

Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Aplikasi Spotify dan Apple Music Menggunakan Metode User Experience Questionnaire

Tiara Dinda Putri Aryanti¹⁾, Dhamayanti²⁾, Faradillah³⁾

^{1), 2), 3)} Sistem Informasi, Universitas Indo Global Mandiri
Jl. Jend. Sudirman No. 629 Km. 4 Palembang, 30129

Email : dindaya2403@gmail.com ¹⁾, dhamayanti@uigm.ac.id ²⁾, faradilah.hakim@uigm.ac.id ³⁾

ABSTRACT

The development of digital technology has driven the increasing use of music streaming services in Indonesia, with more than half of internet users accessing music online. This indicates that digital music has become one of the primary forms of entertainment, thereby encouraging service providers to continuously improve application quality, particularly in terms of user experience, which plays a crucial role in determining user satisfaction and application success. Spotify and Apple Music, as two popular music streaming platforms, differ in features, interface, and user interaction, which may influence user perceptions. Therefore, a systematic analysis is needed to compare the user experience of both applications as a basis for evaluation and service improvement. This study employs a quantitative comparative approach using the User Experience Questionnaire (UEQ) method. This method was selected because it can comprehensively measure user experience across six main dimensions: Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, and Novelty. UEQ is a standardized instrument that produces valid and reliable data for evaluating user experience quality. The respondents in this study were students of Universitas Indo Global Mandiri who had used both applications for at least one month. Data were collected through questionnaires and analyzed using the UEQ Data Analysis Tool. The results show that Spotify achieved higher mean scores than Apple Music in several dimensions, particularly in attractiveness and efficiency. The difference test results indicate variations in user experience between the two applications. These findings suggest that differences in interface design and feature presentation influence user experience. This study is expected to serve as a reference for application developers to improve user experience quality and better align services with user needs and preferences.

Keywords : User Experience, Spotify, Apple Music, UEQ, Music Streaming Application.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong peningkatan penggunaan layanan streaming musik di Indonesia, lebih dari setengah pengguna internet mengakses musik secara daring. Hal ini menunjukkan bahwa musik digital menjadi salah satu bentuk hiburan utama masyarakat, sehingga mendorong penyedia layanan untuk terus meningkatkan kualitas aplikasi, khususnya dari sisi pengalaman pengguna yang berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan dan keberhasilan suatu aplikasi. Spotify dan Apple Music sebagai dua platform streaming musik populer memiliki perbedaan dalam fitur, antarmuka, serta interaksi pengguna yang berpotensi memengaruhi persepsi pengguna. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang sistematis untuk membandingkan pengalaman pengguna kedua aplikasi sebagai dasar evaluasi dan pengembangan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan metode User Experience Questionnaire (UEQ). Metode ini dipilih karena mampu mengukur pengalaman pengguna secara komprehensif melalui enam dimensi utama yaitu Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty. UEQ merupakan instrumen yang terstandarisasi sehingga dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel dalam mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri yang menggunakan kedua aplikasi minimal selama satu bulan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan UEQ Data Analysis Tool. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Spotify memperoleh nilai rata-rata (mean) yang lebih tinggi dibandingkan Apple Music pada beberapa dimensi, khususnya pada aspek daya tarik dan efisiensi. Hasil uji perbedaan menunjukkan adanya perbedaan nilai antar kedua aplikasi yang mengindikasikan adanya perbedaan pengalaman pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa perbedaan desain antarmuka dan penyajian fitur berpengaruh terhadap pengalaman pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna serta menyesuaikan layanan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

