

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI *SPOTIFY* MENGUNAKAN METODE PENGUKURAN KINERJA *END-USER* *COMPUTING SATISFACTION (EUCS)*

Citra Fratiwi Mooduto¹, Muhammad Zulfikar Pratama Hasan², Raya Rizali Mutawakkil Mantau³, La Ode Ferdi⁴, Muhammad Rifai Katili⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Gorontalo

Jl. Jenderal Sudirman No. 6, Kelurahan Dulalowo Timur, Kecamatan Kota Tengah, Kota Gorontalo, Indonesia

e-mail: ¹citra_s1sisfo@mahasiswa.ung.ac.id, ²muhammad8_s1sisfo@mahasiswa.ung.ac.id,

³raya_s1sisfo@mahasiswa.ung.ac.id, ⁴la_s1sisfo@mahasiswa.ung.ac.id, ⁵mrifaikatili@ung.ac.id

Abstrak - Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan pengguna Aplikasi *Spotify* menggunakan kerangka *End-User Computing Satisfaction (EUCS)*. Metode survei kuantitatif diterapkan dengan melibatkan pengguna *Spotify* umum. Model EUCS diuji melalui lima dimensi: *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*. Hasil analisis struktural (PLS-SEM) menunjukkan bahwa seluruh dimensi tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, dengan Koefisien Determinasi (R^2) sangat kuat sebesar 0.955. Secara parsial, semua dimensi juga terbukti signifikan. Temuan utama menunjukkan bahwa *Timeliness* merupakan prediktor paling dominan, menekankan pentingnya kecepatan *loading*, respon sistem, dan minimnya *buffering* dalam pengalaman *streaming*. Implikasi penelitian merekomendasikan pengembang *Spotify* untuk memprioritaskan peningkatan infrastruktur demi layanan *real-time* yang cepat, serta tetap menjaga akurasi rekomendasi dan kemudahan navigasi.

Kata Kunci : *Spotify*, Kepuasan Pengguna, *End-User Computing Satisfaction*

Abstracts - This study aims to analyze user satisfaction with the *Spotify* application using the *End-User Computing Satisfaction (EUCS)* framework. A quantitative survey method was employed involving general *Spotify* users. The EUCS model was tested across five dimensions: *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, and *Timeliness*. Structural model analysis (PLS-SEM) shows that all dimensions simultaneously have a positive and significant effect on User Satisfaction, with a very strong Coefficient of Determination (R^2) of 0.955. Individually, each dimension also demonstrates a significant influence. The findings highlight *Timeliness* as the most dominant predictor, emphasizing the importance of loading speed, system responsiveness, and minimal buffering in creating a satisfying streaming experience. The study recommends that *Spotify* developers prioritize infrastructure improvements to ensure fast real-time performance while maintaining recommendation Accuracy and intuitive navigation.

Keywords : *Spotify*, User Satisfaction, *End-User Computing Satisfaction*

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, tuntutan kerja, persoalan rumah tangga, atau informasi yang beredar di media menjadi salah satu pemicu stres dan menimbulkan ketegangan pada semua kalangan. Hiburan adalah cara yang ampuh sebagai penangkal stres. Sejalan dengan perkembangan zaman, hiburan tidak lagi berupa hiburan mahal atau bepergian untuk mencari kesenangan. Melalui perangkat seluler, menjadikannya opsi yang jauh lebih hemat dan praktis. Hiburan yang dapat diakses dengan gadget dan internet antara lain film, game, musik, dan lainnya (Tri Wulandari et al., 2025). Dalam era digital yang didominasi oleh teknologi *streaming*, aplikasi penyedia layanan musik telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Saat ini, *Spotify* diidentifikasi sebagai raksasa di sektor *streaming* yang menyediakan layanan *streaming* music, musik digital, *podcast*, dan layanan video terkemuka yang menghubungkan pengguna dengan jutaan *track* dan konten beragam dari kreator di seluruh penjuru dunia (Sijadah et al., 2023). *Spotify*, sebagai salah satu *platform* terbesar dan paling berpengaruh secara global, menawarkan akses ke jutaan lagu, *podcast*, dan konten audio lainnya. Dominasi pasar dan interaksi yang intens dengan pengguna menjadikannya subjek yang krusial untuk dievaluasi. Tingkat kepuasan pengguna



