

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 PROFIL RESPONDEN

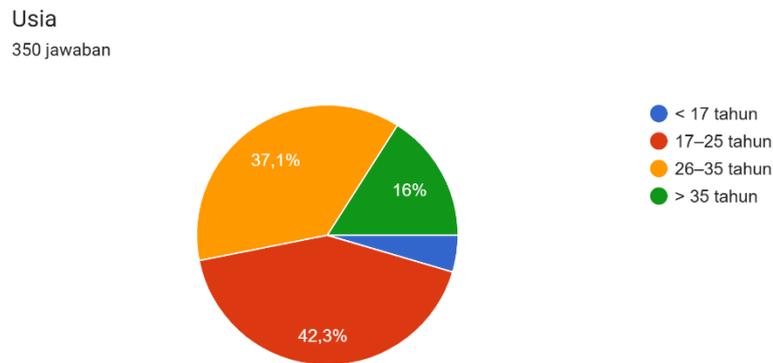
Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Aplikasi YouTube Music dengan jumlah partisipan sebanyak 350 orang. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form. Kuesioner yang digunakan memuat 18 pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi terkait frekuensi penggunaan, pengalaman, serta persepsi responden terhadap aplikasi. Dari hasil pengisian kuesioner tersebut, diperoleh data yang kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori penggunaan dan karakteristik responden.

5.1.1 Reponden Berdasarkan Usia

Berikut pengelompokkan data responden sesuai dengan usia, dapat dilihat pada tabel 5.1 dan gambar 5.1.

Tabel 5.1 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
< 17 tahun	16	4,6%
17–25 tahun	148	42,3%
26–35 tahun	130	37,1%
> 35 tahun	56	16%
Total	350	100%



Gambar 5.1 Diagram Usia

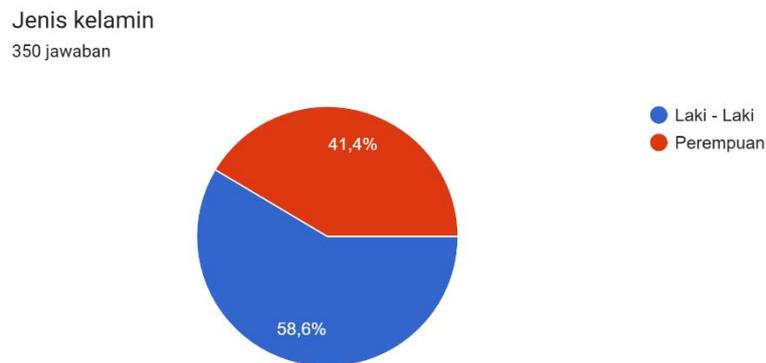
Berdasarkan tabel 5.1 dan gambar 5.1 diketahui bahwa jumlah responden dengan usia < 17 tahun 16 responden 4,6%, 17–25 tahun 148 responden 42,3%, 26–35 tahun 130 responden 37,1% > 35 tahun 56 responden 16%.

5.1.2 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut pengelompokkan data responden sesuai dengan Jenis Kelamin, dapat dilihat pada tabel 5.2 dan gambar 5.2.

Tabel 5.2 Jenis Kelamin

Usia	Frekuensi	Persentase
Laki – Laki	205	58,6%
Perempuan	145	41,4%
Total	350	100%



Gambar 5.2 Diagram Jenis Kelamin

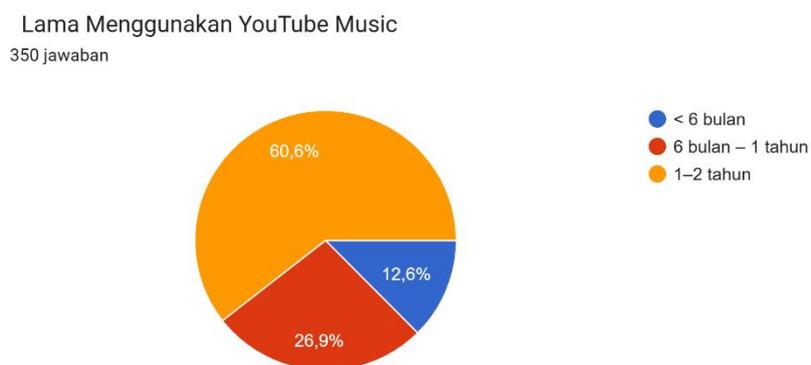
Berdasarkan tabel 5.2 dan gambar 5.2 diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin, Laki – Laki 205 responden 58,6%, Perempuan 145 responden 41,4%.

