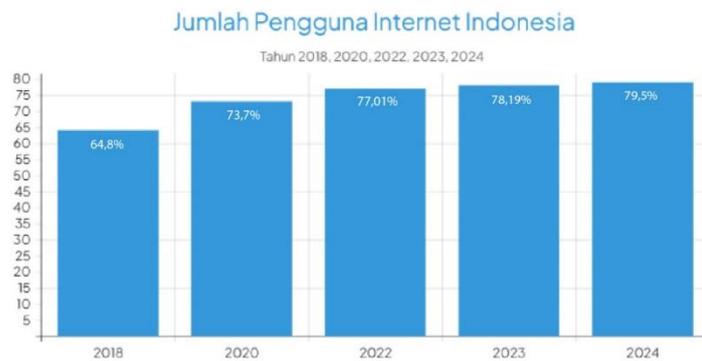


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modern ini, perkembangan teknologi dan modernisasi berjalan dengan pesat. Kehidupan masyarakat pun beradaptasi secara perlahan terhadap perubahan tersebut. Semakin banyak teknologi baru yang bermunculan, gaya hidup pun ikut berubah. Hal ini dapat kita lihat di hampir seluruh aspek kehidupan, salah satunya adalah internet. Sejak awal kemunculannya, internet terus berkembang hingga saat ini dan menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat



Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Pada tahun 2024, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa, dari total populasi 278,69 juta jiwa. Angka ini menunjukkan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5%, yang berarti hampir 8 dari 10 penduduk Indonesia terhubung dengan internet. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, penetrasi

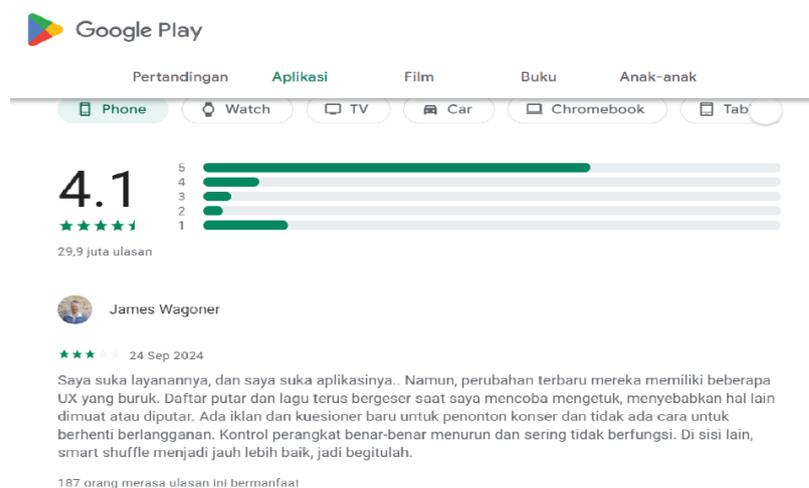
internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1,4%. Hal ini menunjukkan tren positif yang terus meningkat selama lima tahun terakhir.

Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi (teknologi digital), ia telah menjadi elemen vital dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Dalam beberapa dekade terakhir, hal ini memicu lahirnya berbagai inovasi baru di berbagai sektor (Ekaputri et al., 2016). Inovasi tersebut mencakup berbagai industri, mulai dari pendidikan, ekonomi, keuangan, sosial, keamanan, kesehatan, dan masih banyak lagi. Fenomena ini diperkuat dengan fakta bahwa penggunaan teknologi digital membawa banyak dampak positif, seperti membuka peluang bisnis baru, mengoptimalkan biaya produksi dan operasional, mempercepat komunikasi, dan lain sebagainya (Bugaresta, 2013).

