di atas panggung.
2. *Musician appearance: restricted to their clothing, movements, and physical appearance* (Minor et al, 2004 dalam Hausman, 2010) yang berarti penampilan musisi dibatasi pada pakaian, gerakan, dan penampilan fisik musisi tersebut.
3. *Sound: Sound quality reflects both the perceived quality and volume of the sound produced by musicians* (Minor et al, 2004 dalam Hausman, 2010) yang berarti kualitas sound merefleksikan kualitas yang diperdengarkan dan volume dari suara yang dihasilkan oleh musisi.
4. *Facilities: setting are confined to evaluations of the seating and parking facilities, including temperature, crowding, size, and air quality (all non-performance related aspect of the venue)* (Bitner, 1992 dalam Hausman, 2010) yang berarti pengaturan terbatas pada evaluasi dari tempat duduk dan fasilitas parkir, termasuk suhu, kepadatan penonton, ukuran, dan kualitas udara (semua aspek terkait non-kinerja dari lokasi pertunjukkan).
5. *Stage: music environment involves assessments of the performance aspects of the venue, including stage lighting and decorations* (Bitner, 1992 dalam Hausman, 2010) yang berarti lingkungan musik melibatkan penilaian pada aspek kinerja dari lokasi pertunjukkan, meliputi pencahayaan panggung dan dekorasi.
6. *Audience interaction is defined as an effective enjoyment of the experience and includes audience enthusiasm and social compatibility, as well as song familiarity and interpretation* (Prahalad, 2004 dalam Hausman, 2010) yang berarti interaksi terhadap penonton didefinisikan sebagai kenikmatan yang efektif dari pengalaman dan meliputi antusiasme penonton dan kompatibilitas sosial, serta keakraban lagu dan interpretasi akan lagu tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dapat menggambarkan dengan jelas mengenai faktor-faktor yang menentukan *customer satisfaction* pada *live musical performance* Soundrenaline 2014 Surabaya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *customer satisfaction*. Definisi operasionalnya adalah kepuasan penonton pertunjukkan Soundrenaline yang timbul dari perbandingan setelah menonton pertunjukkan dengan harapannya.

Dalam penelitian ini digunakan sampel yang diambil dari populasi melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 200 orang. Menurut Hair, Bush, Ortinau (2003:361) untuk pengujian pasar memungkinkan jumlah responden sebanyak 150 orang hingga 200 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, karena peluang atau kesempatan yang tidak sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan untuk *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih dari anggota populasi yang datanya mudah diperoleh, dan paling cepat, serta dapat memberikan informasi yang akurat.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval karena pernyataan yang dikemukakan dalam bentuk kuesioner adalah untuk mengetahui persepsi atau meminta pendapat dari pada responden. Alternatif jawaban yang disediakan untuk aras interval disusun berdasarkan skala nominal yang dilakukan untuk memberikan penilaian kepada serangkaian pernyataan yang diukur dalam lima skala jenjang. Nilai yang semakin mendekati angka 1 berarti tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan, sedangkan semakin mendekati angka 5 berarti setuju dengan pernyataan yang diberikan. Sebelum data diolah, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mean, standart deviasi, dan analisis faktor yaitu *confirmatory factor analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembagian kuesioner untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 30 lembar kuesioner. Pembagian kuesioner tersebut dilakukan terhadap pengunjung Soundrenaline 2014 tanggal 10 Mei 2014 yang diadakan di Lapangan Lenmarc Mall Bukit Darmo Boulevard, Surabaya.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan seberapa tepat dan cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Kuesioner yang valid menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner sudah mewakili variabel penelitian.

Dari 30 kuesioner telah dilakukan uji validitas terhadap masing-masing item pertanyaan yang membentuk faktor kemampuan musikal, penampilan musisi, sound, panggung, fasilitas, dan interaksi terhadap penonton. Uji validitas ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dalam kuesioner. Jika koefisien korelasi nilai signifikannya kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Tabel 8 menunjukkan hasil bahwa pernyataan untuk seluruh faktor *customer satisfaction* pada *live musical performance* pada Soundrenaline 2014 dianggap valid karena tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau 0,05.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor-faktor Customer Satisfaction Pada Live Musical Performance Soundrenaline 2014

