



## Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Streaming Music Menggunakan Metode User Experience Questionnaire

Gitasari Kurnia Alfarisi<sup>1</sup>, M.Yoka Fathoni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

---

### Abstract

Received: 27 November 2023

Revised: 08 Desember 2023

Accepted: 15 Desember 2023

Along with the times, the use of music technology such as music streaming application services is also increasing. There are many music streaming applications in PlayStore, but there are two applications that are most downloaded, namely the Spotify and Resso applications. This study aims to determine the comparison of user experience evaluation results on two applications, namely spotify and resso. This study uses a measuring instrument in the form of a user experience questionnaire (UEQ) which consists of six measurement scales and 26 question items. This study used 200 respondents who met the research criteria. The results of this study are that the spotify application has a positive impression on five scales, namely attractiveness, clarity, efficiency, accuracy, and stimulation. Meanwhile, the resso application has a positive impression on five scales, namely attractiveness, clarity, efficiency, accuracy, and novelty. Furthermore, it was found that most had significant differences in mean scores.

**Keywords:** UEQ; User Experience; Spotify; Resso

(\*) Corresponding Author: [19103063@ittelkom.ac.id](mailto:19103063@ittelkom.ac.id)

**How to Cite:** Alfarisi, G. K., & Fathoni, M. Y. (2023). Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Streaming Music Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10427075>.

---

## PENDAHULUAN

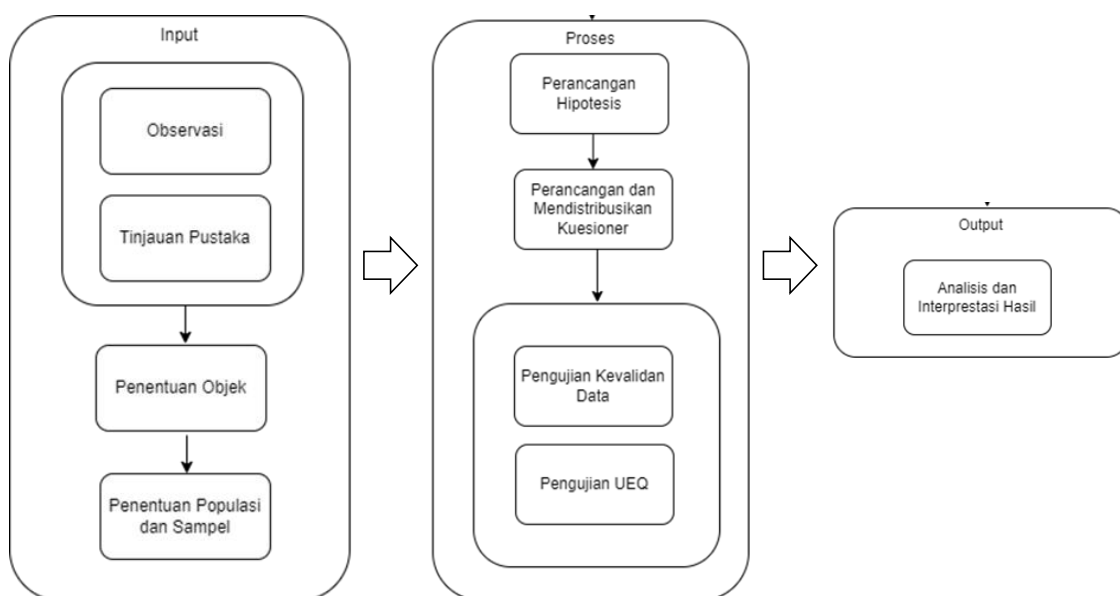
Seiring dengan perkembangan zaman penggunaan teknologi juga semakin meningkat, salah satunya adalah teknologi *music* [1]. *Music* sendiri sudah menjadi bagian di kehidupan masyarakat di dunia, karena musik dapat menenangkan jiwa dan pikiran manusia. Pada zaman dahulu, untuk mendengarkan *music* dapat dilakukan dengan menggunakan radio, acara *music* ditelvisi, ataupun menonton konser secara langsung [2-3]. Namun, saat ini sudah ada teknologi *music* yang berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat, yaitu layanan aplikasi *music streaming* [4]. Ada banyak aplikasi *streaming music* di playstore, namun terdapat dua aplikasi *music streaming* yang paling banyak digunakan atau di unduh oleh penikmat *music streaming*, yaitu Spotify yang menempati urutan pertama dengan jumlah 217 juta kali unduhan, kemudian disusul oleh aplikasi Resso yang baru diluncurkan pada bulan Mei 2019 namun sudah memiliki jumlah pengunduh mencapai 85 juta [5]. Aplikasi Spotify dan Resso memiliki dua layanan, yaitu gratis (*free*) dan berlangganan (*premium*). Kualitas layanan dari kedua platform tersebut berbeda bagi pengguna. Layanan premium memungkinkan pengguna untuk menghilangkan iklan, meningkatkan kualitas suara musik, serta mengunduh musik untuk dinikmati secara offline tanpa menggunakan kuota. Di sisi lain, layanan gratis (*free*) tidak menyediakan akses ke fitur-fitur tersebut [6]. Namun, dengan adanya pembaharuan bertahap yang sering muncul pada kedua aplikasi tersebut diketahui mempengaruhi rasa kenyamanan bagi para pengguna [7]. Ada beberapa keluhan