Kata Kunci : Spotify, Apple Music, UEQ, Pengalaman Pengguna, Aplikasi Streaming Musik.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada gaya hidup masyarakat, terutama dalam menjalani berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk cara mereka menikmati hiburan seperti mendengarkan musik. Musik menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di seluruh dunia karena kemampuannya dapat menenangkan jiwa dan pikiran (Alfarisi & Fathoni, 2023). Saat ini, layanan *streaming* musik menjadi pilihan utama karena kemudahan aksesnya, koleksi lagu yang lengkap, dan fitur-fitur personal yang memudahkan pengalaman mendengarkan musik tanpa perlu membeli *CD* dari toko musik.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebesar 221.563.479. Angka ini mewakili sekitar 79,5% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 278.696.200 jiwa (Prasetyo et al., 2024). Berdasarkan survei data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, *YouTube Music* menjadi *platform streaming* musik yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan persentase mencapai 44,18%, *Spotify* di posisi kedua meraih persentase sebesar 17,52%, diikuti oleh *Joox* di peringkat ketiga, dan *Apple Music* berada di posisi keempat dengan persentase 1,63%.

Melihat tingginya minat masyarakat dalam mendengarkan musik secara *online*, berbagai perusahaan penyedia layanan *streaming* musik tentu berupaya meningkatkan kualitas dan fitur aplikasi untuk memberikan kesan pengalaman terbaik bagi para penggunanya.

Spotify dan *Apple Music* adalah aplikasi *streaming* musik resmi yang memungkinkan pengguna menikmati musik daring. *Spotify*, aplikasi *streaming* musik asal Swedia yang diluncurkan pada tahun 2008, menyediakan akses dengan jutaan lagu dari berbagai genre tanpa perlu mengunduh (Anderson & Mutoffar, 2024). *Apple Music* merupakan layanan *streaming* musik resmi yang diperkenalkan oleh *Apple* di tahun 2015, namun, versi gratisnya hanya berlaku selama enam bulan (*trial*), setelah itu pengguna akan dikenakan biaya berlangganan sesuai paket yang dipilih (Pokhrel, 2024).

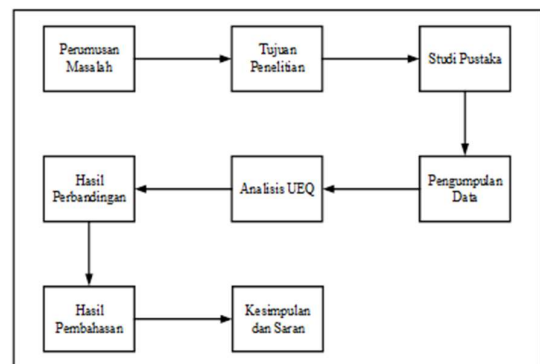
Pengalaman pengguna (*UX*) merupakan faktor penting dalam interaksi antara pengguna dan aplikasi. *UX* mencakup persepsi dan respons emosional pengguna selama penggunaan aplikasi, yang mencakup berbagai aspek, termasuk tingkat kenyamanan, kemudahan akses informasi, kualitas fitur dan fungsionalitas. Fitur-fitur pada aplikasi harus dirancang agar mudah diakses dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna, sehingga memberikan nilai tambah bagi produk (Adawiyah & Oktadini, 2024). Pengalaman pengguna yang optimal merupakan faktor kunci keberhasilan sebuah aplikasi, termasuk aplikasi *streaming* musik. Oleh sebab itu, membandingkan *UX* aplikasi musik digital memainkan peran penting dalam mengukur kepuasan pengguna dan meningkatkan kinerja aplikasi musik digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa serta membandingkan persepsi pengguna terhadap aplikasi *Spotify* dan *Apple Music*, sekaligus mengidentifikasi keunggulan masing-masing aplikasi tersebut.

Dalam studi ini, penulis menggunakan metode penelitian *User Experience Questionnaire (UEQ)* dengan mengukur enam dimensi: daya tarik, persepsi, efisiensi, keandalan, stimulasi, dan kebaruan. Studi ini juga bertujuan agar mendapatkan informasi yang lebih akurat terkait perbandingan antara aplikasi *Spotify* dan *Apple Music* serta mengidentifikasi aspek-aspek yang sudah baik dan yang perlu ditingkatkan untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna di kedua *platform*.

