

Analisis User Experience Pada Aplikasi Mobile Alfagift dengan Menggunakan Metode Heart Metrics

Mulyadi, Allsela Meiriza*, Nabila Rizky Oktadini, Pacu Putra, Putri Eka Sevtiyuni

Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Sriwijaya, Palembang

Jl. Masjid Al Gazali, Bukit Lama, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Email: ¹09031382025118@student.unsri.ac.id, ^{2,*}allsela@unsri.ac.id, ³nabilarizky@unsri.ac.id, ⁴pacuputra@unsri.ac.id, ⁵putrieka@unsri.ac.id

Email Penulis Korespondensi: allsela@unsri.ac.id

Submitted: 01/03/2024; Accepted: 27/04/2024; Published: 30/04/2024

Abstrak—Alfagift adalah sebuah aplikasi yang berbasis mobile diluncurkan pada tahun 2015 oleh alfamart. Aplikasi mobile Alfagift memiliki 6 fitur yang menarik berupa memudahkan pengguna untuk mendapatkan berbagai keuntungan yang disediakan oleh aplikasi Alfagift. Keenam fitur yang dimaksud antara lain berupa Offer (Promo), Voucher, Catalogue, Messages, Store Locator, dan Contact Us. Sebagai pelanggan setia alfamart wajib memiliki aplikasi ini untuk mendapatkan keuntungannya yang telah disediakan. Ditambah lagi, dengan menggunakan aplikasi Alfagift akan mendapatkan berbagai macam keuntungan lainnya. Adapun masalah seperti sering terjadinya transaksi gagal, tiada ada informasi mengenai tanggal expired, aplikasi sering mengalami masalah teknis seperti bug serta tidak semua kalangan dapat menggunakannya dikarenakan terkendala antarmuka yang terlalu kompleks. Adapun tujuan penelitian untuk menganalisis user experience pengguna Alfagift berupa 5 variabel yang ada pada Heart Metrics dan menyarankan perbaikan untuk aplikasi Alfagift kedepannya sehingga menjadi aplikasi yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan 100 orang masyarakat yang berada di kota Palembang, berdasarkan dari jawaban dari responden didapatkan hasil dari 5 variabel yang berbeda berupa Happiness mendapatkan hasil persentase 73,13%, Engagement mendapatkan hasil persentase 77,2%, Adoption mendapatkan hasil persentase 76,8%, Retention mendapatkan hasil persentase 72,93%, Task success mendapatkan hasil persentase 76,26%, dan secara keseluruhan mendapatkan hasil persentase 75,26% sehingga dapat dinyatakan bahwa aplikasi alfagift sudah tergolong baik.

Kata Kunci: Analisis; User Experience; Heart Metrics; Alfagift; Sample Random Sampling

Abstract—Alfagift is a mobile-based application launched in 2015 by alfamart. Alfagift mobile application has 6 interesting features in the form of making it easier for users to get various benefits provided by the Alfagift application. The six features in question include Offer (Promo), Voucher, Catalogue, Messages, Store Locator, and Contact Us. As a loyal alfamart customer, you must have this application to get the benefits that have been provided. Plus, using the Alfagift application will get various other benefits. There are problems such as frequent failed transactions, no information about expiration dates, applications often experience technical problems such as bugs and not all people can use it because the interface is too complex. The purpose of the study is to analyse the user experience of Alfagift users in the form of 5 variables in Heart Metrics and suggest improvements for the Alfagift application in the future so that it becomes a better application. This study used 100 people in Palembang city, based on the answers from respondents, the results of 5 different variables were obtained in the form of Happiness getting a percentage of 73.13%, Engagement getting a percentage of 77.2%, Adoption getting a percentage of 76.8%, Retention getting a percentage of 72.93%, Task success getting a percentage of 76.26%, and overall getting a percentage of 75.26% so that it can be stated that the alfagift application is classified as good.