atau masalah yang sering pengguna aplikasi *music streaming* rasakan seperti setelah dilakukan *update* ke versi terbaru aplikasi lebih sering *backfree* (kembali gratis) padahal pengguna sudah berlangganan dan juga saat memutar music tiba-tiba *ngefreez*, keluar aplikasi secara tiba-tiba, lagu yang di download secara tiba-tiba hilang, dan masih ada beberapa keluhan lainnya.

Fokus pada kebutuhan dan emosi pengguna saat berinteraksi dengan produk merupakan salah satu faktor kunci untuk mencapai kesuksesan dalam pengembangan produk perangkat lunak [8]. Dalam konteks layanan *streaming music* melalui aplikasi *mobile*, pemahaman terhadap kebutuhan pengguna menjadi penting untuk menciptakan kepuasan pengguna. Salah satu metode untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna adalah melalui pendekatan pengalaman pengguna, yang memungkinkan pemahaman tentang pemikiran dan perasaan pengguna saat menggunakan produk, layanan, atau sistem tertentu [9]. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dua aplikasi *streaming* musik yang memiliki karakteristik yang hampir sama dari perspektif pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman pengguna mana yang lebih sesuai dari segi kenyamanan, fungsi, dan kemudahan penggunaan, baik pada salah satu aplikasi maupun pada kedua aplikasinya. Penelitian ini menggunakan *user experience questionnaire* (UEQ) sebagai alat untuk melakukan perbandingan. Menghadapi berbagai kendala yang dirasakan oleh pengguna dari kedua aplikasi *streaming* musik tersebut, penelitian ini memiliki judul "Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Streaming Musik Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (Studi Kasus: Spotify dan Resso)".

## **METODE**

Dalam penelitian ini, metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) diadopsi oleh peneliti untuk membandingkan evaluasi pengalaman pengguna antara aplikasi Spotify dan Resso. Penelitian ini melibatkan serangkaian tahapan yang dijelaskan secara rinci melalui flowchart penelitian. Setiap langkah dari alur penelitian tersebut telah diilustrasikan dengan jelas dalam Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Flowchart Alur Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria responden yang dibutuhkan, yaitu pengguna aplikasi *streaming music* spotify dan resso yang pernah maupun yang masih menggunakan aplikasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel responden dalam penelitian ini perlu dilakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan *confidence level* 95% dan *margin of error* 10%. Oleh karena itu, peneliti menentukan besaran minimal yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 200 responden. Setelah melakukan penyebaran kuisisioner UEQ melalui *Google Form*, didapatkan responden sebanyak 333 responden, selanjutnya peneliti mengambil sebanyak 200 responden yang memenuhi kriteria penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa kuesioner yaitu User Experience Questionnaire (UEQ) yang terdiri dari 26 item pertanyaan dan memiliki enam skala penilaian, yaitu skala berikut: *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation* dan *novelty*.

Kuesioner UEQ adalah kuesioner yang dibedakan secara semantik di mana setiap pertanyaan diwakili oleh dua istilah dengan makna yang berlawanan. Urutan penyebutan dilakukan secara acak untuk setiap item, sehingga beberapa item didahului dengan kata-kata positif dan ada juga yang didahului dengan kata-kata negatif. UEQ terdiri dari tujuh jenis indikator peringkat dengan nilai mulai dari -3 hingga +3 (penghitungan dimulai dari kiri). Skala ini memberikan nilai -3 di paling kiri untuk menunjukkan jawaban paling negatif, nilai 0 di tengah untuk jawaban netral, dan nilai +3 di paling kanan untuk jawaban paling positif. Selanjutnya, kuesioner UEQ akan disebar melalui platform *Google Form*. Setelah data terkumpul, data tersebut akan diuji terlebih dahulu untuk memastikan validitasnya sebelum dilakukan pengujian menggunakan UEQ.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari hasil kuesioner UEQ yang disebar secara online kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data sekunder adalah informasi dari

program Spotify dan Resso, jurnal, buku dan sumber lain yang mendukung penelitian ini.