merupakan indikator kunci keberhasilan dan daya saing *platform* digital seperti aplikasi *Spotify*, karena secara langsung memengaruhi loyalitas pelanggan dan pertumbuhan basis pengguna. Di tengah ekspansi bisnis yang cepat, *platform streaming* musik seperti *Spotify* menghadapi berbagai hambatan. Isu utama yang mereka hadapi adalah persaingan industri dan pemenuhan ekspektasi para pengguna. Ramainya sektor *streaming* musik, ditandai dengan masuknya kompetitor kuat seperti *Apple Music*, *Amazon Music*, dan *YouTube Music*, telah memaksa *Spotify* untuk berkreasi dan menaikkan standar kualitas layanannya (Rama, 2024). Mengingat kondisi pasar yang sangat kompetitif, menguasai dan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama. Mengingat minimnya kendala untuk berganti penyedia layanan dalam sektor ini, pengguna yang merasa tidak puas cenderung dengan cepat berpindah ke kompetitor lain. Dengan demikian, pengukuran terhadap elemen-elemen yang memengaruhi kepuasan pengguna menjadi esensial untuk menjamin kualitas layanan aplikasi.

Dalam konteks layanan *streaming* musik, mengukur dan menganalisis kepuasan pengguna menjadi esensial untuk menjaga daya saing dan loyalitas pelanggan. Tingginya intensitas persaingan dan kemudahan pengguna beralih ke layanan kompetitor menuntut platform untuk tidak hanya menyediakan konten yang kaya, tetapi juga pengalaman pengguna yang optimal. Oleh karena itu, analisis kepuasan pengguna muncul sebagai proses suatu penyelidikan atau pencarian mengenai apa saja yang berhubungan atau berkaitan dengan kepuasan pengguna dengan mencari apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna (Rahmatulloh, 2024). Untuk mencapai pemahaman yang komprehensif mengenai persepsi pengguna terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh platform digital seperti *Spotify*, diperlukan suatu model atau kerangka pengukuran yang terstruktur dan valid secara akademis. Salah satu kerangka yang relevan dan sering digunakan dalam evaluasi sistem informasi dan komputasi pengguna akhir adalah *End-User Computing Satisfaction* (EUCS). Model EUCS dikembangkan untuk menilai tingkat kepuasan pengguna akhir terhadap sistem komputasi yang mereka gunakan secara langsung (Pibriana & Fitriyani, 2022). Terdapat 5 variabel dalam model EUCS yakni *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*, dimana variabel-variabel ini akan diukur tingkat pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Spotify*.

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai sekumpulan subjek dengan karakteristik seragam, yang berfungsi sebagai landasan utama untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian (Subhaktiyasa, 2024). Definisi tersebut menyoroti perlunya memberi perhatian pada tiga komponen dalam riset, yaitu subjek (siapa), objek (apa), dan lokasi (di mana) studi dilakukan. Dalam penelitian kuantitatif, fokus utama adalah generalisasi hasil, sedangkan penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman mendalam (Borgstede & Scholz, 2021). Walaupun kedua pendekatan ini memiliki target yang identik, yaitu menghasilkan pengetahuan yang valid, perbedaan utamanya terletak pada definisi dan penggunaan konsep populasi secara fundamental. Populasi yang dijadikan fokus dalam studi ini didefinisikan sebagai keseluruhan individu yang memenuhi kriteria telah memiliki dan/atau pernah mengakses layanan aplikasi *Spotify* pada perangkat seluler atau *desktop*. Dengan sifatnya yang tidak terbatas dan tidak terstruktur (tersebar secara umum di masyarakat dan tidak terikat pada wilayah atau organisasi tertentu), populasi ini bersifat tidak terhingga (*infinite population*). Adapun kriteria spesifik untuk menjadi populasi target antara lain, individu yang merupakan pengguna aktif aplikasi *Spotify* (baik versi gratis maupun premium) dan individu yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi *Spotify* agar dapat memberikan penilaian yang valid dan reliabel terhadap dimensi *End-User Computing Satisfaction* (EUCS).