Keywords: Analytics; User Experience; Heart Metrics; Alfagift; Sample Random Sampling

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini berdampak pada meningkatnya persaingan dalam pemanfaatan teknologi informasi. Perkembangan internet, khususnya, telah mengubah lanskap bisnis di Indonesia. Kecepatan pertumbuhan penggunaan internet memicu perkembangan perdagangan dalam elektronik atau dapat dikenal sebagai e-commerce [1]. Perkembangan teknologi jaringan yang pesat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menawarkan aplikasi online sebagai suplemen dari pengalaman belanja offline, memungkinkan mereka untuk terus bersaing dalam era teknologi yang terus berkembang. Perusahaan saling bersaing dalam menyediakan sistem penjualan online yang memberikan keunggulan dan kenyamanan bagi konsumen, yang umumnya tersedia dalam bentuk aplikasi mobile. Mobile aplikasi ialah aplikasi yang dibuat secara detail pada user kecil, komputer yang wireless, berupa smartphone ataupun tablet, dibuat berdasarkan apa yang sedang dicari oleh masyarakat guna untuk mendapatkan keuntungan [2]. Dalam perkembangannya, perangkat ini tersedia dengan berbagai macam kemudahan yang ada, dengan adanya perangkat ini telah mempermudah masyarakat dalam berkegiatan [3].

Kualitas layanan dari sebuah sistem dapat menggambarkan bagaimana reaksi pengguna untuk mengetahui sistem tersebut puas digunakan ataupun kurang [4]. Pada tahun 2015, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk meluncurkan Alfagift, sebuah aplikasi perangkat lunak berbasis digital yang memberikan penawaran berbagai produk dengan harga yang bersaing. Melalui fitur pembelian online [5], pengguna dapat memperoleh kebutuhan sehari-hari menggunakan kartu anggota virtual. Alfagift menyediakan beragam metode pembayaran, termasuk transfer antar bank BCA, e-money, Go-Pay, pembayaran tunai di tempat (COD), dan opsi lainnya, dengan tujuan memudahkan konsumen dalam proses pembayaran. Walaupun banyak pilihan untuk pembayaran namun aplikasi ini masih terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan seperti kesulitan untuk mendaftar, kurangnya fitur-fitur yang dibutuhkan, tidak dapat membatalkan pesanan jika tidak sesuai, tidak dapat melakukan pembelian barang, promo

dan iklan yang mengganggu berdasarkan ulasan yang didapat dari google playstore. Adapun masalah seperti sering terjadinya transaksi gagal, tiada ada informasi mengenai tanggal expired, aplikasi sering mengalami masalah teknis seperti bug [6]. Selain itu aplikasi ini tidak bisa diakses oleh semua kalangan, dikarenakan banyak masyarakat yang tidak bisa mengoperasikan aplikasi ini karena kurang user friendly untuk semua orang yang menggunakan aplikasi alfagift [7].

Berdasarkan permasalahan diatas maka diperlukan analisis user experience terhadap aplikasi Alfagift. Didalam kepuasan pengguna terdapat 3 unsur yang berbeda antara lain user berhubungan dengan interface, user berinteraksi langsung dengan produk ataupun dengan sistem, user yang terlibat untuk menilai suatu yang diamati dan diukur [8]. Kepuasan pengguna dapat dijadikan patokan untuk pengembangan aplikasi itu sendiri dan untuk mengetahui apakah aplikasi ini sudah bagus serta mengetahui apa keunggulan yang ada pada aplikasi begitupun sebaliknya guna untuk mengetahui apa kekurangan yang ada. Metode yang diterapkan guna untuk mengetahui user experience ialah Heart Metrics. Metode ini merupakan untuk mengetahui kejadian pada user dan sistem misalnya user experience. Dilakukannya guna untuk mengetahui apakah sistem tersebut telah memberikan kemudah untuk user berdasarkan dengan kebutuhan user itu sendiri [9]. Aspek-aspek yang ada pada metode Heart Metrics berupa Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success [10].

