



Kepuasan Mahasantri Ma'had Al Jami'ah UIN Jakarta dalam Mendengarkan Musik di Youtube Music dan Spotify

Nikmatul Ayesha Putri¹, Anita Dwi Zulyatin², Selfi Nofita Sari³

^{1,2,3}Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

E-mail : nikmatulayeshaptr@gmail.com¹, sutrisnita11@gmail.com²,
selfinovitasari51@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received November 29, 2025
Revised November 30, 2025
Accepted Desember 09, 2025

Keywords:

User satisfaction, Spotify,
YouTube Music

ABSTRACT

This study aims to assess the satisfaction levels of Ma'had Al Jami'ah students at UIN Syarif Hidayatullah Jakarta in using two digital music platforms, Spotify and YouTube Music. A quantitative survey was conducted using purposive sampling, involving 60 respondents who actively used one or both platforms. The Likert-scale questionnaire was validated and demonstrated good reliability (Cronbach's Alpha 0,888). Descriptive analysis shows that both platforms fall into the high satisfaction category; however, Spotify achieved a higher mean score (54.5) with a more stable and normally distributed dataset. In contrast, YouTube Music recorded a mean score of 51.0 with a non-normal distribution. Overall, Spotify better meets user needs by offering a more consistent experience in terms of features, accessibility, and usability.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article Info

Article history:

Received November 29, 2025
Revised November 30, 2025
Accepted Desember 09, 2025

Kata Kunci:

Kepuasan Pengguna, Spotify,
Youtube Music

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam menggunakan Spotify dan YouTube Music. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan purposive sampling dan melibatkan 60 responden yang aktif menggunakan salah satu atau kedua platform tersebut. Instrumen berupa kuesioner Likert 1–5 dinyatakan valid dan reliabel (Cronbach's Alpha 0,888). Analisis deskriptif menunjukkan bahwa kedua platform berada pada kategori kepuasan tinggi, namun Spotify memperoleh nilai rata-rata lebih tinggi (54,5) dengan distribusi data yang lebih stabil dan normal. Sebaliknya, YouTube Music memiliki rata-rata 51,0 dengan distribusi tidak normal. Secara keseluruhan, Spotify lebih mampu memenuhi kebutuhan pengguna karena menawarkan pengalaman yang lebih konsisten, kemudahan akses, dan kenyamanan penggunaan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Nikmatul Ayesha Putri
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta



PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, mendengarkan musik sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi anak muda. Musik bisa menemani saat belajar, istirahat, bahkan saat merasa jenuh. Dua platform yang paling sering digunakan untuk mendengarkan musik secara online adalah Spotify dan Youtube Music. Keduanya mudah diakses melalui HP dan punya banyak pilihan lagu dari berbagai genre.

Kepuasan pengguna merupakan kondisi psikologis yang muncul dari evaluasi antara harapan sebelum menggunakan media dan pengalaman aktual setelah mengaksesnya, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Uses and Gratifications* yang menempatkan kepuasan sebagai hasil dari terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pengguna (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Bagi mahasiswa Ma'had Al Jami'ah, kepuasan tidak hanya terkait lagu yang didengarkan, tetapi juga kemudahan akses, kualitas audio, serta kesesuaian musik dengan aktivitas dan suasana hati mereka. Spotify menawarkan fitur personal seperti rekomendasi algoritmik, mode offline, dan pengaturan kualitas audio, yang menurut Huang & Huddleston dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kualitas audio, dan personalisasi (Huang & Huddleston, 2009). Sementara itu, YouTube Music menyediakan pengalaman audio-visual dan variasi konten yang lebih luas, termasuk cover Islami maupun kajian singkat, sebagaimana diungkapkan oleh Putri (2022) dan didukung oleh temuan Afifah (2020) mengenai integrasinya dengan histori tontonan pengguna.