Dalam studi ini, data diproses dan dianalisis menggunakan alat analisis data UEQ khusus. Alat ini hadir dalam bentuk file Excel yang dibuat dengan formula khusus untuk memudahkan pengguna memahami dan menggunakan alat tersebut. Aplikasi pengolah dan analisis data ini menawarkan berbagai fungsi yang diatur dalam spreadsheet Excel seperti: B. kemampuan untuk mengubah bahasa, memasukkan data, dan mengubah data. Selain itu, pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach alpha dan pengujian validitas UEQ menggunakan IBM SPSS versi 23 juga dilakukan dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini membuat distribusi tanggapan dengan menghitung skor rata-rata berdasarkan aspek dan skala, dan perhitungan interval. kepercayaan 5%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden. Mereka diminta mengisi formulir kuesioner yang terdiri dari 26 pertanyaan yang mencakup 6 skala *User Experience Questionnaire* (UEQ). Dari total 333 responden di wilayah Jawa Tengah, hanya 200 responden yang digunakan sebagai sampel untuk analisis data.

Berdasarkan hasil pengolahan data, seperti yang terlihat pada tabel 1. diperoleh nilai ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ) pada UEQ spotify dan resso, yaitu berkisar antara (0,209-0,672) > (0,1914) pada UEQ spotify dan berkisar (0,269-0,612) > (0,2091) pada UEQ resso. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua UEQ tersebut memiliki seluruh item pernyataan yang valid.

Berdasarkan hasil pengolahan data, seperti yang terlihat pada tabel 2. diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada UEQ spotify sebesar 0.857, dan pada UEQ resso sebesar 0.804. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kedua UEQ tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas batas yang sudah ditentukan (*Cronbach's Alpha* > 0,70). Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua UEQ tersebut memiliki seluruh item pernyataan yang reliabel.

Tabel 1. Hasil r-Tabel pada Uji Validitas

NO	r Hitung		r Tabel		Hasil	
	Spotify	Resso	Spotify	Resso	Spotify	Resso
1	0,375	0,612	0,1914	0,2091	Valid	Valid
2	0,461	0,402	0,1914	0,2091	Valid	Valid
3	0,529	0,490	0,1914	0,2091	Valid	Valid
4	0,629	0,340	0,1914	0,2091	Valid	Valid
5	0,506	0,282	0,1914	0,2091	Valid	Valid
6	0,271	0,396	0,1914	0,2091	Valid	Valid
7	0,250	0,367	0,1914	0,2091	Valid	Valid
8	0,445	0,526	0,1914	0,2091	Valid	Valid
9	0,672	0,563	0,1914	0,2091	Valid	Valid
10	0,632	0,461	0,1914	0,2091	Valid	Valid
11	0,378	0,553	0,1914	0,2091	Valid	Valid
12	0,609	0,327	0,1914	0,2091	Valid	Valid
13	0,515	0,465	0,1914	0,2091	Valid	Valid

14	0,318	0,547	0,1914	0,2091	Valid	Valid
15	0,383	0,560	0,1914	0,2091	Valid	Valid
16	0,363	0,590	0,1914	0,2091	Valid	Valid
17	0,464	0,269	0,1914	0,2091	Valid	Valid
18	0,594	0,489	0,1914	0,2091	Valid	Valid
19	0,603	0,436	0,1914	0,2091	Valid	Valid
20	0,439	0,421	0,1914	0,2091	Valid	Valid
21	0,618	0,380	0,1914	0,2091	Valid	Valid
22	0,384	0,333	0,1914	0,2091	Valid	Valid
23	0,659	0,363	0,1914	0,2091	Valid	Valid
24	0,587	0,372	0,1914	0,2091	Valid	Valid
25	0,529	0,400	0,1914	0,2091	Valid	Valid
26	0,209	0,273	0,1914	0,2091	Valid	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Aplikasi	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Spotify	0.857	26
Resso	0.804	26