2. Metodologi Penelitian

Studi ini menerapkan metode penelitian komparatif kuantitatif menggunakan instrumen *UEQ* untuk menilai pengalaman pengguna pada *Spotify* dan *Apple Music*. *User Experience Questionnaire (UEQ)* menyediakan alat yang sangat berguna untuk memfasilitasi analisis dan pemrosesan data yang efisien. Alat Analisis Data *UEQ* dikembangkan oleh Dr. Martin Schrepp dan dapat diakses secara gratis melalui situs web <https://www.ueq-online.org/> (Rangkuti, 2022). Dalam studi ini, peneliti menggunakan versi Bahasa Indonesia agar sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh responden.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

1. Perumusan Masalah

Tahap awal analisa ini diawali dengan penentuan masalah terkait maraknya penggunaan layanan *streaming* musik digital, khususnya *Spotify* dan *Apple Music*, yang menjadi dua *platform* paling populer di Indonesia.

2. Tujuan Penelitian

Setelah masalah dirumuskan, maka ditetapkan tujuan penelitian yaitu menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna *Spotify* dan *Apple Music* menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*, serta memberikan rekomendasi pengembangan kualitas *UX* masing-masing aplikasi.

3. Studi Pustaka

Dilakukan penelusuran literatur yang relevan, termasuk teori-teori terkait *user experience*, metode *UEQ*, serta studi terdahulu yang membahas evaluasi *UX* pada aplikasi digital. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat dasar teori dan pendekatan metodologi yang digunakan.

4. Pengumpulan Data

Data diperoleh dengan mendistribusikan Kuesioner Pengalaman Pengguna (*UEQ*) kepada responden yang memenuhi kriteria. Responden diminta untuk mengevaluasi *Spotify* dan *Apple Music* menggunakan skala *UEQ* enam dimensi dengan skala diferensial semantik tujuh poin.

5. Analisis *UEQ*

Data kuesioner dianalisis menggunakan *UEQ Data Analysis Tool* untuk mendapatkan skor rata-rata, deviasi standar, dan profil *UX*. Analisis ini memungkinkan identifikasi aspek pengalaman pengguna yang menonjol dari setiap aplikasi.

6. Hasil Perbandingan

Hasil analisis kemudian dibandingkan untuk melihat aplikasi mana yang memiliki skor lebih tinggi pada masing-masing dimensi *UX*, seperti *Attractiveness*, *Efficiency*, *Dependability*, dan lain-lain.

7. Hasil Pembahasan

Pada tahap ini dilakukan pembahasan secara kritis berdasarkan hasil perbandingan. Peneliti menginterpretasikan mengapa suatu aplikasi unggul dalam aspek tertentu, serta faktor-faktor yang memengaruhinya, baik dari sisi desain, performa, maupun interaksi pengguna.

8. Kesimpulan dan Saran

Tahap akhir adalah menyusun kesimpulan berdasarkan temuan utama dari penelitian. Peneliti juga memberikan saran pengembangan bagi pengelola masing-masing aplikasi agar dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna ke depannya. Guraikan hasil penelitian analisis kualitatif, kuantitatif, Penelitian *R&B* dengan penekanan pada jawaban atas permasalahan.

2.1 Populasi dan Sampel

Dalam suatu penelitian, populasi merujuk pada seluruh elemen yang menjadi objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi atau representasi populasi yang diteliti dan digunakan sebagai sumber data, yang mampu mencerminkan keseluruhan karakteristik populasi tersebut (Asrulla et al., 2023). Berdasarkan kriteria inklusi yang telah ditetapkan, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Universitas Indo Global Mandiri pada semester genap tahun ajaran 2024/2025 yang secara konsisten menggunakan *Spotify* dan *Apple Music* setidaknya selama sebulan terakhir. Total populasi mahasiswa aktif di seluruh fakultas, berdasarkan data terbaru, adalah 3.089, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Tabel Populasi Penelitian

Fakultas	Jumlah Mahasiswa
Ilmu Komputer dan Sains	1.073
Ekonomi	688
Teknik	795
Ilmu Pemerintahan dan Budaya	400
Keguruan dan Ilmu Pendidikan	108
Kedokteran	25
Total Keseluruhan	3.089

Sampel adalah bagian dari populasi beserta karakteristiknya. Sampel adalah sejumlah individu yang dipilih dari suatu populasi dan berfungsi sebagai representasi dari keseluruhan populasi. Sampel yang baik haruslah representatif terhadap populasi yang diwakilinya (Suriani et al., 2023).