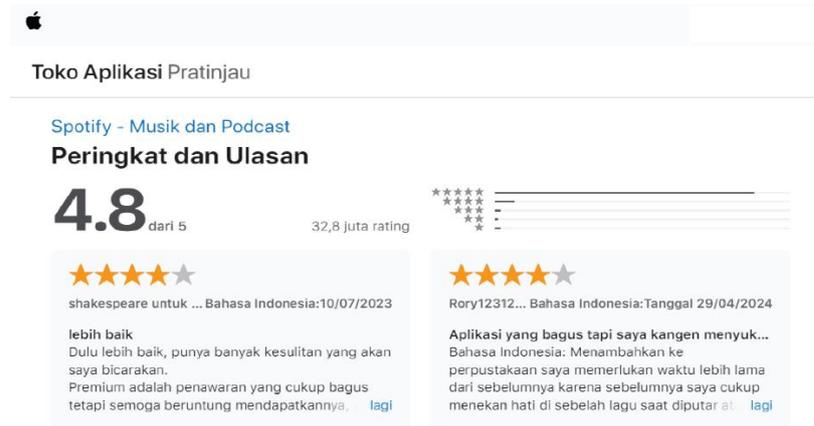
Pada industri musik, tren penggunaan aplikasi *streaming* di Indonesia terus meningkat, menggantikan metode tradisional seperti penggunaan CD, kaset, nada dering, musik latar, dan radio. Pola konsumsi musik di Indonesia telah beralih dari berbasis kepemilikan melalui kaset, CD, dan unduhan, menuju konsumsi *real-time* melalui layanan *streaming*. Masyarakat Indonesia kini mulai meninggalkan pembelian CD atau album fisik untuk mendengarkan musik. Sebanyak 88% masyarakat lebih memilih mendengarkan musik secara online, sementara hanya 12% yang masih mendengarkan musik secara *offline* (Dailysocial, 2018). Aplikasi *streaming* musik menghasilkan pendapatan melalui pengguna yang berlangganan layanan premium. Industri musik digital di Indonesia telah berkembang pesat dengan munculnya banyak perusahaan penyedia layanan musik digital. Pangsa pasar Indonesia dinilai memiliki potensi besar untuk mengembangkan model bisnis *freemium* dalam layanan musik digital.

Dalam konteks industri aplikasi *music streaming*, Spotify merupakan salah satu platform *streaming* musik yang paling populer di dunia, termasuk di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya popularitas ini, Spotify perlu terus menjaga dan memperkuat posisinya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dari berbagai platform *streaming* musik lainnya, seperti Apple Music dan YouTube Music. Keberadaan berbagai alternatif tersebut menjadi ancaman yang signifikan bagi Spotify, karena pengguna memiliki banyak pilihan untuk beralih ke platform lain yang menawarkan pengalaman yang mungkin lebih baik.

Kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam mempertahankan popularitas dan keberhasilan Spotify. Pengalaman pengguna yang baik sangat berkaitan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman yang mereka peroleh saat menggunakan aplikasi cenderung memiliki persepsi positif terhadap aplikasi tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan kesetiaan mereka terhadap produk. Sebaliknya, pengalaman yang buruk dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, sehingga mereka lebih cenderung untuk mempertimbangkan beralih ke platform lain.



Gambar 1. 2 Penilaian Pengguna Spotify pada Google Play Store



Gambar 1. 3 Penilaian Pengguna Spotify pada Apple Store

Berdasarkan penilaian pengguna pada Google Play Store, aplikasi Spotify meraih rating 4,1 dari total ulasan 29,9 juta pengguna. Adapun pada Apple Store, aplikasi Spotify meraih rating 4,8 dari total ulasan 32,8 juta pengguna. Baik pada Google Play Store dan Apple Store, masih ditemukan beberapa ulasan negatif dari pengguna terkait layanan aplikasinya. Berdasarkan observasi, beberapa ulasan negatif dari pengguna aplikasi Spotify disebabkan oleh masalah yang berkaitan dengan *user experience*.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengguna untuk tetap menggunakan Spotify adalah pengalaman pengguna atau *User Experience* (UX) yang mereka rasakan selama menggunakan aplikasi. *User Experience* meliputi berbagai aspek interaksi pengguna dengan aplikasi, mulai dari kemudahan navigasi, kecepatan akses, tampilan antarmuka, hingga kualitas konten yang tersedia. Menurut Kusuma et al. (2019), *user experience* berhubungan dengan reaksi emosional serta evaluasi yang dirasakan oleh pengguna selama menggunakan produk atau sistem. Pengalaman pengguna ini dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai efektivitas suatu layanan atau produk, sekaligus memastikan apakah