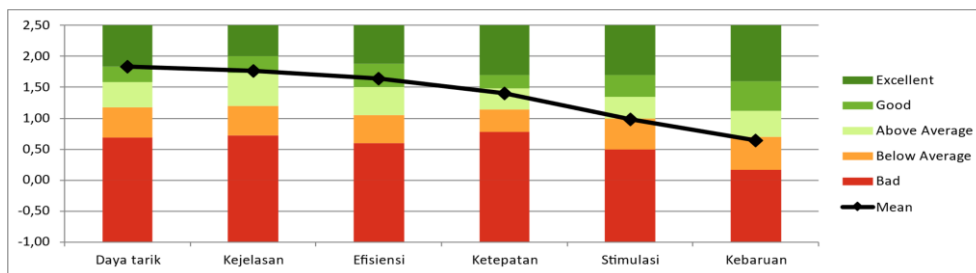
Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Dalam Tabel 3 dan Gambar 2 di bawah ini, terdapat hasil data perhitungan yang diperoleh melalui penggunaan UEQ Data Analysis Tool. Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa aplikasi Spotify memiliki nilai rata-rata daya tarik (*Attractiveness*) sebesar 1,83 dengan standar deviasi sebesar 0,99. Pada skala rata-rata kejelasan (*Perspiciuity*), nilai yang didapatkan adalah 1,76 dengan standar deviasi sebesar 1,01. Sedangkan pada skala rata-rata efisiensi (*Efficiency*), nilai rata-ratanya adalah 1,64 dengan angka standar deviasi sebesar 1,04. Untuk skala rata-rata ketepatan (*Dependability*), aplikasi Spotify memperoleh nilai sebesar 1,41 dengan standar deviasi sebesar 0,93. Kemudian, pada skala rata-rata stimulasi (*Stimulation*), aplikasi Spotify memiliki nilai sebesar 0,98 dengan angka standar deviasi sebesar 1,47. Selanjutnya, pada skala rata-rata kebaruan (*Novelty*), nilai yang diperoleh adalah 0,64 dengan angka standar deviasi sebesar 1,42. Berdasarkan hasil evaluasi, angka rata-rata impresi untuk setiap skala (>0,8) menunjukkan evaluasi yang bernilai positif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Spotify berhasil menciptakan impresi positif dalam setiap aspek yang dinilai oleh UEQ, termasuk daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, dan stimulasi.

Tabel 3. *Scale Means* Aplikasi Spotify

<i>Scale</i>	Data Set 1					
	<i>Means</i>	STD	N	<i>Confidence</i>	<i>Confidence Interval</i>	
<i>Attractiveness</i>	1,83	0,99	100	0,19	1,64	2,03
<i>Perspiciuity</i>	1,76	1,01	100	0,20	1,56	1,96
<i>Efficiency</i>	1,64	1,04	100	0,20	1,43	1,84
<i>Dependability</i>	1,41	0,93	100	0,18	1,23	1,59
<i>Stimulation</i>	0,98	1,47	100	0,29	0,69	1,27
<i>Novelty</i>	0,64	1,42	100	0,28	0,36	0,91

Sumber: Data primer yang diolah, 2023



Gambar 2. Benchmark Aplikasi Spotify

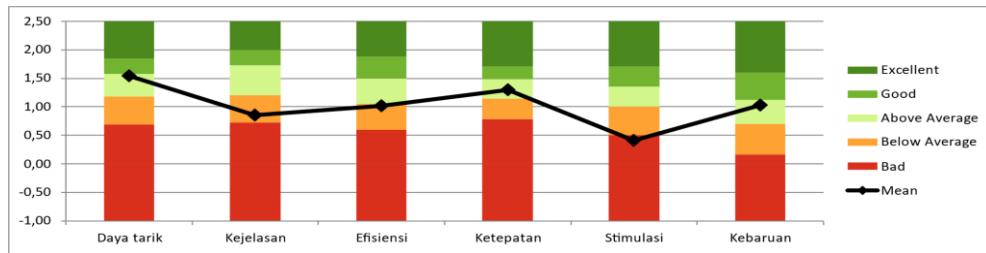
Gambar 2. merupakan hasil *benchmark* dari Spotify pada tiap skala UEQ dimulai dari daya tarik (*attractiveness*) hingga kebaruan (*novelty*) pada aplikasi Spotify. Gambar di atas ini memberikan interpretasi hasil pada setiap skala dalam kategori, apakah menempati kategori *excellent*, *good*, *above average*, *below average* atau *bad*. Pada skala daya tarik, kejelasan dan efisiensi mendapatkan kategori *good*, hal tersebut menunjukkan bahwasanya program spotify mendapatkan penilaian yang baik dari pemakai dalam tiga aspek tersebut. Kemudian skala ketepatan mendapatkan kategori *above average*, kemudian skala stimulasi dan kebaruan mendapatkan kategori *below average*.

