

BAB V

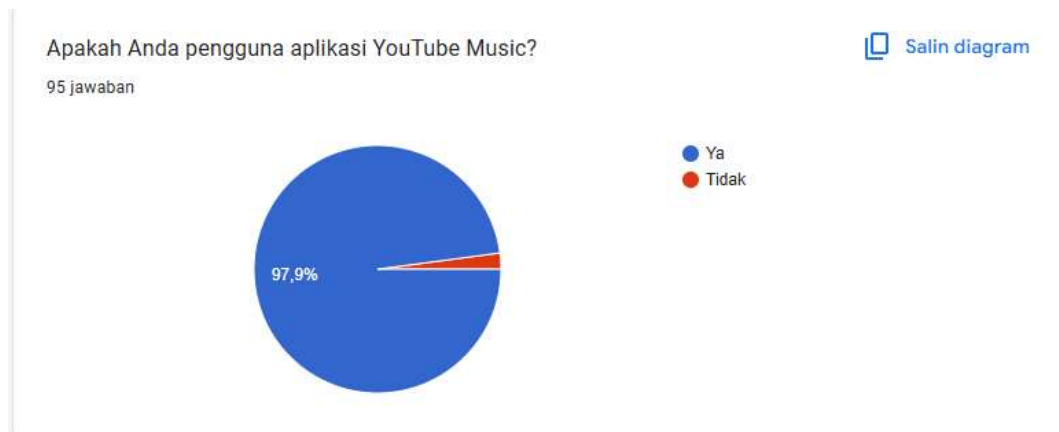
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 PERTANYAAN UMUM

Pada bagian awal dari kuesioner, responden diminta mengisi 2 pertanyaan umum sebelum lanjut mengisi bagian profil responden. Adapun 2 pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

A. Apakah Anda pengguna aplikasi YouTube Music?

Berdasarkan pertanyaan pertama, didapatkan bahwa sebanyak 93 responden adalah pengguna aplikasi YouTube Music dengan data yang didapat adalah sebagai berikut:



Gambar 5.1 Diagram Responden Pertanyaan Umum Pertama

Data yang telah terkumpul pada gambar 5.1 akan dijelaskan secara rinci pada tabel 5.1 di bawah. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

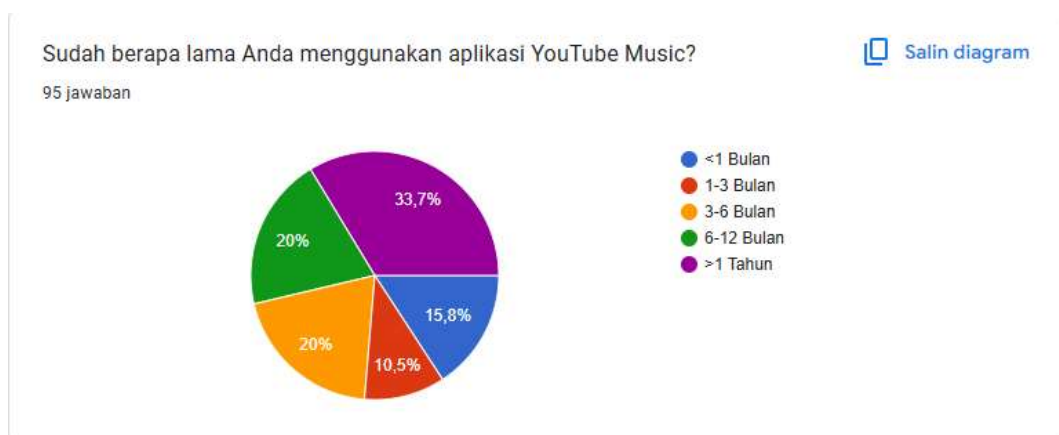
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Pertanyaan Umum Pertama

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
Ya	93	97,9%
Tidak	2	2,1%
Jumlah	95	100%

Pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 93 responden yang mengisi kuesioner adalah pengguna aplikasi YouTube Music dengan tingkat persentase adalah sebanyak 97,9%. Sedangkan 2 orang responden bukan pengguna aplikasi YouTube Music dengan persentase sebanyak 2,1%.

B. Sudah berapa lama Anda menggunakan aplikasi YouTube Music?

Selanjutnya, pada pertanyaan nomor dua tersebut, didapatkan data lama penggunaan aplikasi YouTube Music yang telah diisi oleh responden adalah sebagai berikut:

**Gambar 5.2 Diagram Responden Pertanyaan Umum Kedua**

Untuk mendapatkan data yang lebih jelas, maka diagram pada gambar 5.2 tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Pertanyaan Umum Kedua

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
<1 Bulan	15	15,8%
1-3 Bulan	10	10,5%
3-6 Bulan	19	20%
6-12 Bulan	19	20%
>1 Tahun	32	33,7%
Jumlah	95	100%

Pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa rata-rata responden yang menggunakan aplikasi YouTube Music adalah lebih dari 1 tahun dengan jumlah responden yaitu 32 dan persentase responden adalah 33,7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah pengguna yang telah cukup lama menggunakan aplikasi YouTube Music.