Dengan karakteristik yang berbeda, Spotify dan YouTube Music sama-sama memiliki keunggulan dalam memenuhi kebutuhan musik para mahasiswa, baik untuk hiburan, relaksasi, pendamping belajar, maupun akses konten Islami. Variasi fitur, kemudahan penggunaan, serta relevansi konten menjadi aspek penting yang membentuk kepuasan pengguna dalam konteks konsumsi media digital. Oleh karena itu, menilai kepuasan mahasiswa terhadap kedua platform ini menjadi relevan untuk memahami preferensi, kenyamanan, serta pola konsumsi media mereka di era digital.

Penelitian relevan yang dilakukan oleh Wachid Nugroho (2021) dalam jurnal *THEOREMS* menunjukkan bahwa siswa merasa “puas” terhadap pembelajaran daring menggunakan Microsoft Teams dan video YouTube melalui metode kualitatif berbasis angket dan wawancara. Temuan ini menegaskan bahwa media digital mampu memberikan pengalaman belajar yang efektif bila sesuai dengan kebutuhan siswa, sehingga menjadi acuan dalam memahami bagaimana penggunaan media digital termasuk YouTube dapat memengaruhi kepuasan pengguna, sebagaimana diterapkan dalam penelitian ini pada konteks mahasiswa yang menggunakan YouTube Music dan Spotify. Sejalan dengan itu, penelitian mengenai kepuasan pengguna layanan musik digital juga menunjukkan bahwa kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman antarmuka menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan.

Penelitian Syifa Nur Rakhmah & Henny Leidiyana (2024) menggunakan metode AHP dan menemukan bahwa Spotify menjadi platform paling unggul berdasarkan kualitas sistem, fitur layanan, kemudahan akses, serta harga dan metode pembayaran, sedangkan penelitian Adinda Salsabila et al., (2024) melalui regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas audio, keberagaman konten, dan kestabilan streaming berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kedua penelitian ini memperkuat hasil penelitian ini, di mana mayoritas



pengguna Spotify menunjukkan tingkat kepuasan tinggi dengan distribusi data yang lebih stabil dan normal, sedangkan pengguna YouTube Music menampilkan variasi persepsi yang lebih besar, sehingga menegaskan pentingnya aspek kemudahan penggunaan, kualitas fitur, dan pengalaman pengguna dalam membentuk kepuasan mahasiswa terhadap layanan musik digital.

Di lingkungan Ma'had Al Jami'ah UIN Jakarta, para mahasiswa juga banyak yang menggunakan kedua platform tersebut. Namun, sejauh mana mereka merasa puas dalam menggunakan Spotify atau Youtube Music belum banyak diketahui. Apakah lebih banyak yang merasa nyaman dengan tampilan Spotify? Atau lebih suka *Youtube Music* karena bisa digunakan gratis? Untuk menjawab hal tersebut, dilakukanlah penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan Spotify dan Youtube Music, serta platform mana yang lebih disukai dan memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Ma'had Al Jami'ah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada bulan Juni hingga Juli 2025. Paradigma yang digunakan adalah paradigma positivistik yang memandang realitas sebagai sesuatu yang objektif dan dapat diukur, sehingga pendekatan kuantitatif menjadi dasar dalam pelaksanaannya. Metode yang digunakan adalah survei, dengan populasi seluruh mahasiswa yang tinggal di Ma'had Al Jami'ah. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang aktif menggunakan Spotify dan/atau YouTube Music, sehingga diperoleh 60 responden. Variabel penelitian terdiri dari penggunaan Spotify (X1), penggunaan YouTube Music (X2), dan kepuasan pengguna (Y), yang secara konseptual diartikan sebagai pengalaman pengguna dalam mengakses dan menilai fitur layanan musik digital serta tingkat pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi mereka.