Hasil data perhitungan menggunakan UEQ *Data Analysis Tool* ditampilkan dalam Tabel 4 dan Gambar 3 di bawah ini. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Resso memiliki nilai rata-rata daya tarik (*Attractiveness*) sebesar 1,54 dengan angka standar deviasi sebesar 0,95. Pada skala rata-rata kejelasan (*Perspicuity*), aplikasi Resso mendapatkan nilai 0,85 dengan standar deviasi sebesar 1,28. Selanjutnya, pada skala rata-rata efisiensi (*Efficiency*), aplikasi Resso memiliki nilai 1,02 dengan angka standar deviasi sebesar 1,13. Untuk skala rata-rata ketepatan (*Dependability*), aplikasi Resso memperoleh nilai 1,30 dengan angka standar deviasi sebesar 0,80. Di sisi lain, pada skala rata-rata stimulasi (*Stimulation*), nilai yang diperoleh adalah 0,41 dengan angka standar deviasi sebesar 1,50. Terakhir, pada skala rata-rata kebaruan (*Novelty*), aplikasi Resso memiliki nilai 1,03 dengan angka standar deviasi sebesar 1,32. Dengan melihat angka rata-rata impresi di atas 0,8, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Resso mendapatkan evaluasi positif dalam setiap skala UEQ, termasuk daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan.

Tabel 4. *Scale Means* Aplikasi Spotify

Scale	Data Set 2					
	Means	STD	N	Confidence	Confidence Interval	
<i>Attractiveness</i>	1,54	0,95	100	0,19	1,35	1,73
<i>Perspicuity</i>	0,85	1,28	100	0,25	0,60	1,10
<i>Efficiency</i>	1,02	1,13	100	0,22	0,80	1,24
<i>Dependability</i>	1,30	0,80	100	0,16	1,14	1,45
<i>Stimulation</i>	0,41	1,50	100	0,29	0,11	0,70
<i>Novelty</i>	1,03	1,32	100	0,26	0,77	1,29

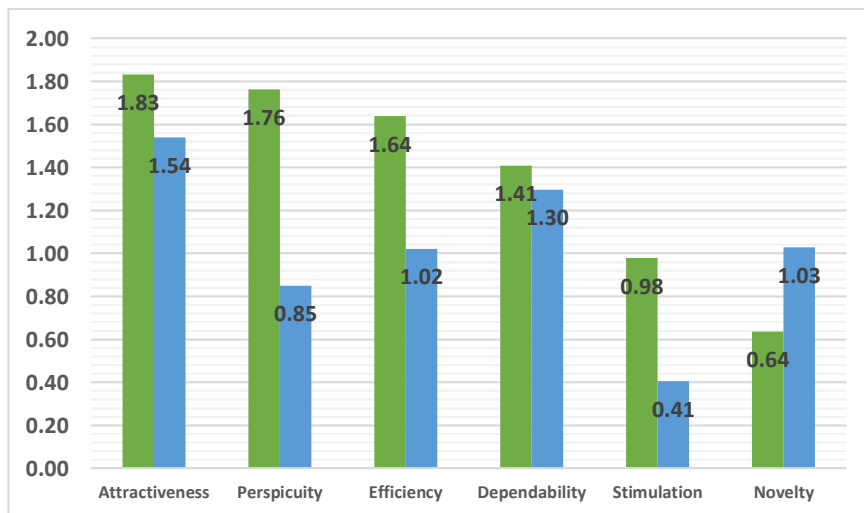
Sumber: Data primer yang diolah, 2023



Gambar 3. Benchmark Aplikasi Resso

Gambar 3. merupakan hasil *benchmark* dari resso pada tiap skala UEQ dimulai dari daya tarik (*attractiveness*) hingga kebaruan (*novelty*) pada aplikasi resso. Gambar di atas ini memberikan interpretasi hasil pada setiap skala dalam kategori, apakah menempati kategori *excellent*, *good*, *above average*, *below average* atau *bad*. Pada skala daya Tarik ketepatan dan kebaruan mendapatkan kategori *above average*, lalu skala kejelasan dan efisiensi mendapatkan kategori *below average*, kemudian skala stimulasi mendapatkan kategori *bad*.

