

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik merupakan karya seni yang sudah ada sejak dahulu kala. Perkembangan tren musik dengan popularitas musik yang terus berubah-ubah mempengaruhi pembentukan pola pikir masyarakat terhadap preferensi pilihan musik. Budaya musik mengalami perubahan signifikan setiap tahunnya sehingga perlu dilakukan pemantauan terhadap perkembangan musik serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya untuk melihat perubahan apa saja yang terjadi [1]. Mudah-mudahan akses internet yang tersebar merubah cara penikmat musik untuk mendengarkan musik. Berdasarkan statistik data penggunaan platform musik digital di Indonesia, total pengguna layanan streaming musik mencapai 212,9 juta orang pada 2024 [2]. Ada beberapa aplikasi *Streaming Music Online* yang tersedia gratis maupun berbayar seperti Spotify dan Youtube Music. Perkembangan platform digital untuk musik kemudian memberikan peluang pasar yang sama bagi musik daerah karena mereka dapat juga dinikmati dan diakses oleh *market* yang lebih luas.

Spotify adalah layanan *streaming audio* paling populer dengan 675 juta pengguna dan 263 juta pelanggan pada kuartal keempat tahun 2024 [3]. Spotify menawarkan pengguna akses ke perpustakaan musik digital yang luas secara legal, yang menjadikan Spotify sebagai *platform music streaming* yang digunakan paling banyak saat ini. Sedangkan Youtube Music adalah aplikasi streaming musik yang resmi hadir di Indonesia pada tahun 2018 dibawah naungan Youtube [4]. Berdasarkan statistik pangsa pasar *streaming* musik global pada 2024, mencatat bahwa Youtube Music berada di peringkat kedua dengan 17,6% dengan posisi pertama Spotify 34,64% [5]. Youtube Music menyediakan akses ke katalog musik yang luas, *playlist* yang disesuaikan dan fitur-fitur inovatif. Angka-angka ini menunjukkan pergeseran lebih luas dalam cara masyarakat mengonsumsi dan menghargai musik di era digital. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, memahami dan meningkatkan kepuasan pengguna menjadi sangat krusial. Pengguna yang tidak puas dapat dengan mudah beralih ke layanan pesaing, mengingat rendahnya hambatan untuk berpindah dalam industri ini [6]. Peneliti tertarik untuk mengukur dan membandingkan Spotify dan Youtube Music sebagai objek penelitian perbandingan kepuasan dan loyalitas karena telah menduduki posisi pertama dan kedua dalam pasar streaming musik.

Banyaknya pengguna aplikasi tersebut terdapat berbagai ulasan yang berisi komentar-komentar positif dan kritik terkait aplikasi. Pada sebuah aplikasi, desain adalah hal utama yang disukai oleh pengguna. Kepuasan pengguna memainkan peran utama dalam sebuah aplikasi dalam memikat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, Kepuasan pengguna yang memikat dapat membantu meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi [7]. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengukur dan membandingkan kepuasan pengguna dari kedua aplikasi Spotify dan Youtube Music dengan menggunakan metode penilaian Kepuasan pengguna yang sudah ada. Terdapat banyak metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain *Net Promotore Score (NPS)*, *End-User Computing Satisfaction (EUCS)*, *Customer Satisfaction Score (CSAT)*, dan *Task-Based Testing (Usability Testing)*. Dari metode-metode tersebut peneliti memilih dua dari antaranya yaitu metode *End-User Computing Satisfaction (EUCS)* dan *Net Promotore Score (NPS)*.