No	Pernyataan	Pearson Correlation	Nilai Signifikansi	Keterangan
Kemampuan Musikal (Musical Ability)				
1.	MA1	0,802	0,000	VALID
2.	MA2	0,689	0,000	VALID
Penampilan Musisi (Musician Appearance)				
1.	MAP1	0.669	0,000	VALID
2.	MAP2	0.670	0,000	VALID
3.	MAP3	0.673	0,000	VALID
Sound				
1.	S1	0,988	0,000	VALID
2.	S2	0,978	0,000	VALID
Panggung (Stage)				
1.	St1	0,914	0,000	VALID
2.	St2	0,706	0,000	VALID
3.	St3	0,949	0,000	VALID
4.	St4	0,938	0,000	VALID
Fasilitas (Facilities)				
1.	F1	0,715	0,000	VALID
2.	F2	0,511	0,000	VALID
Interaksi Terhadap Penonton (Audience Interaction)				
1.	AI1	0,772	0,000	VALID
2.	AI2	0,943	0,000	VALID
3.	AI3	0,922	0,000	VALID
4.	AI4	0,975	0,000	VALID
5.	AI5	0,947	0,000	VALID

Sumber: data kuesioner, diolah

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian validitas terhadap kuesioner yang digunakan mengenai seluruh elemen-elemen *customer satisfaction* pada *live musical performance* pada Soundrenaline 2014, yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS 18 for Windows*. Tabel 8 menunjukkan hasil bahwa pernyataan untuk seluruh faktor *customer satisfaction* pada *live musical performance* pada Soundrenaline 2014 dianggap valid karena tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dilakukan, tahap berikutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner adalah konsisten. Untuk mengukur reliabilitas, digunakan nilai *cronbach's alpha* yang nantinya akan dibandingkan dengan kolom *alpha if item deleted*. Item akan dihapus jika *alpha if item deleted* lebih besar dari *alpha cronbach*. Apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60, maka instrumen dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan software *SPSS 18 for Windows*.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor-faktor *Customer Satisfaction* Pada *Live Musical Performance* Soundrenaline 2014

NO	Faktor	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
1	Kemampuan musikal musisi pada Soundrenaline 2014	0,851	RELIABLE
2	Penampilan musisi pada Soundrenaline 2014	0,743	RELIABLE
3	Sound pada Soundrenaline 2014	0,945	RELIABLE
4	Panggung pada Soundrenaline 2014	0,886	RELIABLE
5	Fasilitas pada Soundrenaline 2014	0,851	RELIABLE
6	Interaksi terhadap penonton pada Soundrenaline 2014	0,934	RELIABLE

Sumber: data kuesioner, diolah

3. Deskripsi Hasil Penelitian

Kuesioner yang disusun dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian yaitu bagian I berisi pertanyaan karakteristik responden yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan terakhir, domisili, pekerjaan, dan genre musik favorit. Bagian II terdiri dari 18 pertanyaan yang mencakup 6 faktor, yaitu :

Kemampuan musikal (2 pernyataan), penampilan musisi (3 pernyataan), sound (2 pernyataan), panggung (4 pernyataan), fasilitas (2 pernyataan), dan interaksi dengan penonton (5 pernyataan). Masing-masing memberikan penilaian antara skala 1 sampai dengan 5 yang dianggap sesuai, dimana masing-masing angka memiliki jarak yang sama antara yang satu dengan yang lain.

Data-data yang ada dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner, dimana sampel yang digunakan adalah sebanyak 200 responden. Hasil penyebaran kuesioner kemudian digunakan untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Penyebaran kuesioner dilakukan pada penunjang Soundrenaline 2014.

4. Pengukuran Faktor *Customer Satisfaction* Pada *Live Musical Performance*

Bagian selanjutnya yakni akan membahas hasil tanggapan responden terhadap kuesioner bagian II yakni bagian pernyataan. Pada bagian ini akan membahas 6 faktor yang menentukan *customer satisfaction* pada *live musical performance* dari pengunjung Soundrenaline 2014 yaitu kemampuan musikal, penampilan musisi, sound, panggung, fasilitas, dan interaksi terhadap penonton. Berdasarkan skala numerik 1 – 5 yang digunakan, maka untuk dapat mengetahui penilaian responden terhadap faktor-faktor *customer satisfaction* pada *live musical performance* Soundrenaline 2014, data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan perhitungan rumus nilai rata-rata (*mean*), dan simpangan baku atau di sebut standar deviasi (*standart deviation*) untuk setiap pernyataan pada tiap faktor yang terdapat dalam *customer satisfaction* pada *live musical performance*.