b. Sampel

Secara umum, konsep sampel dalam studi kuantitatif maupun kualitatif bisa diartikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih dengan prosedur sistematis untuk dianalisis. Populasi seringkali terlalu kompleks atau sulit dijangkau secara menyeluruh. Oleh sebab itu, peneliti mengambil sebagian kecil dari populasi (sampel) yang mampu merepresentasikan sifat-sifat dari populasi utamanya. Keputusan untuk mengambil sampel didorong oleh berbagai faktor, tidak hanya pembatasan biaya, durasi dan tenaga, tetapi juga oleh ukuran populasi yang masif, sifat homogen dari elemen populasi, serta perlunya deskripsi populasi yang tepat melalui sampel yang dipilih. Ini menegaskan sampel menjadi elemen penting dalam penelitian, memungkinkan peneliti untuk membuat inferensi yang valid (Subhaktiyasa, 2024). Oleh karena jumlah populasi penelitian tidak terukur dan tidak teridentifikasi secara jelas, maka penarikan sampelnya menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*. Secara spesifik, digunakan *Purposive Sampling* (pemilihan sampel yang didasarkan pada target atau kriteria tertentu). Unit analisis yang dijadikan sampel adalah pengguna *Spotify* yang memenuhi kriteria sebagai berikut, merupakan pengguna aplikasi *Spotify* dan bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan studi survei dengan pendekatan kuantitatif. Mengingat objek penelitian adalah pengguna aplikasi digital (*Spotify*) yang tidak terikat pada lokasi fisik tunggal, maka lokasi penelitian ini bersifat virtual (*online*). Peneliti menyalurkan kuesioner melalui form digital (*Google Form*) yang dapat diakses oleh populasi target di berbagai wilayah. Lokasi responden penelitian mencakup pengguna aplikasi *Spotify* yang berada di wilayah Gorontalo dan memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan. Hal ini memungkinkan penelitian mendapatkan data yang representatif dari pengguna umum.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam periode Oktober sampai dengan Desember tahun 2025. Dengan rincian jadwal kegiatan penelitian yang dilakukan secara bertahap. Tahap awal meliputi penyusunan instrumen pada awal bulan Oktober. Setelah instrumen ditetapkan, tahap pengumpulan data (penyebaran kuesioner) dilaksanakan dari pertengahan bulan Oktober. Tahap terakhir adalah analisis data dan penyusunan laporan yang akan dilakukan pada akhir bulan Oktober sampai dengan akhir semester ganjil yaitu bulan Desember.

3. Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data serta Instrumen Penelitian

a. Sumber Data

Data yang digunakan dalam studi ini merupakan data primer yang didapatkan dan dicatat secara langsung dari responden. Data primer ini berupa tanggapan (*respons*) responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner mengenai kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi *Spotify*.

b. Teknik Pengumpulan Data

Data harus dikumpulkan dengan standar yang terukur dan dengan strategi yang tepat. Kegagalan dalam proses pengumpulan data akan menimbulkan masalah dalam analisis, yang akan mempersulit tahap analisis dan menyebabkan kesimpulan akhir yang meragukan (Widodo et al., 2023). Metode utama yang dipilih untuk mengumpulkan data adalah survei, dengan memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen pengukurannya. Kuesioner didistribusikan secara daring (*online*) menggunakan *platform Google Forms*. Pengumpulan data secara daring dipilih untuk menjangkau populasi pengguna *Spotify* yang tersebar luas (*sampling convenience*) serta untuk mempermudah proses pengumpulan data kuantitatif dari sampel yang tidak terhitung.