Sampel dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin, sehingga setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden. Kriteria partisipan meliputi mahasiswa aktif Universitas Indo Global Mandiri yang telah menggunakan aplikasi *Spotify* dan *Apple Music* setidaknya selama sebulan terakhir dan bersedia mengisi kuesioner *UEQ*. Ukuran sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini ditentukan dari populasi 3.089 mahasiswa menggunakan rumus Slovin, sehingga memungkinkan generalisasi hasil analisis statistik yang valid:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

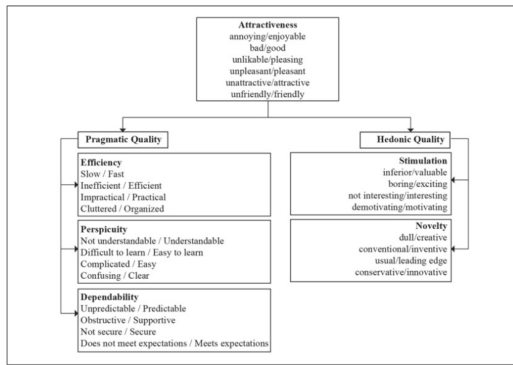
d^2 = Presisi yang ditetapkan 5%

$$\begin{aligned} N &= \frac{N}{N(d)^2 + 1} \\ N &= \frac{3089}{(3089(0.05 \cdot 0.05)) + 1} \\ N &= \frac{3089}{(3089(0.0025)) + 1} \\ N &= \frac{3089}{7.7225 + 1} \\ N &= \frac{3089}{8.7225} \\ N &= 354 \end{aligned}$$

Berdasarkan total populasi sebanyak 3.089 mahasiswa, maka jumlah sampel yang diperlukan diperoleh sebesar 354 responden.

2.2 Pengumpulan Data Menggunakan *UEQ*

Pengukuran *User Experience (UX)* pada aplikasi menjadi lebih mudah menggunakan *UEQ*, sebuah alat atau kuesioner yang dirancang agar efisien. *UEQ* terdiri dari enam skala penilaian: daya tarik, kejelasan, efisiensi, akurasi, stimulasi, dan kebaruan. Keenam skala ini dikelompokkan ke dalam tiga aspek berbeda: daya tarik, kualitas pragmatis, dan kualitas hedonis (Kurniawati & Indah Ratnasari, 2023). Pengumpulan data adalah tahap wajib dalam analisa ini karena menjadi dasar untuk melakukan analisis dan pengambilan kesimpulan. Data yang dikumpulkan mencerminkan persepsi dan pengalaman *user* dalam mengakses aplikasi *Spotify* dan *Apple Music*. Teknik pengumpulan data pada studi ini meliputi beberapa tahap yang dirancang guna memperoleh data primer yang valid dan relevan, menggunakan instrumen yang telah terstandarisasi seperti *UEQ (User Experience Questionnaire)*.



Gambar 2. Struktur Skala UEQ

Attractiveness: Kesan keseluruhan yang terbentuk oleh persepsi pengguna terhadap produk.

Perspicuity: Sejauh mana produk memungkinkan pengguna untuk mengoperasikannya dengan mudah.

Efficiency: Apakah interaksi antara pengguna dan produk cepat dan efektif

Dependability: Sejauh mana pengguna dapat mengendalikan interaksi mereka saat menggunakan produk.

Stimulation: Tingkat kenikmatan dan motivasi yang diperoleh pengguna dari penggunaan produk.

Novelty: Kreativitas dan inovasi produk.