5.2 PROFIL RESPONDEN

Pengumpulan data responden dilakukan secara *online* melalui *google form* yang disebar dari tanggal 27 November 2025 hingga tanggal 16 Desember 2025. Teknik penyebaran kuesioner menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Terdapat 26 item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini. Kemudian, kuesioner dibagikan kepada pengguna aplikasi YouTube Music sebanyak 87 responden sebagai target awal, namun pada pelaksanaannya jumlah responden yang diperoleh sebanyak 95 responden.

Berikut adalah tabel profil responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang terbagi menjadi 5 kategori, yaitu:

A. Nama Lengkap

Berdasarkan data yang dikumpulkan, didapatkan nama-nama responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sekaligus pengguna aplikasi YouTube Music sebagai berikut:

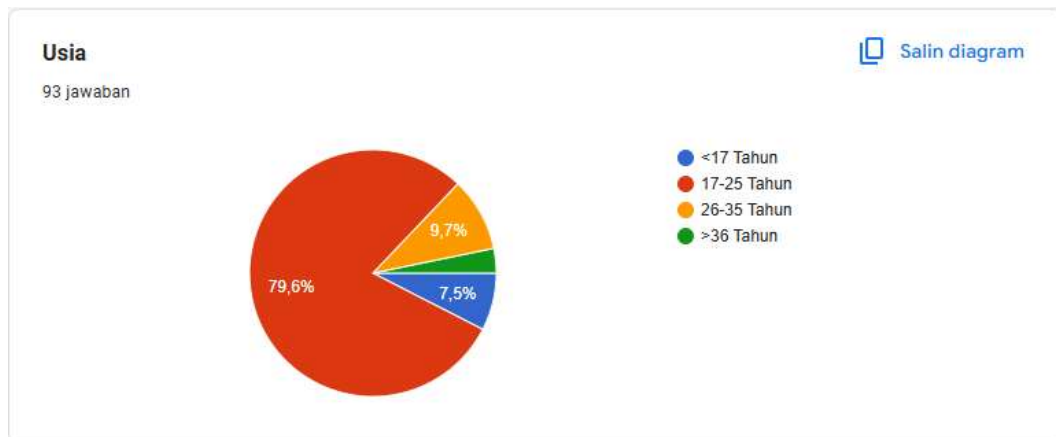
Isi Data Diri Anda	
Nama Lengkap	
93 jawaban	
	Hari
	Clara Lalita
	Iki
	Reno
	Deri
	Ruaida
	Yaya
	Nahara Viani Palmer
	Fournia Nova

Gambar 5.3 Diagram Responden Berdasarkan Nama Lengkap

Berdasarkan gambar 5.3 didapatkan nama-nama responden sekaligus nama-nama pengguna aplikasi YouTube Music sebanyak 88 pengguna berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

B. Usia

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, didapatkan usia dari pengguna aplikasi YouTube Music sebagai berikut:



Gambar 5.4 Diagram Responden Berdasarkan Usia

Selanjutnya, data pada diagram tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel 5.3 seperti berikut:

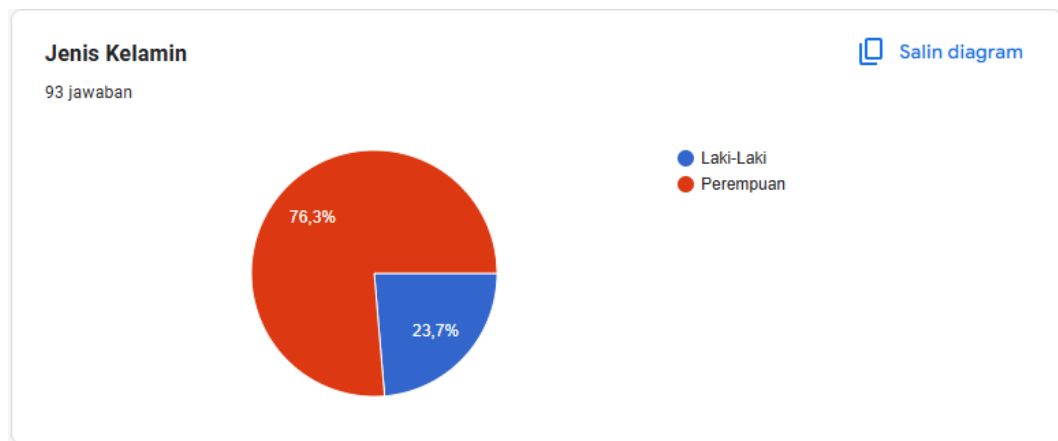
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
<17 Tahun	7	7,5%
17-25 Tahun	74	79,6%
26-35 Tahun	9	9,7%
>36 Tahun	3	3,2%
Jumlah	93	100%

Pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa pengguna aplikasi YouTube Music didominasi oleh remaja usia 17-25 tahun dengan jumlah pengisian sebanyak 74 responden dan persentase sebanyak 79,6%. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi YouTube Music banyak digunakan oleh remaja sebagai salah satu aplikasi yang mereka gunakan untuk mendengarkan musik.

C. Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, didapatkan jumlah pengguna aplikasi YouTube Music berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:



Gambar 5.5 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Diagram pada gambar di atas selanjutnya dijelaskan secara lengkap melalui tabel 5.4 seperti di bawah ini:

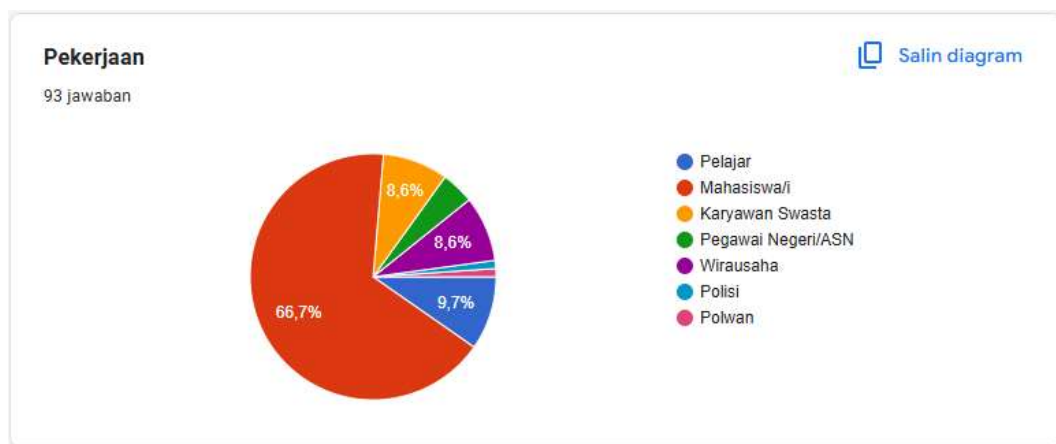
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	22	23,7%
Perempuan	71	76,3%
Jumlah	93	100%

Pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa terdapat 67 responden berjenis kelamin perempuan dan 21 responden berjenis kelamin laki-laki dengan masing-masing persentase yaitu 22,7% dan 77,3%. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi YouTube Music banyak digunakan oleh perempuan dibandingkan laki-laki.

D. Pekerjaan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diketahui pekerjaan dari responden pengguna aplikasi YouTube Music adalah sebagai berikut:



Gambar 5.6 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kemudian, dijelaskan lebih lanjut pada tabel 5.5 seperti berikut:

Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

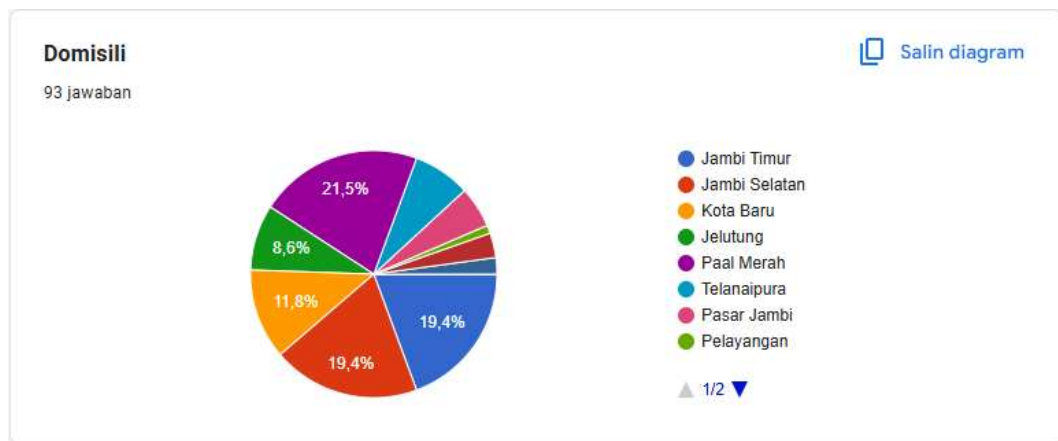
Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar	9	9,7%
Mahasiswa/i	62	66,7%
Karyawan Swasta	8	8,6%
Pegawai Negeri/ASN	4	4,3%
Wirausaha	8	8,6%
Polisi	1	1,1%
Polwan	1	1,1%
Jumlah	93	100%