Instrumen penelitian berupa kuesioner Google Form yang berisi 28 butir pernyataan, masing-masing 14 item untuk menilai penggunaan Spotify dan YouTube Music. Seluruh item disusun paralel berdasarkan indikator fitur layanan, kemudahan penggunaan, personalisasi, visualisasi konten, hingga sistem berlangganan, dan dinilai menggunakan skala Likert 1-5. Instrumen kemudian diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson (*item-total correlation*) melalui Jamovi, dengan kriteria $r > 0,3$ dan $p < 0,05$. Hasil analisis menunjukkan semua item memiliki $p < 0,001$ dan r di atas 0,3 sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,888 yang menunjukkan reliabilitas kategori baik. Dengan demikian, instrumen dapat digunakan secara konsisten untuk mengukur ketiga variabel penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran tautan Google Form kepada responden melalui WhatsApp grup dan komunikasi personal. Responden mengisi kuesioner secara mandiri dan sukarela tanpa intervensi langsung, sehingga data yang diperoleh mencerminkan persepsi asli pengguna. Seluruh data primer yang terkumpul kemudian diperiksa kelengkapannya sebelum dilakukan proses pengolahan. Setiap respons dikodekan ke dalam bentuk angka sesuai skala Likert, kemudian diinput ke dalam perangkat lunak Jamovi. Proses pengolahan meliputi pembersihan data, transformasi skor, dan tabulasi untuk menyiapkan data dalam bentuk yang siap dianalisis.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung nilai rata-rata, standar deviasi, distribusi frekuensi, dan penyajian grafik histogram untuk masing-masing variabel. Selain itu, karena penelitian ini bertujuan membandingkan kepuasan antara dua



platform musik digital, dilakukan analisis komparatif berdasarkan nilai rerata dari kelompok pengguna Spotify dan YouTube Music. Analisis ini memberikan gambaran mengenai platform mana yang lebih mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam mendengarkan musik digital serta bagaimana pola penggunaan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Demografi Responden

Tabel 1. Data Demografi Usia

Responden	Jumlah	Presentase
18-20 Tahun	54 Orang	90%
21-23 Tahun	6 Orang	10%
24-25 Tahun	0 Orang	0%
Total	60 Orang	100%

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden pada Tabel 1 menurut kelompok usia, ditemukan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 18-20 tahun dengan jumlah 54 orang (90%) dari total 60 responden. Sementara itu, sebanyak 6 orang responden (10%) berada pada rentang usia 21-23 tahun, dan tidak ditemukan responden yang berusia 24-25 tahun (0%). Distribusi usia ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa yang berada pada tingkat awal perkuliahan, yang umumnya masih dalam proses adaptasi dengan kehidupan kampus dan aktivitas akademik di kalangan Mahasiswa UIN Jakarta

Tabel 2. Data Demografi Jenis Kelamin

Responden	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	10 Orang	16,7%
Perempuan	50 Orang	83,3%
Total	60 Orang	100%

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden pada Tabel 2 menurut jenis kelamin, ditemukan bahwa distribusi responden didominasi oleh mahasiswa perempuan dengan jumlah 50 orang (83,3%) dari total 60 responden. Sementara itu, responden laki-laki hanya berjumlah 10 orang (16,7%). Data ini menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup signifikan dalam komposisi jenis kelamin responden, dimana partisipasi mahasiswa perempuan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki dalam penelitian ini

Tabel 3. Platform Musik Yang Sering Digunakan

Responden	Jumlah	Presentase
Spotify	48 Orang	80%
Youtube Music	12 Orang	20%
Total	33 Orang	100%

Berdasarkan hasil analisis preferensi platform *streaming*, data menunjukkan bahwa Spotify menjadi pilihan utama di kalangan responden dengan jumlah 48 orang (80%) dari total 60 responden. Sementara itu, platform Youtube Music dipilih oleh 12 orang responden (20%).



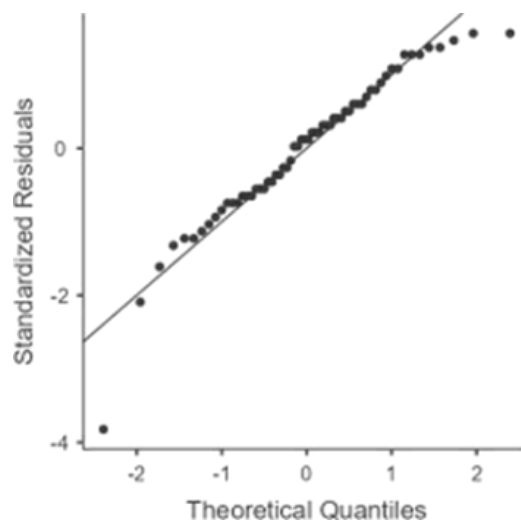
Distribusi ini mengindikasikan bahwa Spotify memiliki tingkat popularitas yang lebih tinggi sebagai platform Musik pilihan di kalangan Mahasiswa Ma, had Al-Jami, iah UIN Jakarta dibandingkan dengan platform Youtube Music.

2. Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Platform Music

Tabel 4. Uji Normalitas

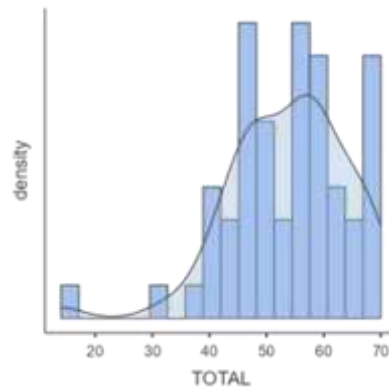
Deacriptives	Total
N	60
Missing	0
Mean	53.8
Median	55.0
Mode	46.0 ^a
Standard deviation	10.4
Range	56
Minimum	14
Maximum	70
Shapiro-Wilk W	0.944
Shapiro-Wilk p	0.008

Uji normalitas *Shapiro-Wilk* pada Tabel 4 menunjukkan $W = 0,944$ dengan $p = 0,008$, karena nilai $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal secara statistik.



Gambar 1. Diagram QQ Plot

Berdasarkan Gambar 1, pola ketidakteraturan ini tampak pada Q–Q Plot, di mana titik pada kuantil tinggi menyimpang dari garis diagonal sementara titik-titik pada kuantil rendah cenderung mengikuti garis. Pola ini mengindikasikan bahwa distribusi data miring ke kanan (*positively skewed*).



Gambar 2. Histogram

Gambar 2 menunjukkan histogram dari data total kepuasan memperjelas bentuk distribusi yang tidak simetris. Terlihat bahwa sebagian besar responden memberikan skor kepuasan dalam rentang 50–60, membentuk puncak kepadatan di sisi kanan grafik. Sementara itu, terdapat beberapa responden yang memberikan skor sangat rendah (sekitar 14–30), yang menjadi *outlier* dan menyebabkan bentuk distribusi semakin melebar ke kiri.

Tabel 5. Tabel Frekuensi (Data Berkelompok)

No	Rentang Kelas		Nilai Tengah	Frekuensi	Persentase	Persentase Kumulatif	Persentase Relatif
1	14	22	18	1	2%	1%	2%
2	23	31	27	0	0%	1%	2%
3	32	40	36	3	5%	4%	7%
4	41	49	45	17	28%	21%	35%
5	50	58	54	19	32%	40%	67%
6	59	67	63	15	25%	55%	92%
7	68	76	72	5	8%	60%	100%

Berdasarkan Tabel 5, dari jumlah responden sebanyak 60 orang, frekuensi tertinggi berada pada interval 50–58 dengan jumlah 19 responden (32%), diikuti oleh kelas 59-67 sebanyak 15 responden (25%), dan 41-49 sebanyak 17 responden (28%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki skor total kepuasan berada pada kategori menengah ke atas. Sebaliknya, hanya sedikit responden yang berada pada rentang nilai rendah. Interval 14-22 hanya diisi oleh 1 responden, dan tidak ada responden yang memiliki skor dalam rentang 23-31, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan sangat rendah jarang terjadi dalam penelitian ini. Distribusi ini memperkuat kesimpulan sebelumnya bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan musik digital cenderung tinggi, dengan sebaran data yang relatif merata di rentang nilai menengah ke atas.

Tabel 6. Kategorisasi Data Hipotetik

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 33	2	3.33
Sedang	33 - 51	23	38.33
Tinggi	51 <	35	58.33
Total		60	100.00



Dari hasil tabel 6, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 58.33%, berada dalam kategori kepuasan tinggi, sedangkan 38.33% tergolong dalam kategori sedang, dan hanya 3.33% berada dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN Jakarta telah merasakan manfaat dan kenyamanan dari layanan musik digital yang mereka gunakan, meskipun masih ada sebagian kecil pengguna yang belum sepenuhnya puas.