3. Pembahasan

Analisis data pada studi ini sepenuhnya dijalankan dengan memanfaatkan *UEQ Data Analysis Tool*, yaitu perangkat lunak resmi yang disediakan oleh tim pengembang *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Dengan menggunakan *UEQ Tool*, Metode *UEQ* dipilih karena mampu mengukur pengalaman pengguna secara komprehensif. *UEQ* juga merupakan instrumen yang telah terstandarisasi sehingga menghasilkan data yang valid dan reliabel. Selain itu, *UEQ* menyediakan *Data Analysis Tool* yang mempermudah proses analisis data secara cepat dan terukur. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa metode *UEQ* banyak digunakan dalam evaluasi aplikasi *digital* karena mampu memberikan gambaran pengalaman, sehingga sesuai digunakan untuk membandingkan pengalaman pengguna *Spotify* dan *Apple Music*. Penggunaan metode *UEQ* dalam penelitian ini memiliki keunggulan dalam memberikan gambaran objektif melalui enam dimensi yang mencakup aspek pragmatis dan hedonis. Keunggulan metode ini terlihat dari kemampuannya mendeteksi temuan unik pada dimensi *Novelty*, di mana *Apple Music* justru unggul tipis (1,63) dibandingkan *Spotify* (1,33). Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun *Spotify* unggul dalam fungsi harian, *Apple Music* dinilai sedikit lebih dalam hal kebaruan fitur dan inovasi. Temuan ini didukung oleh literatur terkait, seperti penelitian (Janardana, 2025) yang menyatakan bahwa meskipun *Apple Music* memiliki *usability* yang baik, ia masih tertinggal dalam aspek emosional dan estetika desain dibandingkan kompetitornya. Selain itu, rendahnya skor *Novelty* pada

Spotify sejalan dengan temuan (Alfarisi & Fathoni, 2023) yang menunjukkan bahwa *platform streaming* musik yang sudah mapan perlu terus melakukan inovasi fitur untuk menghindari kejenuhan pengguna. Peneliti dapat menghasilkan *output* berupa statistik deskriptif, grafik profil *UX*, dan tabel perbandingan yang terstruktur dan mudah diinterpretasikan.

3.1 Uji Kualitas Data

Uji validitas dan uji reliabilitas akan digunakan sebagai dua tahapan dalam pengujian kualitas data pada penelitian ini.

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi bivariat, yaitu korelasi antara skor setiap butir kuesioner dengan skor total. Apabila setiap butir kuesioner merupakan indikator dari suatu variabel, maka akan memiliki nilai korelasi yang tinggi. Apabila nilai validitas korelasi total butir terkoreksi setiap kuesioner lebih besar dari 0,3, maka butir-butir kuesioner tersebut dinyatakan valid (Purba et al., 2021).

Tabel 2. Uji Validitas Data *Spotify*

No.	Variabel	Indikator	Hasil Uji	Ket
1	Attractiveness	A01	0.703	Valid
2	Attractiveness	A02	0.758	Valid
3	Attractiveness	A03	0.699	Valid
4	Attractiveness	A04	0.783	Valid
5	Attractiveness	A05	0.841	Valid
6	Attractiveness	A06	0.771	Valid
7	Perspicuity	P01	0.720	Valid
8	Perspicuity	P02	0.779	Valid
9	Perspicuity	P03	0.755	Valid
10	Perspicuity	P04	0.816	Valid
11	Efficiency	E01	0.729	Valid
12	Efficiency	E02	0.763	Valid
13	Efficiency	E03	0.805	Valid
14	Efficiency	E04	0.826	Valid
15	Dependability	D01	0.790	Valid
16	Dependability	D02	0.622	Valid
17	Dependability	D03	0.822	Valid
18	Dependability	D04	0.806	Valid
19	Stimulation	S01	0.796	Valid
20	Stimulation	S02	0.715	Valid
21	Stimulation	S03	0.731	Valid
22	Stimulation	S04	0.787	Valid
23	Novelty	N01	0.638	Valid
24	Novelty	N02	0.668	Valid
25	Novelty	N03	0.579	Valid
26	Novelty	N04	0.664	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Data *Apple Music*