Pada tabel 5.5, menunjukkan bahwa mahasiswa/i mendominasi kuesioner sebagai responden yang paling banyak menggunakan aplikasi YouTube Music dengan jumlah responden sebanyak 62 dan persentase sebanyak 66,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa/i adalah

pengguna yang paling banyak menggunakan aplikasi YouTube Music dibanding pekerjaan lainnya.

E. Domisili

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, didapatkan domisili pengguna aplikasi YouTube Music di Kota Jambi adalah sebagai berikut:



Gambar 5.7 Diagram Responden Berdasarkan Domisili

Untuk mendapatkan data yang lebih jelas terkait domisili dari pengguna aplikasi YouTube Music di Kota Jambi, selanjutnya data pada diagram tersebut dijelaskan pada tabel 5.6 seperti berikut:

Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Jambi Timur	18	19,4%
Jambi Selatan	18	19,4%
Kota Baru	11	11,8%
Jelutung	8	8,6%
Paal Merah	20	21,5%
Telanaipura	7	7,5%
Pasar Jambi	5	5,4%

Pelayangan	1	1,1%
Danau Sipin	3	3,2%
Danau Teluk	2	2,2%
Alam Barajo	0	0%
Jumlah	93	100%

Pada tabel 5.6, menunjukkan bahwa rata-rata pengguna aplikasi YouTube Music di Kota Jambi ada pada daerah Paal Merah dengan jumlah responden sebanyak 20 dan persentase sebesar 21,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi YouTube Music banyak tinggal di daerah Paal Merah untuk wilayah Kota Jambi.

5.3 TAHAP ANALISIS

5.3.1 Data dan Transformasi Data

Setelah terkumpulnya data dari kuesioner yang dilakukan melalui *google form*, selanjutnya peneliti menganalisis data tersebut dengan menggunakan *UEQ Data Analysis Tool* versi 12. Data yang telah terkumpul masih dalam bentuk skala likert sehingga untuk dapat di analisis menggunakan *UEQ Data Analysis Tool* data tersebut harus di transformasikan ke dalam skala UEQ.

Untungnya, *UEQ Data Analysis Tool* telah menyiapkan *sheets* khusus bernama “Data” untuk memasukkan data asli yang kemudian akan ditransformasikan secara otomatis ke dalam skala UEQ. Adapun data asli dan data yang telah ditransformasikan ke dalam skala UEQ pada kuesioner penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.7 Data Asli Kusioner

Items																											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
5	5	5	4	4	3	5	7	2	7	6	3	4	2	2	4	5	4	7	2	2	4	5	5	3	6		
6	7	2	2	2	7	6	7	1	4	5	1	7	6	6	7	5	2	3	6	1	7	2	1	1	6		
7	6	6	1	2	6	7	7	2	2	6	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7		
7	7	1	1	1	7	7	7	7	3	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7		
4	4	4	1	2	4	6	4	4	4	5	2	4	6	6	7	4	4	4	6	1	5	2	4	1	4		
3	4	6	5	7	2	1	3	6	4	2	5	2	1	4	4	6	5	4	2	4	1	7	4	4	4		
6	3	6	3	2	1	6	2	4	6	6	4	5	5	7	5	4	3	6	7	4	4	5	2	5	2		
7	7	4	3	1	6	6	7	4	2	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	1	6	1	1	1	6		
6	7	6	6	7	6	7	6	6	6	7	6	7	7	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7		
7	7	1	1	1	7	7	7	1	1	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1	7		
7	3	4	2	6	2	3	4	6	7	4	7	3	4	7	6	4	5	6	4	1	2	5	5	6	7		
6	6	7	2	1	6	6	1	1	2	6	1	5	6	4	6	3	5	3	5	3	7	6	2	2	7		
7	7	4	2	2	6	7	4	3	5	5	1	6	6	5	7	1	2	2	6	1	6	3	3	4	5		
6	7	4	1	2	7	7	4	4	4	6	2	4	6	6	7	1	3	1	6	1	6	2	2	1	4		
5	6	7	7	6	5	6	5	3	2	6	2	6	7	6	7	4	3	2	6	2	5	3	4	3	6		
6	7	3	2	2	5	6	5	3	2	6	2	6	6	5	5	2	2	2	2	3	6	4	3	3	3		
6	7	2	1	1	6	7	6	2	2	7	1	6	7	5	7	2	2	1	7	2	6	1	2	1	7		
5	6	4	2	2	5	6	4	4	5	6	2	6	6	4	5	2	3	3	6	2	6	6	2	4	4		
7	6	7	7	6	6	5	5	6	2	7	2	6	7	7	6	2	3	2	6	3	7	2	2	3	6		
4	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	6	3	5	4	5	4	4	4		
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...		
6	7	4	1	4	6	6	7	4	4	6	1	7	7	4	7	3	4	1	7	1	7	1	3	1	5		