Perbandingan hasil evaluasi pengalaman pengguna aplikasi Spotify dan Resso dengan dasar pengukuran UEQ dan diolah menggunakan *UEQ Compare Products Tools*. Alat ini juga memiliki kemampuan untuk menunjukkan apakah terdapat perbedaan statistik antara dua produk yang dibandingkan. Hasil perbandingan kedua produk didasarkan pada enam variabel UEQ, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), dan kebaruan (*novelty*), yang ditampilkan dalam grafik perbandingan pada Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Perbandingan Hasil Evaluasi UEQ Spotify dan Resso

Dalam Gambar 4 terlihat perbandingan keenam skala UEQ antara aplikasi Spotify dan Resso. Aplikasi Spotify ditandai dengan warna orange, sedangkan aplikasi Resso ditandai dengan warna biru. Dari grafik batang tersebut, dapat diamati bahwa aplikasi Spotify mendominasi karena memiliki angka rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan Resso. Sebagai contoh, pada skala daya tarik ( $1,83 > 1,54$ ), kejelasan ( $1,76 > 0,85$ ), efisiensi ( $1,64 > 1,02$ ), ketepatan ( $1,41 > 1,30$ ), dan stimulasi ( $0,98 > 0,41$ ). Dari perbandingan tersebut, dapat disimpulkan

bahwa aplikasi Spotify unggul dibandingkan aplikasi Resso dan lebih disukai oleh responden dari berbagai perspektif pengalaman pengguna.

Selain itu, UEQ juga menyertakan uji-t yang digunakan dalam kedua aplikasi. Tabel Excel t-test digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan statistik antara perhitungan perbandingan dari kedua aplikasi sebelumnya. Tabel 5 di bawah ini menunjukkan hasil dari Two Sample T-Test dengan asumsi varian yang tidak sama. Uji T ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% untuk membandingkan hasil evaluasi pengalaman pengguna dari kedua aplikasi dan memeriksa apakah nilai mean pada setiap variabel UEQ dari dua aplikasi berbeda secara signifikan.

Berdasarkan Tabel 5, terdapat perbedaan nilai rata-rata antara aplikasi Spotify dan Resso yang diuji dalam enam skala UEQ dengan nilai Alpha-level sebesar 0,05 atau 5%. Dari keenam skala UEQ tersebut, terdapat perbedaan yang signifikan pada skala daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), stimulasi (*stimulation*), dan kebaruan (*novelty*) antara aplikasi Spotify dan Resso. Namun, pada skala ketepatan (*dependability*), perbedaannya tidak signifikan.

Tabel 5. Nilai Signifikan Berdasarkan Uji T

<i>Variabel</i>	<i>Mean</i>		<i>Nilai Signifikan</i>	<i>Keterangan</i>
	<i>Spotify</i>	<i>Resso</i>		
<i>Daya Tarik (Attractiveness)</i>	<i>1,83</i>	<i>1,54</i>	<i>0,0342</i>	<b>Significant Difference</b>
<i>Kejelasan (Perspicuity)</i>	<i>1,76</i>	<i>0,85</i>	<i>0,0000</i>	<b>Significant Difference</b>
<i>Efisiensi (Efficiency)</i>	<i>1,64</i>	<i>1,02</i>	<i>0,0001</i>	<b>Significant Difference</b>
<i>Ketepatan (Dependability)</i>	<i>1,41</i>	<i>1,30</i>	<i>0,3721</i>	<b>No Significant Difference</b>
<i>Stimulasi (Stimulation)</i>	<i>0,98</i>	<i>0,41</i>	<i>0,0069</i>	<b>Significant Difference</b>
<i>Kebaruan (Novelty)</i>	<i>0,64</i>	<i>1,03</i>	<i>0,0450</i>	<b>Significant Difference</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

## SIMPULAN

Dari evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Spotify menggunakan UEQ, ditemukan bahwa terdapat 4 variabel dengan hasil evaluasi positif, yaitu variabel *attractiveness* (mean = 1.83), *perspicuity* (mean = 1,76), *efficiency* (mean = 1,64) dan *dependability* (mean = 1,41). Sedangkan 2 variabel lainnya mendapatkan hasil evaluasi netral, yaitu *stimulation* (mean = 0,98) dan *novelty* (mean = 0,64). Hasil benchmark untuk Spotify menunjukkan 3 variabel masuk kedalam kategori *good*, yaitu *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*. Variabel *dependability* masuk kedalam kategori *above average* dan 2 lainnya yaitu *stimulation* dan *novelty* masuk kedalam kategori *below average*.