No.	Variabel	Indikator	Hasil Uji	Ket
1	Attractiveness	A01	0.710	Valid
2	Attractiveness	A02	0.657	Valid
3	Attractiveness	A03	0.703	Valid

No.	Variabel	Indikator	Hasil Uji	Ket
4	<i>Attractiveness</i>	A04	0.724	Valid
5	<i>Attractiveness</i>	A05	0.717	Valid
6	<i>Attractiveness</i>	A06	0.674	Valid
7	<i>Perspiciuity</i>	P01	0.670	Valid
8	<i>Perspiciuity</i>	P02	0.715	Valid
9	<i>Perspiciuity</i>	P03	0.541	Valid
10	<i>Perspiciuity</i>	P04	0.795	Valid
11	<i>Efficiency</i>	E01	0.674	Valid
12	<i>Efficiency</i>	E02	0.731	Valid
13	<i>Efficiency</i>	E03	0.723	Valid
14	<i>Efficiency</i>	E04	0.693	Valid
15	<i>Dependability</i>	D01	0.753	Valid
16	<i>Dependability</i>	D02	0.624	Valid
17	<i>Dependability</i>	D03	0.665	Valid
18	<i>Dependability</i>	D04	0.758	Valid
19	<i>Stimulation</i>	S01	0.581	Valid
20	<i>Stimulation</i>	S02	0.751	Valid
21	<i>Stimulation</i>	S03	0.709	Valid
22	<i>Stimulation</i>	S04	0.720	Valid
23	<i>Novelty</i>	N01	0.654	Valid
24	<i>Novelty</i>	N02	0.637	Valid
25	<i>Novelty</i>	N03	0.502	Valid
26	<i>Novelty</i>	N04	0.640	Valid

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian adalah uji yang digunakan untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan dikatakan reliabel atau tidak. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika suatu variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* >0,60, dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel atau konsisten dalam pengukurannya (Rosita et al., 2021).

Tabel 4. Uji Reliabilitas Data *Spotify*

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.922	26

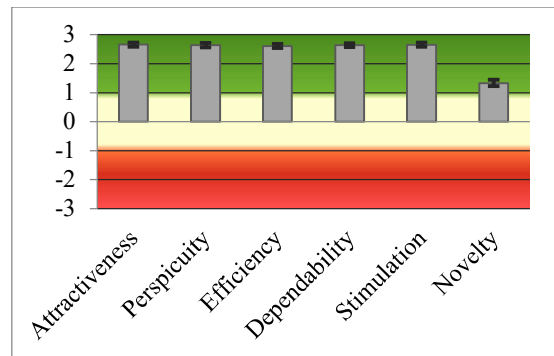
Tabel 5. Uji Reliabilitas Data *Apple Music*

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.904	26

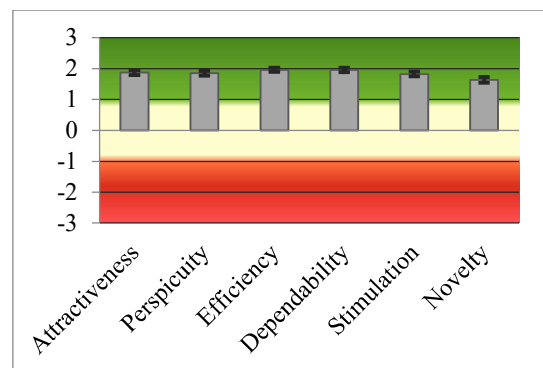
3.2 Hasil Analisis Data

Pada bagian ini dimaksudkan untuk menjelaskan hasil analisis deskriptif *User Experience Questionnaire (UEQ)* pada aplikasi *Spotify*. Data yang diperoleh dianalisis dengan *UEQ Data Analysis Tool* untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*) serta variansi setiap item, kemudian dikelompokkan ke dalam enam dimensi utama UX. Penyusunan hasil ini berguna untuk memahami sejauh mana pengguna *Spotify* menilai kualitas pengalaman penggunaan aplikasi tersebut secara kuantitatif.