Tabel 5.7 di atas adalah data asli responden yang telah dikumpulkan dari kuesioner yang disebarikan melalui *google form* ke pengguna aplikasi YouTube Music Kota Jambi. Data berisi 95 pernyataan asli dari UEQ yang belum di transformasikan ke skala UEQ sehingga masih menggunakan skala likert 1-7.

Selanjutnya, data dari kuesioner tersebut diubah ke dalam skala UEQ yaitu -3 sampai 3 yang secara otomatis melalui *UEQ Data Analysis Tool* seperti pada tabel 5.8 dibawah ini.

Tabel 5. 8 Trasformasi Data UEQ

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	1	-1	0	0	-1	1	3	2	-3	2	1	0	-2	-2	0	-1	0	-3	-2	2	0	-1	-1	1	2
2	3	2	2	2	3	2	3	3	0	1	3	3	2	2	3	-1	2	1	2	3	3	2	3	3	2
3	2	-2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	-3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
0	0	0	3	2	0	2	0	0	0	1	2	0	2	2	3	0	0	0	2	3	1	2	0	3	0
-1	0	-2	-1	-3	-2	-3	-1	-2	0	-2	-1	-2	-3	0	0	-2	-1	0	-2	0	-3	-3	0	0	0
2	-1	-2	1	2	-3	2	-2	0	-2	2	0	1	1	3	1	0	1	-2	3	0	0	-1	2	-1	-2
3	3	0	1	3	2	2	3	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2
2	3	-2	-2	-3	2	3	2	-2	-2	3	-2	3	3	3	2	-3	-3	-3	3	-2	2	-3	-3	-3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	-1	0	2	-2	-2	-1	0	-2	-3	0	-3	-1	0	3	2	0	-1	-2	0	3	-2	-1	-1	-2	3
2	2	-3	2	3	2	2	-3	3	2	2	3	1	2	0	2	1	-1	1	1	1	3	-2	2	2	3
3	3	0	2	2	2	3	0	1	-1	1	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	1	1	0	1
2	3	0	3	2	3	3	0	0	0	2	2	0	2	2	3	3	1	3	2	3	2	2	2	3	0
1	2	-3	-3	-2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	0	1	2	2	2	1	1	0	1	2
2	3	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	-2	1	2	0	1	1	-1
2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3
1	2	0	2	2	1	2	0	0	-1	2	2	2	2	0	1	2	1	1	2	2	2	-2	2	0	0
3	2	-3	-3	-2	2	1	1	-2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2
0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	-2	-1	-1	0	-1	0	0	0
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
2	3	0	3	0	2	2	3	0	0	2	3	3	3	0	3	1	0	3	3	3	3	3	1	3	1

UEQ memiliki 26 item pernyataan dimana terdapat 13 item positif dan 13 item negatif yang kemudian diberi nilai dari -3 sampai +3 untuk menggambarkan pengalaman pengguna terhadap aplikasi YouTube Music tentang sejauh mana pengguna merasakan pengalaman positif maupun negatif. Adapun perhitungan dari transformasi data tersebut sebagai berikut:

A. Skala Positif

Cara menghitung pada skala positif ini adalah (nilai - 4). Sebagai contoh, pada item pertama yaitu 5 jadi ($5 - 4 = 1$) begitu pula pada skala positif lainnya yang ada pada kuesioner.

B. Skala Negatif

Cara menghitung pada skala negatif ini adalah ($4 - \text{nilai}$). Sebagai contoh item 10 ($4 - 7 = -3$) begitu seterusnya untuk skala negatif.