End-User Computing Satisfaction (EUCS) adalah alat untuk mengevaluasi keseluruhan sistem informasi yang digunakan oleh pengguna yang berhubungan dengan pengalaman pengguna sistem informasi tersebut. Sebuah metode untuk membandingkan harapan pengguna dan sistem informasi yang sebenarnya untuk menentukan seberapa puas pengguna terhadap aplikasi tersebut [8]. EUCS menilai seberapa baik sistem memenuhi kebutuhan, ekspektasi, dan persepsi pengguna tentang kualitas informasi dan interaksi (*Content, Accuracy, Format, Ease of Use, Timeliness*) [9]. Metode ini telah terbukti efektif dalam berbagai penelitian karena mampu menangkap pengalaman langsung dari pengguna akhir terhadap sistem atau aplikasi yang digunakan [10]. Sedangkan, *Net Promoter Score (NPS)* adalah salah satu metode yang dikembangkan oleh Reichheld untuk melacak loyalitas, keterlibatan, dan antusiasme pengguna. NPS menggunakan metode yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga metode ini banyak digunakan oleh perusahaan untuk mengukur seberapa kuat dan besar suatu merek yang akan direkomendasikan oleh pengguna dibandingkan merek lain yang menjadi indikator penting dari loyalitas dan tingkat kepuasan secara keseluruhan [11]. NPS mengukur tingkat retensi atau maksud pembelian kembali karena metrik ini tidak selalu terkait dengan loyalitas, tetapi dapat didasarkan pada kenyamanan atau kurangnya produk alternatif [10]. Peneliti memanfaatkan perpaduan antara metode EUCS dan NPS yang diharapkan mampu menyajikan pandangan komprehensif terkait tingkat kepuasan pengguna aplikasi Spotify dan Youtube Music serta keterkaitannya dengan loyalitas pengguna.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Ningrat dan Syahriani mengenai aplikasi Alfagift menggunakan metode EUCS dan NPS menemukan bahwa dari lima dimensi dalam model EUCS hanya tiga yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Alfagift, yaitu *Ease of Use*, *Content*, dan *Format*, sedangkan nilai NPS sebesar 42,86% yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna berada dalam kategori promotor, mengindikasikan loyalitas yang kuat [10]. Adapun penelitian lain oleh M. Ferlian Sijadah dan teman-teman mengenai aplikasi Spotify menggunakan metode EUCS menemukan bahwa pengguna merasa puas dengan aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, sebanyak 78,5% pengguna menyatakan kepuasan mereka terhadap Spotify, sementara faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian juga mempengaruhi sisanya [12]. Penelitian lain yang dilakukan oleh Stefanus Francois Saro Harefa dan Christ Rudianto mengenai aplikasi Spotify dan Youtube Music menggunakan metode UEQ menemukan nilai *mean* kedua aplikasi memperoleh hasil positif dengan Spotify memperoleh nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan Youtube Music pada semua skala UEQ [13]. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan penambahan metode NPS untuk mengaitkan antara kepuasan pengguna dengan loyalitas pelanggan. Metode EUCS digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna aplikasi berbasis aspek fungsional (*Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*). Sedangkan NPS digunakan untuk mengukur loyalitas pengguna dengan melihat seberapa besar kemungkinan pengguna akan merekomendasikan aplikasi ke orang lain. Oleh karena itu, penerapan kedua metode ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara kepuasan dan loyalitas pengguna, baik dari aspek fungsional maupun afektif, dalam konteks penggunaan layanan digital aplikasi *streaming* musik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SPOTIFY DAN YOUTUBE MUSIC DI KOTA MEDAN MENGGUNAKAN METODE EUCS DAN NPS”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah dibahas diatas, maka peneliti mendapatkan rumusan masalah yang nantinya akan menjadi poin penting untuk dikaji dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi Spotify?

2. Bagaimana *Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness* mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi Youtube Music?
3. Bagaimana tingkat loyalitas pengguna pada aplikasi Spotify berdasarkan kategori *Promoter, Passive, dan Detractor*?
4. Bagaimana tingkat loyalitas pengguna pada aplikasi Youtube Music berdasarkan kategori *Promoter, Passive, dan Detractor*?
5. Bagaimana perbandingan tingkat kepuasan dengan loyalitas pengguna antara Spotify dan Youtube Music menggunakan Metode EUCS dan NPS?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di tentukan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness* terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Spotify.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness* terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Youtube Music.
3. Untuk mengetahui loyalitas pengguna terhadap Spotify berdasarkan kategori *Promoter, Passive, dan Detractor*.
4. Untuk mengetahui loyalitas pengguna terhadap Youtube Music berdasarkan kategori *Promoter, Passive, dan Detractor*.
5. Untuk menganalisis perbandingan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna dalam menggunakan Spotify dan Youtube Music dengan metode EUCS dan NPS.

1.4 Manfaat

Mengacu pada tujuan penelitian yang telah tercantum diatas, penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat yang telah dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dengan menggunakan metode EUCS dan NPS, hasil penelitian dapat memperluas literatur tentang model evaluasi kepuasan dan loyalitas pengguna pada platform berbasis teknologi informasi.
 - b. Penelitian dapat menjadi referensi empiris dalam pengembangan model pengukuran kualitas layanan digital, terutama yang menggabungkan aspek kepuasan, loyalitas, dan perilaku rekomendasi pengguna.

- c. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi peneliti lain untuk mengembangkan studi perbandingan menggunakan metode EUCS dan NPS
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi mahasiswa
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman praktis mengenai kelebihan dan kekurangan dari Spotify dan Youtube Music berdasarkan kepuasan pengguna.
 - b. Bagi pengembang aplikasi musik
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan empiris mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna yang dapat dijadikan dasar evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan, fitur personalisasi, dan strategi retensi pengguna.
 - c. Bagi akademisi dan praktisi
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan studi kasus tentang penerapan metode EUCS dan NPS untuk mengevaluasi aplikasi digital berbasis pengguna pada platform lain seperti *e-learning* atau *e-commerce*.

1.5 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah aplikasi *mobile* Spotify dan Youtube Music.
2. Metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna adalah *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) serta *Net Promoter Score* (NPS) untuk mengukur loyalitas pengguna.
3. Penelitian dilakukan dengan mengukur 5 variabel dari *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) yaitu *Content, Accuracy, Format, Ease of Use*, dan *Timeliness* serta *Net Promoter Score* (NPS) dengan 3 kategori yaitu *Promoter, Passive*, dan *Detractor*.
4. Penelitian dilakukan menggunakan skala *Likert*.
5. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Medan dengan jumlah sampel sebanyak 385 orang yang hitung menggunakan rumus *Lemeshow* dengan tingkat kesalahan 5%.
6. Teknik pengambilan sampling penelitian ini menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*.

7. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google Form* dengan memanfaatkan alat analisis data untuk pengelolaan data.
8. Untuk pengelolaan data hasil kuesioner dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan menggunakan metode adalah *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Net Promoter Score* (NPS).