3. Penggunaan Spotify

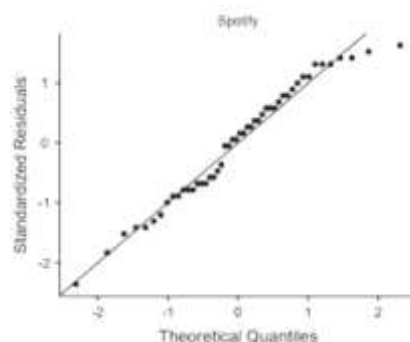
Tabel 7. Data Normalitas Spotify

Decriptives	Platform	Total
N		48
Missing		0
Mean		54.5
Median		55.5
Mode		47.0 ^a
Standard deviation		9.54
Range		56
Minimum		32
Maximum		70
Shapiro-Wilk W		0.968
Shapiro-Wilk p		0.220

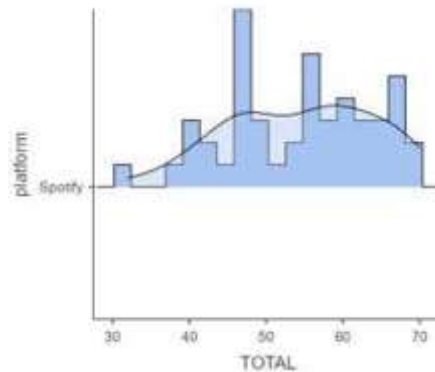
^a More than one mode exists, only the first is reported

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7, diperoleh nilai *Shapiro-Wilk* $W = 0,968$ dengan nilai signifikansi (p) = 0,220. Karena nilai p lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal secara statistik. Artinya, distribusi nilai kepuasan pengguna Spotify tidak menunjukkan penyimpangan signifikan dari distribusi normal.

Hasil ini juga diperkuat oleh nilai deskriptif, di mana nilai rata-rata (mean) = 54,5, median = 55,5, dan modus = 47,0. Ketiga nilai ini menunjukkan kecenderungan sebaran data yang relatif seimbang, dengan perbedaan yang kecil antara mean dan median. Standar deviasi sebesar 9,54 menunjukkan variasi yang wajar antarresponden, dengan nilai minimum 32 dan maksimum 70.



Gambar 3. QQ Plot Spotify



Gambar 4. Histogram Spotify

Berdasarkan gambar 3 dan 4, secara visual, histogram dan Q–Q Plot juga mendukung kesimpulan bahwa data terdistribusi normal. Pola persebaran nilai berada di sekitar rata-rata, tanpa ada outlier yang mencolok atau kemiringan distribusi yang ekstrem.

Tabel 8. Kategorisasi Data Hipotetik Spotify

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 33	1	2.08
Sedang	33 - 51	23	39.58
Tinggi	51 <	35	58.33
Total		60	100.00

Berdasarkan tabel 8, diketahui bahwa dari 48 responden yang menggunakan platform Spotify, sebagian besar berada pada kategori tingkat kepuasan tinggi, yaitu sebanyak 28 responden (58,33%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah merasa sangat puas terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan Spotify sebagai layanan musik digital.

Sebanyak 19 responden (39,58%) berada dalam kategori sedang, yang mencerminkan adanya pengalaman yang cukup positif namun belum sepenuhnya maksimal. Sementara itu, hanya 1 responden (2,08%) yang berada dalam kategori rendah, yang berarti terdapat sebagian kecil pengguna yang merasa kurang puas terhadap Spotify.

Temuan ini mengindikasikan bahwa Spotify telah berhasil memenuhi ekspektasi mayoritas pengguna di kalangan mahasiswa, baik dari sisi kenyamanan, fitur, hingga kemudahan akses. Dominasi kategori kepuasan tinggi juga memperkuat hasil temuan sebelumnya dalam statistik deskriptif dan analisis frekuensi, di mana skor-skor responden cenderung berada pada rentang nilai yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Spotify merupakan platform yang cukup disukai dan dihargai oleh sebagian besar responden dalam konteks penelitian ini.