5.1.3 Reponden Berdasarkan Penggunaan aplikasi

Berikut pengelompokkan data responden sesuai dengan penggunaan aplikasi, dapat dilihat pada tabel 5.3 dan gambar 5.3

Tabel 5.3 Penggunaan

Penggunaan	Frekuensi	Persentase
< 6 bulan	44	12,6%
6 bulan – 1 tahun	94	26,9%
1–2 tahun	212	60,6%
Total	350	100



Gambar 5.3 Diagram Penggunaan

Berdasarkan tabel 5.3 dan gambar 5.3 berdasarkan penggunaan aplikasi yaitu < 6 bulan 44 responden 12,6%, 6 bulan – 1 tahun 94 responden 26,9%, 1–2 tahun 212 responden 60,6%.

5.2 UJI INSTRUMEN

Instrumen pengukur seluruh variabel pada penelitian ini menggunakan kuesioner, disampaikan pada responden untuk dapat memberikan pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialaminya. Berikut ini hasil dari pengujian *SEM* dan pengujian validitas dan reliabilitas pada kuesioner penelitian.

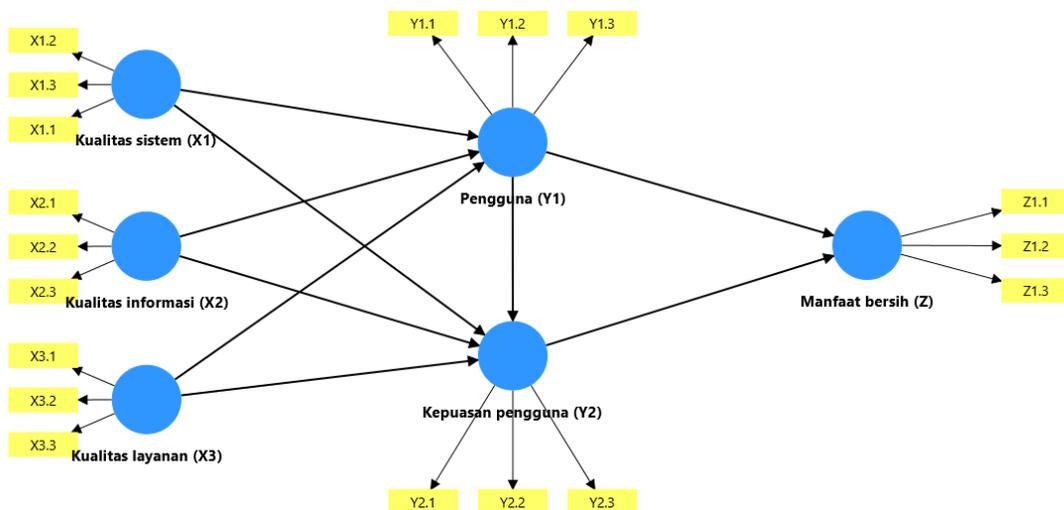
5.2.1 Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)

Fokus dari evaluasi model pengukuran adalah mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari pengukuran konstruk atau indikator. Pada model pengukuran di penelitian ini, evaluasi model pengukuran dilakukan dengan menggunakan *convergent validity* dan *discriminat validity*, nilai *AVE* (*average variance extracted*), dan reliabilitas *Cronbach's Alpha, composite reliability* [48].

1. Uji Validitas Konvergen (*Outer Loading*)

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* harus $> 0,7$ dikatakan ideal dalam uji validitas konvergen.

Structural equation modelling pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 5.4.



Gambar 5.4 Model *Structural Equation Modelling*

Pada gambar 5.4 sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *Structural equation modelling* pada penelitian ini terdiri dari 6 variabel dan terdiri dari 18 pertanyaan.

Pengujian uji validitas konvergen dengan melihat nilai *outer loadings* dapat dilihat pada tabel 5.4.

