

Analisis pengaruh musik background terhadap perilaku belanja konsumen pada produk minuman kemasan dengan metode eye-tracking = Analysis of background music effect to consumer shopping behavior at beverage product using eye-tracking method

Andreas Riardi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20311651&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebagian besar toko ritel saat ini menggunakan musik sebagai background toko. Akan tetapi musik yang diputar tidak dimanfaatkan secara maksimal untuk mempengaruhi konsumen. Kurangnya referensi menyebabkan pemakaian musik background kurang efektif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendetail mengenai pengaruh musik. Penelitian ini menggunakan metode eyetracking untuk merekam gerakan mata. Responden diperlihatkan suatu gambar stimulus sama pada kondisi tanpa musik, musik tempo lambat, dan musik tempo cepat dengan menggunakan musik instrument. Hasilnya menunjukkan musik tempo secara signifikan mempengaruhi durasi fiksasi responden pada kategori Brand pada gambar stimulus sedangkan pada kategori Price tidak signifikan.

.....Most of retail stores currently use the music as background of store. But the music that was played was not fully utilized to influence consumers. The lack of reference leads to less effective use of background music. Therefore, more detailed research is needed regarding influence of music. This study used eyetracking method for recording eye movements. Respondents were shown a picture of the same visual stimulus in the three of condition, no music, slower tempo music, faster tempo music using a musical instrument. The result show that the music tempo significantly affect the fixation duration of the respondents in the brand category on the picture while price category was not significant.