Tabel 9. Frekuensi Tingkat Kepuasan Menggunakan Spotify

No	Rentang Kelas		Nilai Tengah	Frekuensi	Persentase	Frekuensi Kumulatif	Persentase Relatif
1	32	37	34.5	2	4.17%	2	4.17%
2	38	43	40.5	2	10.42%	7	14.58%
3	44	49	46.5	9	18.75%	16	33.33%
4	50	55	52.5	12	25.00%	28	58.33%



5	56	61	58.5	10	20.83%	38	79.17%
6	62	67	64.5	9	18.75%	47	97.92%
7	68	72	70.5	1	2.08%	48	100%

Berdasarkan Tabel 9, data yang diperoleh dari 48 responden, diketahui bahwa skor kepuasan pengguna Spotify berada dalam rentang nilai minimum 32 hingga maksimum 70, dengan range sebesar 38 poin. Menggunakan rumus Sturges, ditentukan bahwa data dibagi ke dalam 7 kelas interval, dengan panjang masing-masing interval sebesar 6 poin.

4. Penggunaan Youtube Music

Tabel 10. Uji Normalitas Youtube Music

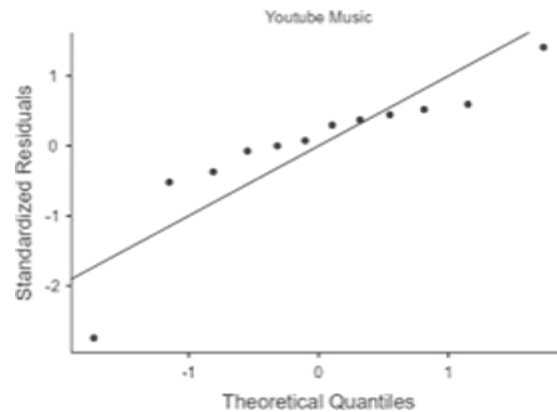
Deacriptives	
	Platform
N	12
Missing	0
Mean	51.0
Median	53.5
Mode	14.0 ^a
Standard deviation	13.5
Minimum	14
Maximum	70
Shapiro-Wilk W	0.807
Shapiro-Wilk p	0.011

^a More than one mode exists, only the first is reported

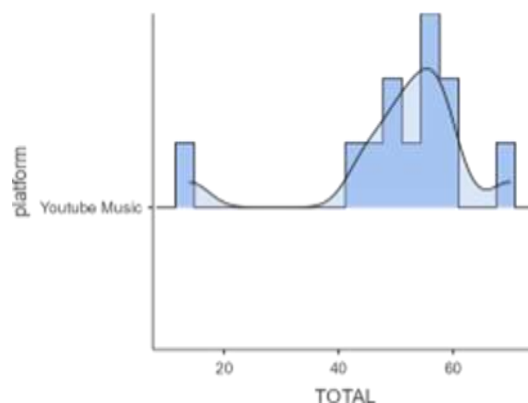
Berdasarkan Tabel 10, hasil uji yang diperoleh melalui aplikasi Jamovi, nilai *Shapiro-Wilk W* = 0,807 dengan nilai signifikansi (*p*) = 0,011. Karena nilai *p* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyimpangan signifikan dari distribusi normal pada data kepuasan pengguna YouTube Music.

Temuan ini juga didukung oleh statistik deskriptif, di mana nilai rata-rata (mean) = 51,0, median = 53,5, dan modus = 14,0. Selisih yang cukup besar antara modus dan median mengindikasikan adanya ketidaksimetrisan distribusi serta kemungkinan keberadaan nilai ekstrem yang menarik distribusi ke arah kiri. Selain itu, nilai standar deviasi sebesar 13,5 dengan range data yang cukup lebar (14-70) menunjukkan tingginya variasi dalam persepsi kepuasan antarresponden.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data kepuasan pengguna YouTube Music tidak memenuhi asumsi normalitas, sehingga dalam analisis lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan statistik non-parametrik agar hasil yang diperoleh tetap valid, khususnya ketika membandingkan dengan data dari platform lainnya.