Tabel 5.4 Nilai Uji Validitas Konvergen (*Outer Loadings*)

	Kepuasan pengguna (Y2)	Kualitas informasi (X2)	Kualitas layanan (X3)	Kualitas sistem (X1)	Manfaat bersih (Z)	Pengguna (Y1)
X1.1				0.878		
X1.2				0.857		
X1.3				0.847		
X2.1		0.856				
X2.2		0.863				
X2.3		0.852				
X3.1			0.856			
X3.2			0.859			
X3.3			0.859			
Y1.1						0.817
Y1.2						0.877
Y1.3						0.854
Y2.1	0.870					
Y2.2	0.872					
Y2.3	0.861					
Z1.1					0.862	
Z1.2					0.856	
Z1.3					0.849	

Pada tabel 5.4 Seluruh nilai outer loading memiliki angka $> 0,7$, sehingga setiap indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dan tidak memerlukan eliminasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

2. Uji Validitas Diskriminan (*Cross Loadings*)

Pengujian validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui prinsip pengukur- pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Uji pengukuran validitas diskriminan dinilai dengan melihat *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. Setiap indikator akan dikatakan

mampu menjelaskan variabelnya di bandingkan variabel lainnya jika nilai cross loading antar indikator dengan variabel latennya > dari nilai *cross loading* antara indikator dengan laten lainnya.

Hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel 5.5.

Tabel 5.5 Nilai Uji Validitas Diskriminan (*Cross Loadings*)

	Kepuasan pengguna (Y2)	Kualitas informasi (X2)	Kualitas layanan (X3)	Kualitas sistem (X1)	Manfaat bersih (Z)	Pengguna (Y1)
X1.1	0.612	0.639	0.604	0.878	0.627	0.604
X1.2	0.566	0.537	0.574	0.857	0.550	0.585
X1.3	0.564	0.575	0.522	0.847	0.572	0.592
X2.1	0.543	0.856	0.528	0.566	0.544	0.513
X2.2	0.568	0.863	0.551	0.591	0.585	0.560
X2.3	0.589	0.852	0.626	0.588	0.562	0.537
X3.1	0.533	0.520	0.856	0.547	0.533	0.527
X3.2	0.540	0.554	0.859	0.545	0.544	0.498
X3.3	0.607	0.628	0.859	0.600	0.642	0.578
Y1.1	0.566	0.523	0.565	0.560	0.601	0.817
Y1.2	0.586	0.542	0.491	0.580	0.582	0.877
Y1.3	0.602	0.534	0.535	0.617	0.591	0.854
Y2.1	0.870	0.542	0.556	0.591	0.555	0.569
Y2.2	0.872	0.574	0.573	0.597	0.605	0.631
Y2.3	0.861	0.607	0.577	0.570	0.584	0.591
Z1.1	0.602	0.587	0.555	0.619	0.862	0.630
Z1.2	0.547	0.545	0.594	0.552	0.856	0.556
Z1.3	0.569	0.557	0.576	0.566	0.849	0.597

Pada tabel 5.5 Indikator yang memiliki loading factor lebih tinggi pada variabel yang diukur dibandingkan dengan variabel lainnya menunjukkan bahwa indikator tersebut memang sesuai dan relevan untuk variabel tersebut. Dengan kata lain, indikator tersebut lebih kuat hubungannya dengan variabelnya sendiri dibandingkan dengan variabel lain. Hal ini berarti bahwa

uji validitas diskriminan telah terpenuhi. Dalam penelitian, validitas diskriminan menunjukkan sejauh mana konstruk yang berbeda benar-benar saling berbeda dan tidak tumpang tindih. Jika nilai cross-loading untuk indikator pada konstraknya lebih besar dari 0,70, maka model tersebut dapat dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik, sehingga setiap konstruk mampu mengukur aspek yang unik dan tidak bercampur dengan konstruk lainnya.

3. Validitas Nilai *AVE* Dan Nilai Diskriminan

Nilai *AVE* menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel *manifest* yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Dengan demikian, semakin besar varian atau keragaman variabel *manifest* yang dapat dikandung oleh *kontruk laten*, maka semakin besar representasi variabel *manifes* terhadap konstruk latennya, Penilaian validitas diskriminan adalah dengan nilai *average variance extracted (AVE)* untuk setiap variabel pada model, nilai *AVE* yang disarankan yaitu $> 0,5$. Nilai *ave* dapat dilihat pada tabel 5.6.