Dari Tabel 4 dibawah dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata secara keseluruhan jawaban responden mengenai faktor yang menentukan *customer satisfaction* pada *live musical performance* Soundrenaline 2014 adalah nilai total rata-rata sebesar 3.846917 dan nilai standar deviasi sebesar 0.6362. Nilai rata-rata tertinggi adalah faktor Sound dengan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,345 dan nilai standar deviasi sebesar 0.691065. Sedangkan faktor dengan nilai rata-rata terendah sebesar 2,598 dan standar deviasi sebesar 0.59073 yaitu faktor Fasilitas.

Pada faktor kemampuan musikal pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu “Kreativitas musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat kreatif” sebesar 4,515 dengan standart deviasi 0,50103. Sedangkan nilai mean terendah sebesar 3,680 dan standart deviasi 0,62414 yaitu pernyataan “Kemampuan bermusik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik”.

Pada faktor penampilan musisi, pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu “Kostum musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik” sebesar 4,505 dengan standart deviasi 0,50123. Sedangkan nilai mean terendah dari faktor ini sebesar 3,680 dengan standart deviasi 0,62414 yaitu pernyataan “Musisi pada acara SOUNDRENALINE menguasai panggung dengan baik”.

Tabel 4
Tanggapan Responden Terhadap Faktor *Customer Satisfaction* Pada
Live Musical Performance Soundrenaline 2014

	No	Pernyataan	Mean	Std. Deviation
KEMAMPUAN MUSIKAL	1	Kemampuan bermusik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	3,680	0,62414
	2	Kreativitas musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat kreatif	4,515	0,50103
	Rata-rata faktor Kemampuan Musikal		4,0975	0.562585
PENAMPILAN MUSISI	1	Musisi pada acara SOUNDRENALINE menguasai panggung dengan baik	3,680	0,62414
	2	Penampilan fisik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	4,245	0,65354
	3	Kostum musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	4,505	0,50123
	Rata-rata faktor Penampilan Musisi		4,143	0.59297
SOUND	1	Kualitas sound dari acara SOUNDRENALINE sangat baik	4,370	0,70397
	2	Volume sound pada acara SOUNDRENALINE ideal	4,320	0,67816
	Rata-Rata Faktor Sound		4,345	0.691065
PANGGUNG	1	Pencahayaan background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	4,595	0,49212
	2	Dekorasi background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	4,090	0,79059
	3	Pencahayaan panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	3,760	0,71762
	4	Dekorasi panggung pada acara pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	3,685	0,63069
	Rata-rata Faktor Panggung		4,033	0.657755
FASILITAS	1	Suhu udara pada acara SOUNDRENALINE sesuai	3,665	0,65184
	2	Fasilitas parkir kendaraan pada acara SOUNDRENALINE memadai	1,530	0,52962
	Rata-rata Faktor Fasilitas		2,598	0.59073
INTERAKSI TERHADAP PENONTON	1	Penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat padat	4,515	0,50103
	2	Penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat antusias	4,245	0,65354
	3	Penonton pada acara SOUNDRENALINE berperilaku sopan	3,680	0,62414
	4	Lagu pada acara SOUNDRENALINE cukup familiar (hafal lirik/lagu sering terdengar)	3,290	0,85414
	5	Penonton pada acara SOUNDRENALINE memahami makna/arti dari lagu yang dibawakan oleh musisi yang tampil	3,595	0,97763
	Rata-rata Faktor Interaksi Terhadap Penonton		3,865	0.722096
Rata-rata Keseluruhan			3.846917	0.6362

Sumber data: data kuesioner, diolah

Faktor sound, pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu “Kualitas sound dari acara SOUNDRENALINE sangat baik” sebesar 4,370 dengan standart deviasi 0,70397. Sedangkan nilai mean terendah sebesar 4,320 dengan standart deviasi 0,67816 yaitu pernyataan “Volume sound pada acara SOUNDRENALINE ideal”.

Faktor panggung, pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu “Pencahayaannya background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik” sebesar 4,595 dengan standart deviasi 0,49212. Sedangkan nilai mean terendah sebesar 3,685 dengan standart deviasi 0,63069 yaitu pernyataan “Dekorasi panggung pada acara pada acara SOUNDRENALINE sangat baik”.