c. Instrumen Penelitian

Instrumen sebuah penelitian digunakan sebagai sarana untuk menampung dan mengolah berbagai data yang telah dikumpulkan untuk kegiatan penelitian (Rizkia et al., 2022). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah terstruktur sebagai instrumen primer untuk mengukur variabel-variabel studi, dengan menerapkan Skala *Likert 4 Poin*. Penerapan skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan derajat persetujuan mereka terhadap setiap butir pernyataan, mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (4). Penyusunan instrumen ini didasarkan pada dimensi-dimensi model *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh, di mana setiap dimensi diterjemahkan menjadi beberapa indikator (pernyataan) yang disesuaikan dengan konteks penggunaan aplikasi *Spotify*. Adapun indikator yang diukur meliputi:

1. *Content* (Isi/Konten): Mengukur relevansi, kelengkapan katalog musik dan *podcast*, serta fitur personalisasi.
2. *Accuracy* (Akurasi): Mengukur keakuratan informasi (metadata) dan kualitas rekomendasi.
3. *Format* (*Format*): Mengukur kualitas desain, tata letak, dan tampilan visual aplikasi (*User Interface/UI*).
4. *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan): Mengukur kemudahan navigasi, pencarian, dan penggunaan fitur secara keseluruhan (*User Experience/UX*).
5. *Timeliness* (Ketepatan Waktu): Mengukur kecepatan *loading*, respon sistem, dan ketersediaan konten baru.

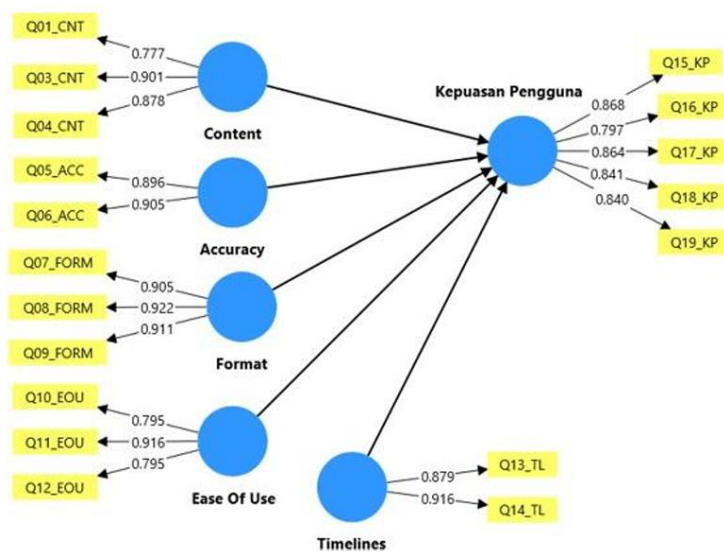
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Kunci keberhasilan penelitian terletak pada validitas. Sebuah penelitian akan dianggap tidak memiliki kualitas atau nilai jika ada bagian yang tidak valid. Hal ini menyiratkan bahwa instrumen yang dianggap valid memiliki validitas yang kuat, dan sebaliknya, instrumen yang lemah kevaliditasannya berarti memiliki validitas yang rendah (Muin, 2023). Sedangkan reliabilitas adalah seberapa jauh instrumen penelitian mampu menjamin data yang diperoleh tetap stabil dan konsisten meskipun pengukurannya dilakukan secara berulang di bawah kondisi yang serupa.