Tabel 5.6 Nilai *AVE*

	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan pengguna (Y2)	0.753
Kualitas informasi (X2)	0.734
Kualitas layanan (X3)	0.736
Kualitas sistem (X1)	0.741
Manfaat bersih (Z)	0.732
Pengguna (Y1)	0.722

Berdasarkan tabel 5.6 semua nilai AVE di atas ambang batas 0.5, menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki validitas konvergen yang baik. Hal ini berarti bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk mampu secara efektif merepresentasikan konstruk tersebut

4. Uji Reliabilitas (*Cronbach's Alpha* Dan *Composite Reliability*)

Selain uji validitas konstruk, juga dilakukan Uji Reliabilitas konstruk. Penggunaan indikator sebagai item-item pertanyaan dari data variabel penelitian mensyaratkan adanya suatu pengujian konsistensi melalui uji reliabilitas, sehingga data yang digunakan tersebut benar-benar dapat dipercaya atau memenuhi aspek kehandalan untuk dianalisis lebih lanjut. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan dua ukuran, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Besaran nilai minimal *Cronbach's Alpha* ialah 0,7 sedangkan idealnya adalah 0,8 atau 0,9. Selain *Cronbach's Alpha* digunakan juga nilai *Composite Reliability* yang harus bernilai $> 0,60$.

Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dapat dilihat pada tabel 5.7

Tabel 5.7 Nilai *Cronbach's Alpha* Dan *Composite Reliability*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
Kepuasan pengguna (Y2)	0.836	0.902
Kualitas informasi (X2)	0.819	0.892
Kualitas layanan (X3)	0.821	0.893
Kualitas sistem (X1)	0.825	0.895

Manfaat bersih (Z)	0.817	0.891
Pengguna (Y1)	0.807	0.886

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai Composite Reliability di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas komposit yang baik dan dapat diandalkan. Nilai Cronbach's Alpha juga menunjukkan konsistensi internal yang cukup baik, dengan semua konstruk berada di atas 0,76. Hal ini menandakan bahwa seluruh indikator dalam masing-masing konstruk sudah cukup reliabel dalam mengukur variabel yang dimaksud.

5.2.2 Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

Setelah model yang di estimasi memenuhi kriteria *outer model* (uji validitas dan uji reliabilitas), langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan pengujian *inner model* (model struktural), yang terdiri dari [49].

1. Uji *R-Square* (R²)

Digunakan untuk mengetahui hubungan dari beberapa variabel yang digunakan, maka diperlukan Uji *R-Square* dimana prediksi yang baik dari sebuah model akan didapat apabila nilai R² semakin tinggi. Klasifikasi nilai R² yaitu > 0,67 (Tinggi), 0,33 – 0,66 (Sedang), 0,19 – 0,31 (Lemah).

Nilai R² dapat dilihat pada tabel 5.8.

Tabel 5.8 Nilai R²

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan pengguna (Y2)	0.607	0.602

Manfaat bersih (Z)	0.554	0.552
Pengguna (Y1)	0.546	0.542

Uji R-Square dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model. Semakin tinggi nilai R-Square, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Berdasarkan hasil uji, nilai R-Square untuk variabel Kepuasan Pengguna (Y2) sebesar 0,607 dan R-Square Adjusted sebesar 0,602, yang termasuk dalam kategori sedang (0,33 – 0,66). Ini menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 60,7% variasi pada Kepuasan Pengguna melalui variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Untuk variabel Manfaat Bersih (Z), nilai R-Square sebesar 0,554 dan Adjusted-nya 0,552, yang juga berada dalam klasifikasi sedang. Artinya, sekitar 55,4% perubahan pada Manfaat Bersih dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan.

Sementara itu, pada variabel Pengguna (Y1), nilai R-Square tercatat 0,546 dan Adjusted 0,542, yang termasuk dalam kategori sedang pula. Ini mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 54,6% variasi pada variabel tersebut. Dengan demikian, seluruh variabel dependen dalam model menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup baik (kategori sedang) terhadap variabel-variabel bebas yang dianalisis.

2. Uji *F-Square* (F2)

Uji *F-Square* nilai yang baik jika hasil yang diperoleh kecil dan dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *laten eksogen* atau *independen* terhadap variabel *laten endogen* atau *dependen*, standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar).

Nilai F2 dapat dilihat pada tabel 5.9.