Faktor fasilitas, pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu “Suhu udara pada acara SOUNDRENALINE sesuai” sebesar 3,665 dengan standart deviasi 0,65184. Sedangkan nilai mean terendah sebesar 1,530 dengan standart deviasi 0,52962 yaitu pernyataan “Fasilitas parkir kendaraan pada acara SOUNDRENALINE memadai”.

Faktor interaksi terhadap penonton, pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu “Penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat padat” sebesar 4,515 dengan standart deviasi 0,50103. Sedangkan nilai mean terendah sebesar 3,290 dengan standart deviasi 0,85414 yaitu pernyataan “Lagu pada acara SOUNDRENALINE cukup familiar (hafal lirik/lagu sering terdengar)”.

5. Analisis Faktor

Tabel 5 menunjukkan bahwa faktor – faktor *customer satisfaction* pada *live musical performance* Soundrenaline 2014 telah memenuhi faktor loading di atas 0,3 sehingga didapatkan faktor 1 yaitu faktor kemampuan musikal dengan 2 item pernyataan yang dapat menjelaskan faktor kemampuan musikal sebesar 1,803 atau 90,142% yaitu kemampuan bermusik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik dan kreativitas musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat kreatif. Faktor 2 faktor penampilan musisi dengan 3 item pernyataan yang dapat menjelaskan faktor penampilan musisi sebesar 1,902 atau 63,391% yaitu musisi pada acara SOUNDRENALINE menguasai panggung dengan baik, penampilan fisik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik, dan kostum musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik. Faktor 3 faktor Sound dengan 2 item pernyataan yang dapat menjelaskan faktor sound sebesar 1,572 atau 78,588% yaitu kualitas sound dari acara SOUNDRENALINE sangat baik dan volume sound pada acara SOUNDRENALINE ideal. Faktor 4 panggung dengan 4 item pernyataan yang dapat menjelaskan faktor panggung sebesar 3,456 atau 86,405% yaitu pencahayaan background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik, dekorasi background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik, pencahayaan panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik, dan dekorasi panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik.

Tabel 5
Analisis Faktor

No	Pernyataan		Faktor 1 Kemampuan Musikal	Fakto2 Penampilan Musisi	Faktor3 Kondisi Sound	Faktor 4 Panggung	Faktor 5 Fasilitas	Faktor 6 Interaksi Terhadap Penonton
1	Kemampuan bermusik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	MA1	0,949					
2	Kreativitas musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat kreatif	MA2	0,949					
3	Musisi pada acara SOUNDRENALINE menguasai panggung dengan baik	MAP1		0.884				
4	Penampilan fisik musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	MAP2		0.878				
5	Kostum musisi pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	MAP3		0.592				
6	Kualitas sound dari acara SOUNDRENALINE sangat baik	S1			0.887			
7	Volume sound pada acara SOUNDRENALINE ideal	S2			0.887			
8	Pencahayaan background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	St1				0.941		
9	Dekorasi background panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	St2				0.852		
10	Pencahayaan panggung pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	St3				0.961		
11	Dekorasi panggung pada acara pada acara SOUNDRENALINE sangat baik	St4				0.959		
12	Suhu udara pada acara SOUNDRENALINE sesuai	F1					0.904	
13	Fasilitas parkir kendaraan pada acara SOUNDRENALINE memadai	F2					0.904	

Tabel 5
Analisis Faktor (Lanjutan)

No	Pernyataan		Faktor 1 Kemampuan Musikal	Fakto2 Penampilan Musisi	Faktor3 Kondisi Sound	Faktor 4 Panggung	Faktor 5 Fasilitas	Faktor 6 Interaksi Terhadap Penonton
14	Penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat padat	A1						0.851
15	Penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat antusias	A2						0.876
16	Penonton pada acara SOUNDRENALINE berperilaku sopan	A3						0.926
17	Lagu pada acara SOUNDRENALINE cukup familiar (hafal lirik/lagu sering terdengar)	A4						0.722
18	Penonton pada acara SOUNDRENALINE memahami makna/arti dari lagu yang dibawakan oleh musisi yang tampil	A5						0.420
Eigenvalue			1.803	1.902	1.572	3.456	1.633	3.048
Variance Explain			90.142	63.391	78.588	86.405	81.666	60.951