a. Pengujian Validitas

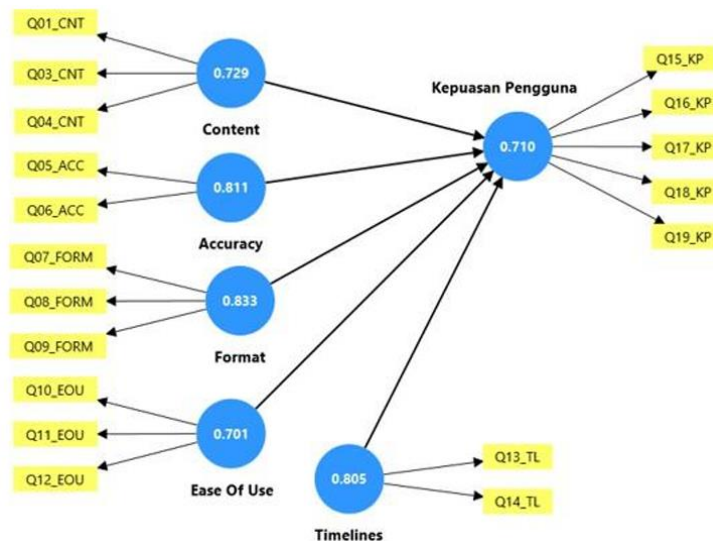
1) Validitas Konvergen



Gambar 1. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan untuk memastikan setiap indikator yang digunakan mampu mencerminkan variabel yang diwakilinya secara baik. Hasil *outer loading* menunjukkan semua indikator memiliki nilai di atas 0,7. Indikator bisa dibilang valid jika nilai *loading*-nya $\geq 0,7$. jadi dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan pada instrumen penelitian valid dalam mengukur konstruk variabel seperti *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, *Timeliness*, dan *Kepuasan Pengguna*.

2) Validitas Diskriminan



Gambar 2. Validitas Diskriminan

Untuk menilai validitas diskriminan, digunakanlah *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai ini menunjukkan seberapa efektif sebuah konstruk dapat menerangkan varians dari indikator-indikator pembentuknya. Suatu variabel dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan apabila memiliki nilai AVE di atas 0,50. Berdasarkan hasil perhitungan, seluruh variabel pada penelitian ini memiliki nilai AVE yang melebihi batas tersebut yaitu *Accuracy* (0.811), *Content* (0.619), *Ease of Use* (0.701), *Format* (0.833), *Kepuasan Pengguna* (0.710), dan *Timeliness* (0.805). Jika nilai AVE $\geq 0,50$ berarti konstruk sudah memenuhi syarat validitas diskriminan, Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua indikator terbukti mampu mewakili konstruknya masing-masing secara efektif dan tepat sehingga instrumen penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan secara keseluruhan.

b. Pengujian Reliabilitas

Tabel 1. Pengujian Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
<i>Accuracy</i>	0.766	0.895
<i>Content</i>	0.812	0.889
<i>Ease of Use</i>	0.784	0.875
<i>Format</i>	0.900	0.937
<i>Kepuasan Pengguna</i>	0.897	0.924
<i>Timeliness</i>	0.760	0.892

Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas batas minimal yang disyaratkan (0,7). Ini membuktikan bahwa instrumen penelitian mempunyai konsistensi internal yang baik, sehingga jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya dan dapat secara stabil mencerminkan variabel yang diukur. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang melebihi 0,70 menunjukkan bahwa konstruk dalam model dapat dikatakan reliabel, artinya instrumen penelitian ini dapat dipercaya untuk mengukur konstruk-konstruk yang diteliti secara konsisten. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel dalam studi ini memiliki tingkat konsistensi (reliabilitas) yang cukup. Kondisi tersebut memungkinkan variabel-variabel tersebut tepat untuk digunakan dalam pengujian model struktural pada tahapan berikutnya.

2. Hasil Pengujian Deskriptif

Tabel 2. Pengujian Deskriptif

	N	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>
<i>Content</i>	60	1.00	4.00	3.2042	.50734
<i>Accuracy</i>	60	1.00	4.00	3.1000	.52722
<i>Format</i>	60	1.00	4.00	3.1611	.50044
<i>Ease_of_Use</i>	60	1.00	4.00	3.2444	.52746
<i>Timeliness</i>	60	1.00	4.00	2.9917	.49993