Hasil dari evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Resso dengan menggunakan UEQ memberikan hasil bahwa terdapat 3 variabel dengan hasil evaluasi positif, yaitu variabel *attractiveness* (mean = 1.54), *dependability* (mean = 1,30) dan *novelty* (mean = 1,03). Sedangkan 2 variabel lainnya mendapatkan hasil evaluasi netral, yaitu *perspicuity* (mean = 0,85) dan *efficiency* (mean = 1,02). Variabel *stimulation* mendapatkan hasil evaluasi negatif (mean = 0,41). Hasil

benchmark untuk Resso menunjukkan 3 variabel masuk kedalam kategori above average, yaitu attractiveness, dependability, novelty. Variabel perspicuity dan efficiency masuk kedalam kategori below average, lalu variabel stimulation masuk kedalam kategori bad.

Perbandingan UX dari 2 aplikasi streaming music yaitu Spotify dan Resso dengan menggunakan UEQ, dapat disimpulkan bahwa 5 skala memiliki perbedaan yang signifikan dari 6 skala yaitu: daya Tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), stimulasi (*stimulation*) dan kebaruan (*novelty*). Rata-rata dari skala tersebut yaitu: skala daya Tarik (*attractiveness*) pada Spotify 1,83 sedangkan Resso 1,54, lalu skala kejelasan (*perspicuity*) pada Spotify 1,76 sedangkan Resso 0,85, skala efisiensi (*efficiency*) pada Spotify 1,64 lalu Resso mendapatkan rata-rata 1,02, kemudian skala stimulasi (*stimulation*) Spotify mendapatkan 0,98 dan Resso dengan rata-rata 0,41 dan yang terakhir skala kebaruan (*novelty*) dengan Spotify mendapat rata-rata 0,64 sedangkan Resso 1,03.

#### DAFTAR PUSTAKA

- S. Elisurya, H. M. Az-Zahra, And N. H. Wardani, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Menggunakan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire ( Ueq ) ( Studi Pada E-Commerce Fashion )," Vol. 3, No. 5, Pp. 4327–4332, 2019.
- W. Kusuma, R. I. Rokhmawati, And M. T. Ananta, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Learning Dengan Menggunakan Ux Honeycomb," Vol. 3, No. 6, Pp. 5756–5764, 2019.
- Z. R. Karyono, Y. T. Mursityo, And H. M. Az-Zahra, "Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Music Streaming Menggunakan Metode Ux Curve ( Studi Pada Spotify Dan Joox )," Vol. 3, No. 7, Pp. 6422–6429, 2019.
- D. Noviani, R. Pratiwi, S. Silvianadewi, M. B. Alexandri, And A. Hakim, "Pengaruh Streaming Musik Terhadap Industri Musik Di Indonesia," Vol. 29, No. 1, 2020.
- N. F. Salsabila, H. M. Az-Zahra, And A. Rachmadi, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Messenger Menggunakan Metode Ux Curve ( Studi Kasus Pada Aplikasi Line Dan Whatsapp )," Vol. 3, No. 7, Pp. 6526–6537, 2019.
- J. F. Andry And C. Tjee, "Analisis Minat Mahasiswa Mendengarkan Aplikasi Musik Berbayar Dan Unduhan Musik Gratis Analysis Of Student Interest In Listening To Paid Music Applications And Free Music Downloads," Vol. 2, No. 2, Pp. 9–15, 2019.
- F. N. Syifa, "Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Streaming Music Online Menggunakan Mecue Quistionnaire (Studi Kasus Spotify Dan Resso)," 2022.
- T. Online, S. R. Henim, And R. P. Sari, "Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire," Vol. 6, No. 1, Pp. 69–78, 2020.
- F. Della, N. Annisa, J. Nashar, And U. Jaya, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet Ovo Dan Gopay Dengan Metode User Experience

