# ABSTRAK

Banyak orang tua yang beranggapan bahwa musik itu hanya sekedar pendidikan informal (sekedar penyalur bakat dan minat anak), bukan formal dan mereka juga tidak mempunyai wawasan yang luas tentang dunia musik. Kebanyakan orangtua ingin anaknya berhasil didunia pendidikan formal dan hal inilah yang membuat minat masyarakat/orangtua sedikit untuk mau belajar musik. Tidak adanya wadah atau lapangan pekerjaan yang baik untuk masa depan anaknya yang berhubungan dengan musik. Atau kata lain, tidak adanya jaminan bahwa musisi di Indonesia mendapatkan penghasilan yang layak dari dunia musik, serta harga alat musik yang rata-rata mahal dan hal ini menjadi kendala bagi orangtua yang tidak mampu, Sehingga musik hanya diperuntukkan bagi orangtua yang mampu saja. Apabila anak tersebut mempunyai bakat, maka dapat disalurkan melalui sekolah musik untuk melatih anak tersebut dalam bermusik, salah satunya di Sekolah Musik Yamaha di Surabaya yang akan menjadi objek pada penelitian ini.

Oleh karena itu kebanyakan orang yang ingin belajar musik menginginkan sekolah musik yang banyak cabangnya, dapat dipercaya serta mempunyai reputasi yang baik di bidangnya, salah satunya sekolah musik Yamaha. Adapun sekolah musik Yamaha ini bekerja sama dengan dua sekolah musik ternama yaitu Irama Mas dan Melodia. Khususnya di Surabaya, Sekolah Musik Yamaha pusatnya ada di wilayah selatan jalan Citarum no 10, sedangkan cabangnya ada di wilayah barat, timur, dan tengah. Sehingga Sekolah Musik Yamaha menjadi pilihan yang tepat bagi mereka yang ingin belajar musik. Setelah dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk belajar di Sekolah Musik Yamaha, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa faktor-faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk belajar di Sekolah Musik Yamaha terbukti/diterima.

Dari hasil perhitungan SPSS ver 12.00, diperoleh nilai F test sebesar 20,978 Hasil F test tersebut bila dibandingkan dengan nilai F table untuk N=100 pada tingkat kepercayaan 95% (p+0.05), diperoleh nilai F table lebih besar dari nilai F table (20,978 > 2,53). Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan, baik ditinjau dari *life style*, *comfortable*, dan *prestige*, yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk belajar di Sekolah Musik Yamaha. Dan mengambil taraf signifikansi sebesar 5%, maka nilai t table atau $t_{0.025,\ 5}$= 2,15, maka tidak menolak $H_0$ ($H_o$ diterima) atau dengan kata lain konstanta tidak berpengaruh terhadap model regresi. Dari hasil penelitian ternyata variabel psikologis *prestige* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan konsumen untuk belajar musik di Sekolah Musik Yamaha.