Gambar 5. QQ Plot Youtube Musik



Gambar 6. Histogram Youtube Musik

Tabel 11. Kategorisasi Data Hipotetik Youtube Music

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 33	<u>1</u>	8.33
Sedang	33 - 51	<u>4</u>	33.33
Tinggi	51 <	<u>7</u>	58.33
Total		60	100.00

Berdasarkan hasil kategorisasi data hipotetik pada Tabel 11, diketahui bahwa dari 12 responden pengguna YouTube Music, sebagian besar berada pada kategori tingkat kepuasan tinggi, yaitu sebanyak 7 responden (58,33%). Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh pengguna merasa sangat puas terhadap layanan YouTube Music dalam hal kemudahan akses, kenyamanan fitur, maupun pengalaman mendengarkan musik secara umum.

Sementara itu, sebanyak 4 responden (33,33%) berada dalam kategori sedang, yang menunjukkan bahwa pengalaman mereka menggunakan YouTube Music cukup memuaskan, meskipun mungkin belum sepenuhnya optimal dalam beberapa aspek. Adapun 1 responden (8,33%) berada dalam kategori rendah, yang menunjukkan masih adanya pengguna yang kurang merasa puas terhadap layanan tersebut.

Secara umum, hasil ini mencerminkan bahwa mayoritas pengguna YouTube Music di kalangan mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah memiliki persepsi positif terhadap platform tersebut, meskipun jumlah responden relatif sedikit. Kategori tertinggi mendominasi, yang sejalan



dengan kecenderungan hasil statistik deskriptif sebelumnya bahwa persepsi terhadap platform ini cenderung baik, meski tidak sekuat dominasi kepuasan pada pengguna Spotify.

Tabel 12. Frekuensi Tingkat Kepuasan Youtube Music

No	Rentang Kelas	Nilai Tengah	Frekuensi	Persentase	Frekuensi Kumulatif	Persentase Relatif
1	14-25	19.5	1	8.33%	1	8.33%
2	26-37	31.5	2	16.67%	3	25.00%
3	38-49	43.5	3	25.00%	6	50.00%
4	50-61	55.5	4	33.33%	10	83.33%
5	62-73	67.5	2	16.67%	12	100.00%

Berdasarkan Tabel 12, data dari 12 responden pengguna YouTube Music, diketahui bahwa skor total kepuasan berada pada rentang nilai minimum 14 hingga maksimum 70, dengan range sebesar 56 poin. Dengan menggunakan rumus Sturges, ditentukan jumlah kelas sebanyak 5 kelas, dan panjang interval masing-masing sebesar 12 poin.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan musik digital berada pada kategori tinggi untuk kedua platform, namun Spotify menunjukkan hasil yang lebih konsisten. Rata-rata kepuasan pengguna Spotify sebesar 54,5 dengan distribusi data normal dan mayoritas responden (58,33%) berada pada kategori kepuasan tinggi, sedangkan YouTube Music memiliki rata-rata 51,0 dengan distribusi tidak normal tetapi tetap menunjukkan 58,33% pengguna pada kategori kepuasan tinggi. Secara keseluruhan, Spotify lebih unggul karena variasi skor yang lebih stabil dan distribusi yang lebih simetris, sehingga memenuhi ekspektasi pengguna dengan lebih baik dibandingkan YouTube Music, terutama dalam aspek fitur, kemudahan akses, dan pengalaman pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. (2020). Analisis kepuasan pengguna layanan streaming musik. *Komunika: Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 88–97.
- Huang, M., & Huddleston, P. (2009). Consumer satisfaction with digital music platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(6), 434–442.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Putri, R. A. (2022). Preferensi mahasiswa dalam penggunaan YouTube Music. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 122–130.
- Rakhmah, S. N., & Leidiyana, H. (2024). Perbandingan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap aplikasi streaming musik menggunakan metode AHP. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 5(1), 12–20.
- Salsabila, A., Ramadhan, R., & Puspita, D. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Spotify di kalangan mahasiswa. *International Journal of Management and Business Studies*, 3(2), 45–52.