- Questionnaire,” Vol. 3, No. 3, Pp. 242–251, 2022, Doi: 10.47065/Josh.V3i3.1527.
- A. A. A. P. Ardyanti, I. P. P. S. Wibawa, And I. G. J. E. Putra, “Evaluation And Efficient Measurement I-Canang Digital Startup In Bali With Questionnaire User Experience And Lean Startup Machine Validation Board Evaluation And Efficient Measurement I-Canang Digital Startup In Bali With Questionnaire User Experience And,” *J. Phys. Conf. Ser.*, Vol. 1402, Pp. 1–6, 2019, Doi: 10.1088/1742-6596/1402/2/022070.
- C. Agustina, “Evaluasi Aplikasi Transportasi Mobile Yogyakarta International Airport,” Vol. 10, No. 2, Pp. 57–63, 2022.
- M. Hernández-Campos, J. Thomaschewski, Y. C. Law, I. Tecnológico, D. C. Rica, And C. C. Rica, “Results Of A Study To Improve The Spanish Version Of The User Experience Questionnaire (Ueq),” No. November, 2022, Doi: 10.9781/Ijimai.2022.11.003.
- C. Sylvia And F. Halim, “Evaluasi User Experience Platform Video Communication Dengan User Experience Questionnaire ( Ueq ),” Vol. 5, Pp. 1412–1421, 2021, Doi: 10.30865/Mib.V5i4.3263.
- A. Hinderks And M. Schrepp, “A Benchmark For The Short Version Of The User Experience Questionnaire,” No. September, 2018, Doi: 10.5220/0007188303730377.
- H. Lee And K. K. Lee, “A Structural Model For Unity Of Experience : Connecting User Experience , Customer Experience , And Brand Experience,” Vol. 14, No. 1, Pp. 8–34, 2018.
- I. N. Saputra, W. Wijaya, P. P. Santika, I. Bagus, A. Indra, And I. N. Alit, “Analisis Dan Evaluasi Pengalaman Pengguna Patik Bali Dengan Metode User Experience Questionnaire ( Ueq ) Patik Bali With The User Experience Questionnaire ( Ueq ) Method,” Vol. 8, No. 2, 2021, Doi: 10.25126/Jtiik.202182763.
- A. Kurniansyah *Et Al.*, “Motif Penggunaan Media Streaming Joox (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Bandung Pengguna Joox,” Vol. 7, No. 1, Pp. 1703–1711, 2020.
- R. A. Agustina And M. A. Gustalika, “Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Linkaja Menggunakan Metode User Experience Questionnaire ( Ueq ),” Vol. 3, No. 4, Pp. 323–331, 2022.
- R. Amanda, “Music Streaming Dalam Industri Musik Era Industri 4.0,” Vol. 6, No. March, Pp. 358–382, 2022, Doi: 10.25139/Jsk.V6i1.3772.
- P. Vonderau, “The Spotify Effect : Digital Distribution And Financial Growth,” 2019, Doi: 10.1177/1527476417741200.
- N. Luh, E. Kadeari, And K. K. Heryanda, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan ‘ Music Spotify Premium ’ Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Bali,” Vol. 9, No. 2, Pp. 276–283, 2021.
- R. Anjasmara, P. Pratama, H. M. Az-Zahra, And S. H. Wijoyo, “Evaluasi User Experience Menggunakan Mecue Questionnaire ( Studi Kasus Pada Aplikasi Traveloka Dan Pegipegi ),” Vol. 3, No. 3, Pp. 2335–2343, 2019.
- D. A. Wongso, F. Ekonomi, U. K. Petra, And C. Loyalty, “Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Ovo Digital Payment,” 2018.

- P. Suseta, R. I. Rokhmawati, And K. C. Brata, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Commerce Tapp Market Menggunakan Parameter Ux Honeycomb,” Vol. 3, No. 6, Pp. 6191–6199, 2019.
- N. Fazri, A. Maulidiyah, D. Singasatia, And M. A. Sunandar, “Analysis Of User Experience Effect On Users Of Vlive Mobile Application Using The Scsi Model Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application Vlive Menggunakan Model Scsi,” Vol. 2, No. October, Pp. 28–34, 2022.
- Nurhalima And E. L. Hadisaputro, “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Traveloka Dengan Menerapkan Metode Tam,” *J. Inf. Syst. Res.*, Vol. 3, No. 4, Pp. 466–471, 2022, Doi: 10.47065/Josh.V3i4.1778.
- R. I. Rahmi, R. I. Rokhmawati, And A. Rachmadi, “Analisis User Experience Pada Website Streaming Video ( Studi Kasus : Youtube Dan Vlive ),” Vol. 2, No. 8, 2018.
- R. Nooriza, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Cinema Ticketing Di Indonesia Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq),” 2023.