Tabel 5.9 Nilai *F-Square* (F2)

	Kepuasan pengguna (Y2)	Manfaat bersih (Z)	Pengguna (Y1)
Kepuasan pengguna (Y2)		0.156	
Kualitas informasi (X2)	0.049		0.042
Kualitas layanan (X3)	0.047		0.052
Kualitas sistem (X1)	0.039		0.166
Pengguna (Y1)	0.101	0.235	

Berdasarkan Tabel 5.9, Uji *F-Square* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji, Kepuasan Pengguna (Y2) memiliki pengaruh sedang terhadap Manfaat Bersih (Z) dengan nilai *F-Square* sebesar 0,156. Kualitas Informasi (X2) memberikan pengaruh kecil terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) sebesar 0,049 dan terhadap Pengguna (Y1) sebesar 0,042. Kualitas Layanan (X3) juga menunjukkan pengaruh kecil terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) sebesar 0,047 dan terhadap Pengguna (Y1) sebesar

0,052. Kualitas Sistem (X1) memiliki pengaruh kecil terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) sebesar 0,039, namun menunjukkan pengaruh sedang terhadap Pengguna (Y1) dengan nilai 0,166. Selanjutnya, variabel Pengguna (Y1) memberikan pengaruh kecil terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) sebesar 0,101 dan pengaruh sedang terhadap Manfaat Bersih (Z) sebesar 0,235. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar variabel memiliki pengaruh kecil, namun terdapat beberapa yang menunjukkan pengaruh sedang terhadap variabel dependen dalam model.

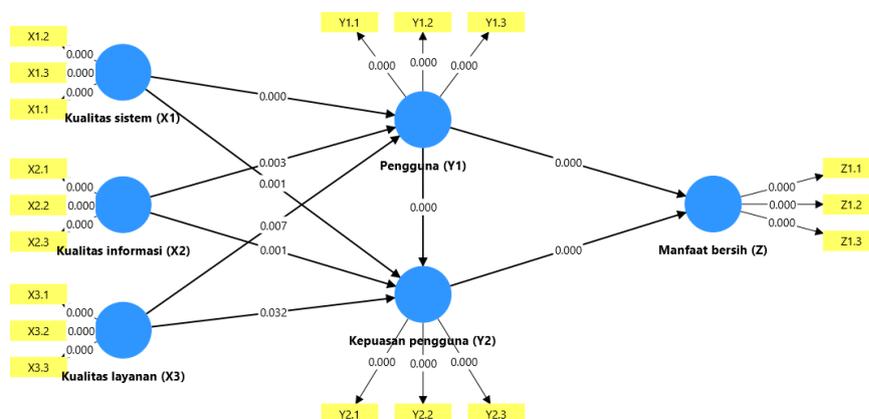
5.3 UJI HIPOTESIS

Pada uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *software* analisis data yaitu *bootstrapping* dengan *Smart Partial Least Square (Smartpls)*.

5.3.1 Hasil *Bootstrapping SMARTPLS*

Langkah terakhir yang dilakukan yaitu pengolahan menggunakan *bootstrapping*. *Bootstrapping* digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Berikut adalah model *struktural* setelah dilakukan *bootstrapping* dapat dilihat pada gambar 5.5.



Gambar 5.5 Model *Structural Bootstrapping*

Berdasarkan hasil perhitungan *bootstraping* pada gambar 5.5 diatas, dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan antar *konstruk* yang menggunakan beberapa kriteria yang harus dipenuhi yaitu *original sample*, *t-statistics* dan *p-value*. Jika pada *original sampel* menunjukkan nilai positif berarti arahnya positif dan jika nilai *original sampel* negatif berarti arahnya negatif. Sedangkan *t-statistics* dikatakan valid apabila antar variabel memiliki nilai *t-statistics* > 1,96. Indikator juga dapat dikatakan valid jika memiliki *p-value* < 0,05, Untuk dapat dikatakan suatu hipotesis diterima maka ketiga syarat tersebut harus terpenuhi [50] . Berikut nilai hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 5.10.