Kepuasan_Pengguna	60	1.00	4.00	3.2100	.45759
Valid N (<i>listwise</i>)	60				

Berdasarkan dari hasil analisis statistik deskriptif yang melibatkan 60 responden, dapat disimpulkan bahwa secara umum, pengguna aplikasi *Spotify* berada pada kategori persetujuan yang positif. Rata-rata keseluruhan variabel dependen, Kepuasan Pengguna, berada pada skor 3,2100. Nilai ini menunjukkan bahwa pengguna secara umum menyatakan setuju atau puas terhadap pengalaman mereka menggunakan aplikasi. Analisis terhadap variabel independen menunjukkan bahwa seluruh dimensi *End User Computing Satisfaction* (EUCS) juga berada pada rentang persetujuan yang baik. Dimensi dengan skor rata-rata tertinggi adalah *Ease of Use* (3,2444), mengindikasikan bahwa pengguna sangat menghargai kemudahan navigasi dan pengoperasian fitur *Spotify*. Sementara itu, dimensi *Content* (3,2042) dan *Format* (3,1611) juga mendapat penilaian tinggi, menegaskan bahwa kelengkapan katalog dan tampilan visual yang menarik menjadi faktor kepuasan yang signifikan. Meskipun semua dimensi berada di atas skor rata-rata 3.00, dimensi *Timeliness* (2,9917) memiliki skor terendah di antara variabel EUCS lainnya. Hal ini mengisyaratkan bahwa, meskipun berpengaruh positif, terdapat sedikit ruang untuk perbaikan terkait kecepatan *loading* atau respon sistem agar mencapai tingkat kepuasan tertinggi, terutama mengingat temuan hipotesis (*Inner Model*) bahwa *Timeliness* adalah prediktor yang paling dominan.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

Proses pengujian sebuah teori berlandaskan pada asumsi yang telah dikembangkan sebelumnya yang biasanya bersumber dari tinjauan literatur yang tersedia. Asumsi inilah yang sering disebut hipotesis penelitian. Hipotesis juga dapat didefinisikan sebagai pernyataan dugaan yang kebenarannya masih harus diverifikasi melalui pembuktian (Akbar et al., 2023).

Tabel 3. Pengujian Hipotesis

	T Statistics/ T Value	P Values
<i>Content</i> -> Kepuasan Pengguna	8.508	0.000
<i>Accuracy</i> -> Kepuasan Pengguna	7.547	0.000
<i>Format</i> -> Kepuasan Pengguna	7.584	0.000
<i>Ease of Use</i> -> Kepuasan Pengguna	7.305	0.000
<i>Timeliness</i> -> Kepuasan Pengguna	9.328	0.000

Nilai *T-Statistic* > 1.96 → Hipotesis alternatif diterima Nilai *P-Value* < 0.05 → Hipotesis alternatif diterima Uji hipotesis dilakukan agar bisa mengetahui pengaruh antar konstruk laten dalam model struktural. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistic* dan *p-value* dari masing-masing jalur hubungan (*path*) antar variabel. Suatu hubungan akan dianggap signifikan apabila nilai *T-Statistic* > 1,96 pada tingkat signifikansi 5% (*p-value* < 0,05). Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan dalam tabel pengujian *inner model*, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Content* → Kepuasan Pengguna memiliki nilai *T-Statistic* sebesar 8.508 dan *p-value* = 0.000, yang berarti signifikan. Ini menunjukkan bahwa kualitas konten pada *Spotify* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna.
- Accuracy* → Kepuasan Pengguna, dengan *T-Statistic* sebesar 7.547 dan *p-value* = 0.000, hubungan ini signifikan. Artinya, keakuratan informasi dan rekomendasi musik dalam aplikasi memberikan kontribusi nyata terhadap meningkatnya kepuasan pengguna.
- Format* → Kepuasan Pengguna, jalur ini memiliki *T-Statistic* sebesar 7.584 dan *p-value* = 0.000, yang menunjukkan pengaruh signifikan. Hal ini membuktikan bahwa tampilan dan *Format* antarmuka *Spotify* menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna.
- Ease of Use* → Kepuasan Pengguna, hubungan ini menunjukkan nilai *T-Statistic* sebesar 7.305 dan *p-value* = 0.000, sehingga dinyatakan signifikan. Ini berarti semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula kepuasan pengguna dalam mengoperasikan *Spotify*.
- Timeliness* → Kepuasan Pengguna, dengan *T-Statistic* tertinggi, yaitu 9.328 dan *p-value* = 0.000, hubungan dengan angka ini bisa dikatakan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecepatan akses, respon fitur, dan kelancaran pemutaran musik memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengguna *Spotify*. Secara keseluruhan, seluruh hubungan antar konstruk dalam model ini terbukti signifikan secara statistik. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian dan menunjukkan bahwa kualitas layanan *Spotify* yang ditinjau dari kelima faktor EUCS memiliki kontribusi kuat dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pengguna *Spotify*.