5.3.2 Scale Means per Person

Berikut adalah tabel yang sudah dikelompokkan dari hasil perhitungan rata-rata dimensi dan skala yang ada dalam UEQ. Sebagai contoh, pada responden pertama dimana dimensi *attractiveness* (daya tarik) dihasilkan dari perhitungan skala 1, 12, 14, 16, 24 dan 25 yang telah ditransformasikan yaitu:

$$\text{Rata-rata} = \frac{1+1+(-2)+0+(-1)+1}{6} = \frac{0}{6} = 0 \dots [33]$$

Tabel 5. 9 Tabel Scale Mean per Person

Scale means per person					
Attractiveness	Perspicuity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty
0,00	0,75	-0,25	0,25	0,00	-1,00
2,67	2,75	2,50	1,00	2,25	1,50
3,00	2,75	2,75	2,75	2,50	1,50
3,00	3,00	1,50	3,00	3,00	2,50
1,67	1,50	1,25	0,25	1,00	0,50
-0,83	-0,75	-2,50	-1,25	-2,25	-0,50
0,83	0,25	0,50	-0,50	0,50	-0,75
2,50	2,25	1,75	2,25	2,25	1,50
-0,17	0,50	0,00	-0,25	-0,25	0,50
3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
-0,17	0,75	-1,25	-0,50	-1,50	0,75
2,17	1,50	1,25	0,25	1,50	0,50
2,00	2,50	1,50	1,50	2,25	0,25
2,33	2,25	1,50	2,00	2,25	0,50
1,67	0,75	1,25	1,25	0,50	0,75
1,50	2,00	0,25	1,75	1,75	0,75
2,67	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00
1,33	2,00	0,50	1,25	1,50	-0,25
2,17	0,50	1,25	2,00	0,50	1,00
0,00	0,00	-0,50	-0,50	0,00	0,00
...		...	...	...	...
2,50	3,00	2,25	2,25	1,00	0,25

5.3.3 Data Koefisien *Cronbach's Alpha*

Koefisien *Cronbach Alpha* adalah konsistensi dari item yang ada pada skala UEQ. Hal ini dilakukan untuk melihat data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dapat dipercaya dan nilai ini dilihat dari *Cronbach Alpha* mana yang memperoleh konsistensi nilai yang tinggi (reabilitas). Suatu *Cronbach Alpha* dapat dikatakan baik jika nilai yang didapat $>0,6$ atau $0,60$ [34]. Hasil *Cronbach Alpha* pada kuesioner yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.10 berikut.

Tabel 5.10 Nilai Cronbachs Alpha

Dimensi	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,91	Reliabel
<i>Perspecuity</i>	0,88	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,83	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,81	Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,85	Reliabel
<i>Novelty</i>	0,81	Reliabel

Berdasarkan tabel 5.8, dapat disimpulkan bahwa semua dimensi UEQ mulai dari *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation* dan *novelty* telah menunjukkan angka $>0,6$ yang berarti dimensi tersebut reliabel atau telah memenuhi syarat.

5.3.4 Penentuan Standar Rata-Rata UEQ

Berdasarkan UEQ Data Analysis Tool, terdapat 3 kategori yang menentukan rentang nilai rata-rata tertentu. Berikut penjelasannya:

Tabel 5.11 Skala Penilaian Rata-Rata [35]

Rentang Rata-Rata	Keterangan
$> 0,8$	Evaluasi Positif
$-0,8$ sampai $0,8$	Evaluasi Netral
$< -0,8$	Evaluasi Negatif

Berdasarkan tabel 5.11 dapat disimpulkan bahwa nilai $>0,8$ menunjukkan respon positif, nilai $-0,8$ sampai $0,8$ menunjukkan respon netral dan nilai $< -0,8$ menunjukkan respon negatif. Berikut adalah hasil dari penilaian rentang rata-rata.

5.3.5 UEQ Scale dan *Pragmatic and Hedonic Quality*

Hasil dari tiga kelompok dimensi yaitu *attractiveness*, *pragmatic quality* (*efficiency*, *perspicuity*, *dependability*), dan *hedonistic quality* (*stimulation*, *novelty*) beserta nilai rata-rata keseluruhan dari setiap dimensi dibahas dalam bagian ini.

A. UEQ Scale

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	↑ 1,183	2,11
Perspicuity	↑ 1,008	2,78
Efficiency	↑ 0,954	2,09
Dependability	→ 0,798	2,21
Stimulation	↑ 0,831	2,39
Novelty	→ 0,422	2,13

Gambar 5.8 UEQ Scale

Pada gambar 5.8 di atas, menjelaskan tentang nilai rata-rata dan varian dari masing-masing item kuesioner UEQ yang didapat dari tabel *scale means per person*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pada dimensi *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, dan *stimulation* mendapatkan nilai positif karena berada diatas nilai rata-rata yang telah ditentukan yaitu $>0,8$. Sedangkan dimensi *dependability*, dan *novelty* mendapatkan nilai netral karena berada diantara nilai $-0,8$ sampai $0,8$.