Gambar 3. Grafik Statistik Deskriptif *Spotify*

Terlihat bahwa hampir seluruh dimensi memperoleh skor rata-rata di atas 2.6, menunjukkan penilaian yang sangat positif dari pengguna. Dimensi *Attractiveness* memiliki *mean* 2.651 dengan variansi 0.44, menandakan tampilan dan daya tarik *Spotify* dianggap sangat memuaskan. *Efficiency* (*mean* 2.606) dan *Dependability* (*mean* 2.636) juga memperlihatkan bahwa *Spotify* dinilai efisien dan dapat diandalkan untuk aktivitas mendengarkan musik.

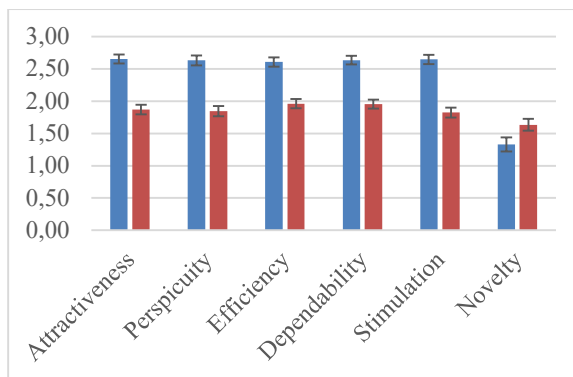


Gambar 4. Grafik Statistik Deskriptif *Apple Music*

Berdasarkan hasil rekapitulasi, dimensi *Efficiency* memperoleh rata-rata tertinggi dengan *mean* sebesar 1.961 dan variansi 0.46, diikuti oleh *Dependability* dengan *mean* 1.956 dan variansi 0.44. Hal ini menegaskan bahwa pengguna *Apple Music* merasa aplikasi ini cukup efektif dan dapat diandalkan dalam mendukung aktivitas mendengarkan musik sehari-hari.

3.3 Hasil Perbandingan

Perbandingan kualitas pengalaman pengguna antara aplikasi *Spotify* dan *Apple Music* dilakukan dengan menggunakan bantuan *UEQ Compare Product Tools v4*. Analisis ini menitikberatkan pada nilai rata-rata persepsi (*Scale Mean*) di setiap dimensi *User Experience Questionnaire (UEQ)* serta pengujian signifikansi perbedaan melalui uji *T-Test*. Melalui pendekatan ini, dapat diketahui dimensi mana saja yang memiliki perbedaan persepsi signifikan di antara kedua aplikasi.



Gambar 5. Hasil Perbandingan Scale Mean

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (*mean*) pada setiap dimensi *UEQ* menunjukkan perbedaan persepsi yang cukup mencolok antara *Spotify* dan *Apple Music*. Secara umum, *Spotify* memperoleh nilai rata-rata yang lebih tinggi pada hampir semua dimensi, dibandingkan *Apple Music* yang rata-ratanya berkisar antara 1,82 hingga 1,96. Hanya pada dimensi *Novelty* *Apple Music* menunjukkan skor sedikit lebih tinggi (1,63) dibandingkan *Spotify* (1,33).

Tabel 6. Hasil Perbandingan T-Test

Dimensi	P-value	Keterangan
Attractiveness	0.0000	Significant Difference
Perspicuity	0.0000	Significant Difference
Efficiency	0.0000	Significant Difference
Dependability	0.0000	Significant Difference
Stimulation	0.0000	Significant Difference
Novelty	0.0000	Significant Difference

Hasil uji *T-Test* menunjukkan bahwa keenam dimensi *UEQ*, yaitu *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*, memiliki nilai *p-value* sebesar 0,0000. Nilai ini berada jauh di bawah batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara persepsi pengguna terhadap *Spotify* dan *Apple Music* pada semua dimensi yang diuji.