4. Pembahasan

a. Pembahasan Hasil Pengujian Simultan

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa secara simultan, dimensi *Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Timeliness* (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *Spotify*. Temuan ini diperkuat oleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang sangat tinggi yaitu 0,955, yang mengindikasikan bahwa 95,5% variasi dalam Kepuasan Pengguna Aplikasi *Spotify* bisa dijelaskan oleh kelima dimensi EUCS yang diteliti. Angka ini menegaskan bahwa model EUCS sangat relevan dan kuat dalam memprediksi kepuasan dalam konteks aplikasi *streaming* musik.

b. Pembahasan Hasil Pengujian Parsial

Secara parsial, seluruh hipotesis (H1 sampai H5) diterima, menunjukkan bahwa kelima dimensi EUCS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *Spotify*.

- 1) Pengaruh *Content* (H1) Hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Content* (ketersediaan, kelengkapan, dan variasi library musik serta *podcast*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dalam konteks *Spotify*, konten adalah nilai jual utama. Kepuasan pengguna akan maksimal ketika mereka dapat menemukan musik langka, rilisan terbaru, dan rekomendasi *playlist* yang relevan, menegaskan bahwa "kualitas isi" sistem adalah prasyarat dasar kepuasan.
- 2) Pengaruh *Accuracy* (H2) Hipotesis H2 diterima. *Accuracy* merujuk pada keakuratan data (metadata lagu, informasi artis) dan, yang paling penting, keandalan sistem rekomendasi. Pengguna sangat puas ketika algoritma *Spotify* mampu menyajikan "*Discover Weekly*" atau *playlist* harian yang sangat sesuai dengan selera mereka. Tingginya pengaruh ini menunjukkan bahwa pengguna menghargai personalisasi yang tepat dan minimnya kesalahan teknis saat *streaming*.
- 3) Pengaruh *Format* (H3) Hipotesis H3 diterima. *Format* (tampilan antarmuka, desain visual, dan keteraturan tata letak) terbukti signifikan. *Spotify* dikenal dengan desainnya yang bersih, minimalis, dan intuitif. Hasil ini menggarisbawahi pentingnya *User Interface* (UI) yang menarik dan *User Experience* (UX) yang konsisten dalam mempertahankan kepuasan, karena *Format* yang baik mengurangi beban kognitif pengguna.
- 4) Pengaruh *Ease of Use* (H4) Hipotesis H4 diterima. Seringkali, *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan) menjadi faktor dominan dalam aplikasi *mobile*. Kemudahan dalam mencari, membuat *playlist*, berbagi, atau mengunduh lagu adalah kunci. Jika dimensi ini memiliki nilai *T-Statistic* tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa betapapun lengkapnya konten, pengguna akan tidak puas jika aplikasinya sulit dioperasikan atau memiliki proses yang berbelit-belit.
- 5) Pengaruh *Timeliness* (H5) Hipotesis H5 diterima. *Timeliness* dalam konteks *Spotify* sangat terkait dengan kecepatan layanan *real-time*. Faktor ini meliputi kecepatan *loading* lagu setelah diklik (tanpa *buffering*), kecepatan sinkronisasi antar perangkat, dan ketepatan waktu rilisnya musik baru di *platform*. Pengaruh positif yang signifikan membuktikan bahwa faktor kecepatan dan ketersediaan data secara instan adalah elemen vital dalam pengalaman *streaming* yang lancar.