B. *Pragmatic and Hedonic Quality*

Dimensi UEQ dapat dikelompokkan menjadi *Attractiveness*, *Pragmatic Quality* (*efficiency*/efisiensi, *perspicuity*/kejelasan, *dependability*/ketepatan) dan *Hedonic Quality* (*stimulation*/stimulasi, *novelty*/kebaruan). *Pragmatic Quality* (kualitas pragmatis)

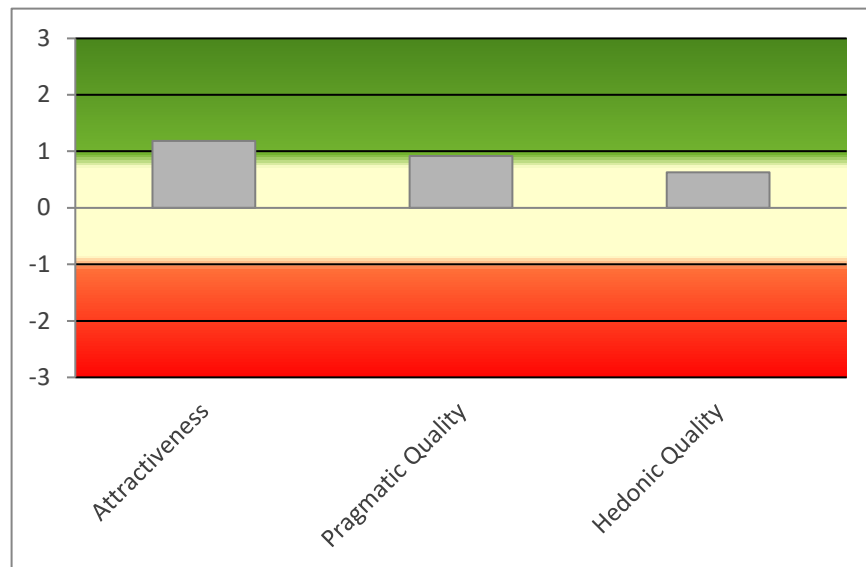
menggambarkan aspek kualitas yang terkait dengan tugas, sedangkan *Hedonic Quality* (kualitas hedonis) menggambarkan aspek kualitas yang tidak terkait dengan tugas. Rata-rata dari ketiga aspek kualitas pragmatis dan hedonis dihitung dan menghasilkan nilai seperti pada tabel 5.13 berikut.

Tabel 5.12 Pragmatic and Hedonic Quality

<i>Pragmatic and Hedonic Quality</i>	
<i>Attractiveness</i>	1,18
<i>Pragmatic Quality</i>	0,92
<i>Hedonic Quality</i>	0,63

Tabel 5.12 menunjukkan hasil dari masing-masing kelompok yang dimana untuk kelompok *attractiveness* berasal dari tabel UEQ Scale sedangkan untuk *pragmatic quality* berasal penjumlahan 3 dimensi *pragmatic* (*efficiency, perspicuity, dependability*) lalu dibagi 3 (sesuai dengan jumlah dimensi *pragmatic*). Lalu, untuk *hedonic quality* berasal dari penjumlahan 2 dimensi *hedonic* (*stimulation, novelty*) yang kemudian dibagi 2 (sesuai jumlah dimensi *hedonic*) [33].

Hal ini menunjukkan bahwa nilai pada dimensi *attractiveness* dan *pragmatic quality* dinilai positif karena berada pada nilai $>0,8$. Sedangkan untuk *hedonic quality* mendapatkan nilai evaluasi netral karena berada pada nilai $-0,8$ sampai $0,8$. Berikut adalah grafik dari perhitungan ketiga kelompok dimensi tersebut.



Gambar 5.9 Grafik Nilai Rata-Rata

5.3.6 Benchmark

Benchmark adalah standar perbandingan atau hasil dari data yang telah diproses. Perbandingan ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas produk terhadap data acuan. Dengan membandingkan hasilnya dengan hasil produk lain, dapat ditarik kesimpulan tentang kualitas relatif dari aplikasi yang sedang dievaluasi.

Berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), tolak ukur UEQ membagi skala menjadi lima kategori yaitu[18]:

1. *Excellent*: Termasuk dalam 10% teratas produk dengan hasil terbaik.
2. *Good*: 10% menunjukkan kinerja yang lebih tinggi sementara 75% hasil tolak ukur menunjukkan kinerja yang lebih rendah.
3. *Above Average*: Dari hasil benchmark, 25% menunjukkan kinerja yang lebih optimal daripada produk yang dievaluasi, sementara 50% sisanya menunjukkan kinerja yang lebih rendah.

4. *Below Average*: 50% skor benchmark menunjukkan kinerja yang lebih baik sementara 25% skor benchmark menunjukkan kinerja yang lebih rendah daripada produk yang dievaluasi.
5. *Bad*: Termasuk dalam 25% produk dengan hasil terburuk

Hasil akhir dari semua data responden yang telah diproses ditampilkan dalam tabel 5.13 di bawah ini.