Tabel 5.10 Nilai Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Kepuasan pengguna (Y2) - > Manfaat bersih (Z)	0.363	0.363	0.061	5.968	0.000
Kualitas informasi (X2) - > Kepuasan pengguna (Y2)	0.209	0.210	0.064	3.255	0.001
Kualitas informasi (X2) - > Pengguna (Y1)	0.205	0.207	0.070	2.925	0.003
Kualitas layanan (X3) -> Kepuasan pengguna (Y2)	0.202	0.211	0.094	2.149	0.032
Kualitas layanan (X3) -> Pengguna (Y1)	0.222	0.222	0.082	2.694	0.007
Kualitas sistem (X1) -> Kepuasan pengguna (Y2)	0.196	0.193	0.059	3.334	0.001

Kualitas sistem (X1) -> Pengguna (Y1)	0.405	0.401	0.068	5.957	0.000
Pengguna (Y1) -> Kepuasan pengguna (Y2)	0.296	0.288	0.084	3.508	0.000
Pengguna (Y1) -> Manfaat bersih (Z)	0.446	0.445	0.063	7.064	0.000

Berdasarkan pada tabel 5.10 seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima.

5.4 HASIL ANALISIS

Berikut pembahasan hasil hipotesis diatas :

1. Kepuasan pengguna (Y2) → Manfaat bersih (Z)

Arah hubungan: Positif (0.363)

T-Statistik: 5.968 (>1,96)

P-Value: 0.000 (<0,05)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap manfaat bersih.

2. Kualitas informasi (X2) → Kepuasan pengguna (Y2)

Arah hubungan: Positif (0.209)

T-Statistik: 3.255 (>1,96)

P-Value: 0.001 (<0,05)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3. Kualitas informasi (X2) → Pengguna (Y1)

Arah hubungan: Positif (0.205)

T-Statistik: 2.925 ($>1,96$)

P-Value: 0.003 ($<0,05$)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna.

4. Kualitas layanan (X3) → Kepuasan pengguna (Y2)

Arah hubungan: Positif (0.202)

T-Statistik: 2.149 ($>1,96$)

P-Value: 0.032 ($<0,05$)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

5. Kualitas layanan (X3) → Pengguna (Y1)

Arah hubungan: Positif (0.222)

T-Statistik: 2.694 ($>1,96$)

P-Value: 0.007 ($<0,05$)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna.

6. Kualitas sistem (X1) → Kepuasan pengguna (Y2)

Arah hubungan: Positif (0.196)

T-Statistik: 3.334 ($>1,96$)

P-Value: 0.001 ($<0,05$)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

7. Kualitas sistem (X1) → Pengguna (Y1)

Arah hubungan: Positif (0.405)

T-Statistik: 5.957 (>1,96)

P-Value: 0.000 (<0,05)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna.

8. Pengguna (Y1) → Kepuasan pengguna (Y2)

Arah hubungan: Positif (0.296)

T-Statistik: 3.508 (>1,96)

P-Value: 0.000 (<0,05)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

9. Pengguna (Y1) → Manfaat bersih (Z)

Arah hubungan: Positif (0.446)

T-Statistik: 7.064 (>1,96)

P-Value: 0.000 (<0,05)

Kesimpulan: Hipotesis diterima. Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap manfaat bersih

5.5 REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan, YouTube Music disarankan untuk terus meningkatkan kualitas sistem agar aplikasi berjalan dengan lancar, responsif, dan

minim gangguan teknis, karena hal ini terbukti berdampak langsung pada peningkatan jumlah pengguna dan kepuasan mereka. Selain itu, penyajian informasi yang akurat, lengkap, dan relevan—seperti lirik lagu, deskripsi artis, serta rekomendasi musik yang sesuai preferensi—perlu diperkuat karena turut memengaruhi persepsi positif pengguna terhadap layanan. YouTube Music juga perlu memperhatikan kualitas layanan, termasuk kemudahan navigasi, kecepatan layanan pelanggan, serta fitur personalisasi seperti playlist otomatis dan saran musik berdasarkan kebiasaan mendengarkan. Pengalaman pengguna yang baik akan berdampak positif terhadap kepuasan mereka, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan manfaat bersih bagi perusahaan. Lebih lanjut, karena variabel pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan manfaat bersih, maka penting bagi YouTube Music untuk memperluas basis pengguna melalui strategi promosi yang tepat, serta mempertahankan pengguna aktif dengan menghadirkan fitur-fitur yang relevan dan bernilai tambah. Secara keseluruhan, fokus utama pengembangan layanan sebaiknya diarahkan pada upaya meningkatkan kepuasan pengguna, karena terbukti menjadi faktor penting dalam menghasilkan manfaat yang optimal bagi platform.