layanan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan pandangan pengguna, sebagaimana dijelaskan oleh Juniantari & Putra (2021).

Selanjutnya, penulis pun dalam penelitian ini melakukan studi awal yang menggunakan metode wawancara dengan salah satu narasumber yang merupakan *content creator* aktif di Spotify. Penulis memilih untuk mewawancari *content creator* yang aktif pada Spotify untuk mendapat pengetahuan yang pada akhirnya penelitian ini dapat memberikan dampak yang nyata kepada Spotify, melalui para pembuat konten di dalamnya. Dengan adanya fitur ulasan terhadap para produsen konten di Spotify, diharapkan dengan dilibatkannya sebagai narasumber untuk studi awal dalam penelitian ini, perihal terkait *user experience* terhadap kepuasan pelanggan dapat menjadi poin untuk diulas kemudian hari oleh para *content creator* kepada Spotify itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pengalaman penggunaan aplikasi, khususnya dalam proses unggah konten. Narasumber mengungkapkan adanya ketidaknyamanan ketika menggunakan Spotify untuk mengunggah hasil produksi kontennya. Hal ini mencerminkan adanya kendala teknis dan ketidaksesuaian ekspektasi pengguna terhadap fitur dan performa aplikasi tersebut.

Lebih lanjut, hasil observasi dan pengumpulan data awal menunjukkan bahwa masalah kepuasan pelanggan di Spotify masih terdapat keluhan terkait fitur-fitur yang tersedia, seperti tampilan dan navigasi aplikasi yang dianggap kurang intuitif dan menyulitkan pengguna. Selain itu, sistem rekomendasi konten yang disediakan sering kali tidak relevan dengan preferensi pengguna, sehingga menurunkan nilai guna dari aplikasi itu sendiri. Berikutnya, Spotify dinilai belum

mampu menjaga stabilitas dan keandalan layanan secara konsisten. Beberapa pengguna melaporkan adanya ketidakstabilan sistem, yang mengarah pada kekecewaan dan persepsi negatif terhadap Spotify sebagai penyedia layanan.

Temuan-temuan awal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pengalaman pengguna dengan tingkat kepuasan pelanggan. Permasalahan yang muncul menjadi dasar penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi Spotify, khususnya dari perspektif konten kreator sebagai salah satu segmen pengguna aktif. Dengan memahami aspek-aspek pengalaman pengguna yang memengaruhi kepuasan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna Spotify.

Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan peneliti, terdapat masalah Kepuasan Pelanggan terkait aplikasi Spotify sebagai berikut:

- a. *Product & Services Features*: Masih terdapat beberapa keluhan mengenai fitur yang disediakan Spotify, seperti tampilan dan navigasi yang tidak sesuai ekspektasi, serta rekomendasi musik yang terkadang kurang relevan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang ada belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pengguna.
- b. *Attributions*: Spotify belum sepenuhnya dapat mempertahankan keandalan layanan sehingga menurunkan tingkat ketergantungan pengguna terhadap aplikasi ini. Pengguna yang merasa kecewa karena ketidakstabilan aplikasi cenderung memiliki atribusi negatif terhadap Spotify.