Tabel 5.13 Hasil Benchmark

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Attractiveness	1,18	Above average	25% of results better, 50% of results worse
Perspicuity	1,01	Below Average	50% of results better, 25% of results worse
Efficiency	0,95	Below Average	50% of results better, 25% of results worse
Dependability	0,80	Below Average	50% of results better, 25% of results worse
Stimulation	0,83	Below Average	50% of results better, 25% of results worse
Novelty	0,42	Below Average	50% of results better, 25% of results worse

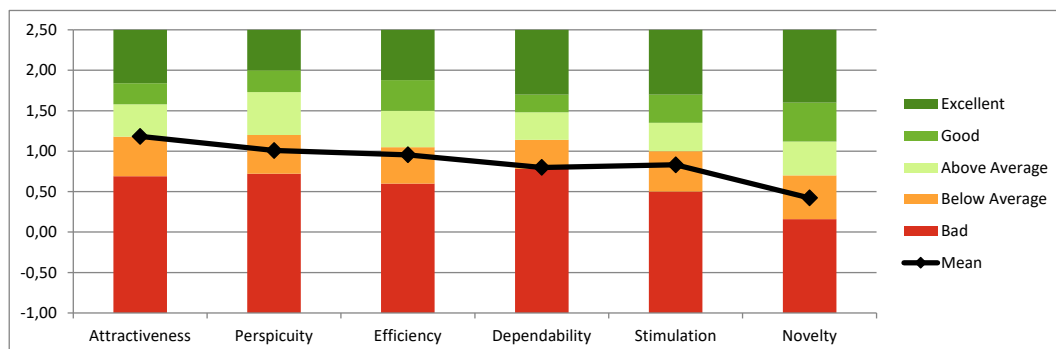
Berdasarkan hasil *benchmark* di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa aplikasi YouTube Music masih berada pada kategori dibawah rata-rata. Dimana 1 dimensi UEQ yaitu *attractiveness* menunjukkan nilai *above average* (diatas rata-rata) dan 5 dimensi lainnya yaitu *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty* menunjukkan nilai *below average* (dibawah rata-rata).

Adapun penilaian ini berdasarkan dari ketentuan UEQ yang telah dijelaskan dalam excel UEQ *Data Analysis Tool* versi 12 sebagai berikut:

Tabel 5.14 Batas Standar Nilai Benchmark UEQ [18] [36]

<i>Benchmark borders (purely technical, please ignore and do not change)</i>					
<i>Scale</i>	<i>Bad</i>	<i>Below Average</i>	<i>Above Average</i>	<i>Good</i>	<i>Excellent</i>
<i>Attractiveness</i>	<0,69	0,69	1,18	1,58	1,84
<i>Perspiciuity</i>	<0,72	0,72	1,2	1,73	2
<i>Efficiency</i>	<0,6	0,6	1,05	1,5	1,88
<i>Dependability</i>	<0,78	0,78	1,14	1,48	1,7
<i>Stimulation</i>	<0,5	0,5	1	1,35	1,7
<i>Novelty</i>	<0,16	0,16	0,7	1,12	1,6

Dari tabel 5.14 di atas, terdapat 5 kategori jenis penilaian untuk *benchmark* UEQ *bad*, *below average*, *above average*, *good* dan *excellent* yang digunakan untuk menentukan kelompok dari hasil *benchmark* suatu penelitian. Untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut, peneliti akan menampilkan grafik dari *benchmark* yang didapat sebagai berikut:



Gambar 5.10 Grafik Hasil Benchmark UEQ

Berdasarkan hasil dari perhitungan benchmark pada UEQ *Data Analysis Tool* versi 12 di atas menunjukkan bahwa pengguna rata-rata belum merasakan pengalaman yang baik saat mereka menggunakan aplikasi YouTube Music. Adapun untuk dimensi *Attractiveness* (Daya Tarik) telah menunjukkan bahwa pengguna rata-rata merasakan pengalaman yang belum sepenuhnya baik/positif saat menggunakan aplikasi YouTube Music. Kemudian, diperlukan perbaikan

untuk meningkatkan pengalaman pengguna yang lebih baik sehingga pengguna akan terus menggunakan aplikasi YouTube Music. Perbaikan tersebut termasuk semua aspek yang tercantum pada dimensi UEQ yang digunakan pada penelitian ini, yaitu *Attractiveness* (Daya Tarik), *Perspiciuity* (Kejelasan), *Efficiency* (Efisiensi), *Dependability* (Ketepatan), *Stimulation* (Stimulasi), dan *Novelty* (Kebaruan).