Faktor 5 faktor fasilitas dengan 2 item pernyataan yang dapat menjelaskan faktor fasilitas sebesar 1,633 atau 81,666% yaitu suhu udara pada acara SOUNDRENALINE sesuai dan fasilitas parkir kendaraan pada acara SOUNDRENALINE memadai. Faktor 6 faktor interaksi terhadap penonton dengan 5 item pernyataan yang dapat menjelaskan faktor interaksi terhadap penonton sebesar 3,048 atau 60,951% yaitu penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat padat, penonton pada acara SOUNDRENALINE sangat antusias, penonton pada acara SOUNDRENALINE berperilaku sopan, lagu pada acara SOUNDRENALINE cukup familiar (hafal lirik/lagu sering terdengar), dan penonton pada acara SOUNDRENALINE memahami makna/arti dari lagu yang dibawakan oleh musisi yang tampil.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini telah digunakan enam faktor yang menentukan *customer satisfaction* pada *live musical performance* Soundrenaline 2014 Surabaya. Keenam faktor tersebut yaitu kemampuan musikal, penampilan musisi, sound, panggung, fasilitas, dan interaksi terhadap penonton. Berdasarkan tanggapan responden mengenai faktor tersebut, nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,846917. Dapat diartikan bahwa *live musical performance* Soundrenaline 2014 dipersepsikan menampilkan performa pertunjukkan yang baik sehingga penonton puas.

Selanjutnya, berdasarkan nilai rata-rata tiap faktor, sound memiliki rata-rata tertinggi yang berarti sound merupakan faktor yang paling menentukan kepuasan terhadap pertunjukkan musik Soundrenaline 2014. Diikuti oleh penampilan musisi, kemampuan musikal, panggung, interaksi terhadap penonton, dan fasilitas di urutan kedua, ketiga, keempat, kelima, dan keenam.

Pada analisis faktor, 18 item pernyataan seluruhnya menggambarkan masing-masing faktor dengan baik. Namun untuk faktor interaksi terhadap penonton, pernyataan "Penonton pada acara SOUNDRENALINE memahami makna/arti dari lagu yang dibawakan oleh musisi yang tampil" dianggap tidak lebih penting daripada pernyataan lain dalam faktor ini tetapi masih dianggap penting untuk menggambarkan faktor interaksi terhadap penonton.

DAFTAR PUSTAKA

- Fisher, Caroline, Pearson, Michael M, Goolsby, Jerry R & Onken, Marina H (2010). *Developing Measurement Of Success For Performing Musical Groups. Journal Of Services Marketing Vol. 24.*
- Chen, Wen-Chiang, Le, Cheng-Fei, & Lin, Ling-Zhong (2012). *Investigating Factor Affecting Festival Quality : A Case Study Of Neimen Song Jiang Jhen Battle Array, Taiwan. African Journal Of Marketing Manajement Vol, 4(2).*
- Minor, Michael S, Wagner, Tillmann, Brewerton, F.J, & Hausman, Angela (2004). *Rock On! An Elementary Model Of Customer Satisfaction With Live Musical Performances. Journal Of Services Marketing Volume 18.*

Hausman, Angela (2010). *Attribute Satisfaction And Experiential Involvement In Evaluations Of Live Musical Performance: Theory And Managerial Implications For Services*. *Journal Of Retailing And Consumer Services* 18. <http://gov.indonesiakreatif.net/kontribusi-ekonomi-kreatif-indonesia/>, diunduh pada 5 September 2014, pukul 15.10

<http://www.neraca.co.id/article/26550/Industri-Kreatif-RI-Berpotensi-Kuasai-Pasar-Dunia>, diunduh pada 19 September 2014, pukul 15.05

<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/artikel/1406>, diunduh pada 20 September 2014, pukul 12.15

<http://m.bisnis.com/lifestyle/read/20140930/225/261214/-industri-musik-kuasai-85-pasar-industri-kreatif>, diunduh pada 8 Februari 2015, pukul 23.00

<http://www.mobile.koranjakarta.com/?7732kontribusi%20industri%20musik%20terhadap%20pdb%20cukup%20signifikan>, diunduh pada 20 September 2014, pukul 15.10