Hal tersebut disebabkan oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan *User Experience* (UX) menurut Schrepp *et al.* (2017) pada Spotify, yang meliputi:

- a. Kemudahan: Kesulitan dalam navigasi dan penemuan fitur menghambat pengguna untuk menikmati layanan dengan optimal, mengurangi kenyamanan mereka dalam menggunakan aplikasi.
- b. Ketergantungan: Masalah pada stabilitas aplikasi menurunkan kepercayaan pengguna, karena mereka tidak dapat selalu mengandalkan Spotify untuk pengalaman mendengarkan yang lancar.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *User Experience* (UX) terhadap Kepuasan Pelanggan pada aplikasi Spotify di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana setiap aspek *User Experiences* dapat meningkatkan atau mengurangi kepuasan pelanggan, khususnya di kalangan Generasi Z dan hasilnya akan dituangkan dalam skripsi dengan judul “Pengaruh *User Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Spotify (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Bandung)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa masalah yang perlu diteliti lebih lanjut terkait dengan *User Experience* terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Spotify. Masalah-masalah tersebut antara lain:

1. Bagaimana gambaran umum aplikasi Spotify di kalangan Generasi Z di Kota Bandung?
2. Bagaimana kondisi *User Experience* dan kepuasan pelanggan pada aplikasi Spotify?
3. Seberapa besar pengaruh *User Experience* terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Spotify di kalangan Generasi Z di Kota Bandung?
4. Apa hambatan dan upaya Spotify dalam menjalankan *User Experience* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran bagaimana Generasi Z, sebagai bagian dari generasi muda khususnya di Kota Bandung, menggunakan aplikasi Spotify dalam aktivitas sehari-hari mereka, serta faktor-faktor yang memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan aplikasi tersebut.
2. Untuk mengetahui kondisi *User Experience* terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Spotify.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *User Experience* terhadap kepuasan pelanggan di Kota Bandung.

4. Untuk mengetahui hambatan dan upaya Spotify dalam menjalankan *User Experience* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan atau manfaat, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori terkait dengan *User Experience* dan kepuasan pelanggan dalam konteks aplikasi *streaming* musik. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan dalam industri teknologi digital.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Universitas Pasundan

Bagi kampus, penelitian ini menambah khazanah pengetahuan dan literatur akademik di bidang pemasaran digital dan pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan dosen yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama atau terkait, serta memberikan wawasan praktis yang dapat diaplikasikan dalam pengembangan kurikulum dan program studi yang berkaitan dengan pemasaran, teknologi, dan manajemen.

b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini memberikan pengalaman praktis dalam melakukan penelitian empiris, termasuk dalam pengumpulan dan analisis data, memperdalam pemahaman tentang hubungan antara *User Experience* dan kepuasan pelanggan, serta menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut yang dapat dikembangkan di masa depan.

c. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, dalam hal ini Spotify, penelitian ini memberikan wawasan mengenai elemen-elemen *User Experience* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini menyediakan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna berdasarkan temuan penelitian.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Bandung, dengan fokus pada pengguna aktif aplikasi Spotify generasi Z usia 20-29 tahun. Kota Bandung dipilih karena memiliki populasi pengguna internet yang cukup besar dan beragam, yang diharapkan dapat memberikan data yang representatif untuk penelitian ini.

2. Lamanya penelitian

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama 6 bulan yaitu bulan Agustus 2024 sampai dengan bulan Januari 2025. Untuk menyusun lebih jelas mengenai pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Penelitian dari bulan Agustus 2024-Januari 2025

NO	KEGIATAN	Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
		Minggu ke																							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TAHAP PERSIAPAN																									
1	Penjajakan																								
2	Studi Kepustakaan																								
3	Pengajuan Judul																								
4	Penyusunan Usulan Penelitian																								
5	Seminar Usulan Penelitian																								
6	Revisi Hasil S UP																								
TAHAP PENELITIAN																									
1	Pengumpulan data																								
2	Pengolahan data																								
3	Analisis data																								
TAHAP PENYUSUNAN																									
1	Laporan Akhir																								
2	Sidang Skripsi																								
3	Revisi Hasil Sidang Skripsi																								

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)