KESIMPULAN

Merujuk pada temuan yang diperoleh dari analisis data dan diskusi serta pembahasan studi ini mengenai kepuasan pengguna aplikasi *Spotify* dengan menggunakan model *End-User Computing Satisfaction* (EUCS), dapat disimpulkan hal-hal berikut. Secara keseluruhan, kelima dimensi EUCS *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* terbukti memberikan pengaruh yang bisa dibilang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *Spotify*. Temuan ini didukung oleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang tinggi, memperlihatkan kalau model EUCS memiliki kemampuan prediktif yang kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna. Selain itu, hasil analisis secara parsial juga menunjukkan bahwa setiap dimensi EUCS secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berarti, adanya peningkatan pada salah satu aspek tersebut akan secara langsung meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Dari seluruh dimensi yang dianalisis, *Timeliness* (Ketepatan Waktu) menjadi faktor yang paling dan sangat dominan karena memiliki nilai *T-Statistic* tertinggi, menegaskan bahwa kecepatan dan ketersediaan data secara instan merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman *streaming* yang optimal dan lancar. Berdasarkan temuan penelitian, saran dikelompokkan menjadi implikasi praktis bagi manajemen *Spotify* dan rekomendasi akademik untuk penelitian selanjutnya. Saran praktis ditujukan kepada manajemen *Spotify* untuk memprioritaskan Ketepatan Waktu (*Timeliness*) sebagai faktor dominan dengan mengalokasikan investasi lebih besar pada infrastruktur server guna menjamin *streaming* yang minim *buffering* dan mempertahankan kecepatan *loading* lagu secara instan. Selain itu, penting untuk memastikan ketersediaan konten baru secara *real-time* dan terus meningkatkan akurasi rekomendasi (*Accuracy*), khususnya terkait personalisasi dan algoritma penyajian konten. Pihak manajemen juga harus menjaga kualitas Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*) agar setiap fitur baru tetap mempertahankan standar *user experience* yang intuitif dan *zero-friction*. Sementara itu, Saran akademik meliputi rekomendasi bagi penelitian selanjutnya untuk

mengintegrasikan model EUCS dengan model kepuasan lain, seperti *Delone & McLean IS Success Model* atau *Technology Acceptance Model* (TAM), guna mengukur dampak akhir kepuasan terhadap niat penggunaan berkelanjutan (*Continuance Intention*). Penelitian selanjutnya juga dianjurkan untuk mempertimbangkan penambahan variabel eksternal yang spesifik untuk layanan berbayar, seperti *Perceived Value* atau *Service Quality*, atau menggunakan pendekatan kualitatif (wawancara mendalam) untuk menggali lebih jauh alasan subyektif di balik penilaian pengguna terhadap faktor-faktor EUCS.

REFERENSI

- Akbar, R., Sulia Sukmawati, U., & Katsirin, K. (2023). Analisis Data Penelitian Kuantitatif: Pengujian Hipotesis Asosiatif Korelasi. *Jurnal Pelita Nusantara: Kajian Ilmu Sosial Multidisiplin*, 1(3), 430–448.
- Borgstede, M., & Scholz, M. (2021). Quantitative and Qualitative Approaches to Generalization and Replication—A Representationalist View. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.605191>
- Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Pibriana, D., & Fitriyani, L. (2022). Penggunaan Metode EUCS Untuk Menganalisis Kepuasan Pengguna E-learning di MTs N 2 Kota Palembang. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 81–95. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i1.2182>
- Rahmatulloh, M. T. (2024). *ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL* [Skripsi]. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.
- Rama, M. B. R. A. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Spotify menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS). *The Indonesian Journal of Computer Science*, 13(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v13i6.4459>
- Rizkia, N. D., Jumanah, Arief Hermawan Sutoyo, M., Nolia, H., Fachri, M., Bulutoding, L., Huda, N., Mahyuddin, M., Fahmi, A., Perwita Sari, R., Darmayasa, N., Murniati, S., Amruddin, Amalo, F., & Faizal, M. (2022). *Metodologi Penelitian* (S. Bahri, Ed.; 1st ed.). CV Media Sains Indonesia.
- Sijadah, M. F., Oktadini, N. R., Meiriza, A., Putra, P., & Sevtiyuni, P. E. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Spotify Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 6(2), 143–150. <https://doi.org/10.56327/jtksi.v6i2.1485>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Tri Wulandari, D., M. Rudi Sanjaya, Dedy Kurniawan, & Endang Lestari Ruskan. (2025). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Spotify di Kota Palembang dengan Menggunakan Metode Usability. *The Indonesian Journal of Computer Science*, 14(2). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v14i2.4778>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Devriany, A., Wijayanti, D. R., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian* (1st ed.). CV Science Techno Direct.