4. Kesimpulan

Berdasarkan temuan data, pembahasan, dan perbandingan menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*, penelitian ini mampu

menghasilkan pemahaman yang mendalam terkait bagaimana pengalaman pengguna dibentuk oleh fitur, kemudahan, keandalan, dan daya tarik dari dua layanan *streaming* musik populer, yaitu *Spotify* dan *Apple Music*. Temuan menunjukkan adanya perbedaan signifikan yang dapat dijadikan dasar evaluasi bagi pengembang dalam meningkatkan kualitas produk digital serupa.

1. *Spotify* memiliki keunggulan signifikan pada lima dari enam dimensi *UEQ* (*Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, dan *Stimulation*) dibandingkan *Apple Music*.
2. *Spotify* unggul secara signifikan dalam aspek *Attractiveness* (2,65), *Perspicuity* (2,63), *Efficiency* (2,61), *Dependability* (2,64), dan *Stimulation* (2,65). Hal ini menunjukkan *Spotify* lebih mampu memberikan pengalaman yang praktis, andal, dan menyenangkan bagi penggunanya. *Apple Music* hanya unggul pada dimensi *Novelty* dengan skor (1,63) dibandingkan *Spotify* (1,33). Ini menandakan pengguna mempersepsikan *Apple Music* memiliki unsur kebaruan atau inovasi yang sedikit lebih baik.
3. Perbedaan signifikan yang ditemukan melalui uji *T-Test* ($p < 0,05$), mendukung validitas hasil dan menunjukkan bahwa faktor pengalaman pengguna patut menjadi fokus pengembangan produk di industri layanan *streaming* musik.

Merujuk pada hasil dan kesimpulan penelitian, saran-saran berikut diharapkan dapat menjadi masukan praktis bagi pengembang aplikasi maupun peneliti di bidang *User Experience*. Saran ini juga penting agar pengembangan aplikasi serupa lebih adaptif terhadap kebutuhan dan preferensi pengguna di masa depan.

1. *Spotify* Meskipun unggul secara keseluruhan, *Spotify* perlu meningkatkan inovasi yang benar-benar baru (*Novelty*) untuk menghindari kejenuhan pengguna, mengingat dimensi ini merupakan yang terendah dalam penilaian mereka dan disarankan mempertahankan keunggulan *UX*-nya dengan terus memperbaharui antarmuka dan keandalan layanan agar keunggulan kompetitif tetap terjaga.
2. *Apple Music* Perlu melakukan penyederhanaan antarmuka (*interface*) untuk meningkatkan skor *Perspicuity* dan *Efficiency* agar pengguna dapat menavigasi aplikasi dengan lebih cepat dan mudah, mengingat skor pada aspek ini masih tertinggal jauh dari *Spotify*.
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas jangkauan responden ke berbagai kelompok usia dan profesi guna meningkatkan validitas eksternal.

Daftar Pustaka

- Adawiyah, R., & Oktadini, N. R. (2024). Analisis Komparasi User Experience Pada Aplikasi OVO dan DANA dengan Metode User Experience

- Questionnaire. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(3), 829–840.
<https://doi.org/10.47065/josh.v5i3.5098>
- Alfarisi, G. K., & Fathoni, M. Y. (2023). Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Streaming Music Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 27(2), 58–66.
<http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Anderson, F. A., & Mutoffar, M. M. (2024). Tinjauan Pustaka: Penerapan Teknologi Artificial Intelligence Pada Fitur “Made For You” Aplikasi Spotify. *INTEK: Jurnal Informatika Dan Teknologi Informasi*, 7(1), 41–46.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Janardana, I. K. R. (2025). Analisis Usability Dan User Experience Aplikasi Spotify Dengan Metode System Usability Scale Dan Ueq. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(2), 1495–1503.
<https://doi.org/10.23960/jitet.v13i2.6442>
- Kurniawati, E., & Indah Ratnasari, C. (2023). Pengujian Pengalaman Pengguna (User Experience) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ): Studi Kasus Pada Website Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. *Journal Portal - Universitas Islam Indonesia*, 4, 63–72. www.fit.uui.ac.id.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Faarhat, & Albani, F. R. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 2(1), 65–71.
<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Rangkuti, N. A. (2022). *Nur Anisah Rangkuti-Fst*.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279.
<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>