Peneliti yang memakai metode Heart Metrics guna mengetahui kepuasan user antara lain Nurlailah pada tahun 2023 pada aplikasi Segari mendapatkan hasil persentase 53% yang dikategorikan bahwa aplikasi Segari sudah dikategorikan memberikan kepuasan yang baik untuk user [11]. Selanjutnya penelitian Widyo Trenggono pada tahun 2022 menganalisis E-Learning menampilkan sebuah jarak berupa persepsi dengan harapan yang dikategorikan negatif, yang ditunjukkan dengan persepsi yang lebih kecil jika dibandingkan dengan harapan. Dari hasil analisis, nilai gap yang terbesar ditampilkan divariabel Task Success mendapat persentase 92,30% dapat dikategorikan belum memenuhi harapan [12]. Selanjutnya penelitian Adiarsyah Syainal tahun 2023 pada aplikasi J&T Express mendapatkan hasil reliabilitas 0,79 artinya masih kurang sehingga membutuhkan perbaikan pada beberapa variabel [13]. Selanjutnya penelitian Cory Zarkasi pada tahun 2022 terhadap fitur diaplikasi Zenius menampilkan masih banyak yang perlu diperbaiki antara lain memperbaiki tampilan dengan memperhatikan kenyamanan user dengan menambahkan inovasi beberapa fitur yang bermanfaat [14]. Berikutnya penelitian Khakim pada tahun 2022 aplikasi Go-Jek, menampilkan pengguna dari GO-JEK dikategori baik berarti GO-JEK berhasil memberikan layanan baik kepada user [15]. Alasan terbesar mengapa user experience menjadi begitu penting karena adanya interaksi yang terjadi dengan pengguna [16].

Dari uraian pada penelitan diatas, terdapat beberapa kesamaan seperti pengelolaan data yang menggunakan PSPP ataupun SPSS. Penelitian ini sendiri menggunakan SPSS versi 25 untuk mengelolah data. Sedangkan pada penelit ini sendiri memakai simple random sampling dan menggunakan pengukuran slovin. Adapun tujuan dari penelitan ini sendiri ialah menganalisis pengguna aplikasi Alfagift guna untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna Alfagift didasarkan dengan 5 variabel yang ada pada Heart Metrics dan menyarankan perubahan untuk aplikasi Alfagift mewujudkan aplikasi yang menarik kedepannya.

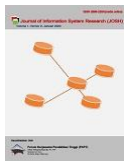
2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Dalam penelitian diperlukan tahapan penelitian, dimana pada tahapan penelitian menjelaskan setiap alur proses yang dilalui pada penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian



Peneliti mengumpulkan data yang akan digunakan dengan cara yang pertama studi literature, selanjutnya studi pustaka, kemudian observasi, dan dilanjutkan dengan kuesioner penelitian. Yang menjadi hal pertama dilakukan dalam studi pustaka antara lain membaca, mengetahui pengetahuan dari jurnal, mempelajari mengenai masalah yang lagi di teliti. Alur penelitian yang diterapkan berupa :

a. Identifikasi Masalah

Pada tahap penelitian ini yaitu melakukan identifikasi permasalahan terdapat dalam aplikasi Alfagift. Berdasarkan rating dan ulasan yang ada pada play store, dan berdasarkan penjabaran identifikasi permasalahan dijabarkan pada pendahuluan diatas, permasalahan yang ada dipenelitian ini berupa Bagaimana tingkat kepuasan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Alfagift.

b. Studi Literatur

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman yang menjadi landasan dalam penelitian ini dengan melakukan studi literatur. Studi literatur yang dikerjakan seperti studi pustaka serta studi lapangan. Studi lapangan berupa kuesioner dan observasi.

c. Studi Pustaka

Supaya memperoleh banyak informasi dan pengetahuan sebagai landasan teori dan pedoman dalam mengelola data, penulis melakukan kajian pustaka dengan membaca, mengetahui pengetahuan dari jurnal, mempelajari mengenai masalah yang lagi di teliti.

d. Pembuatan dan Pengujian Instrumen

Proses ini ialah merancang serta mengembangkan beberapa pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan informasi atau pendapat dari responden.

e. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada tahap penelitian ini yaitu menyebarkan kuesioner melalui media sosial untuk mendapatkan informasi dari pengguna aplikasi alfagift yang kemudian dari data yang telah dikumpulkan akan dilalukan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS.

f. Pengambilan Kesimpulan

Pada tahap ini yaitu melakukan analisis dari data yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS yang kemudian setelah melakukan analisis maka akan didapatkan kesimpulannya.

2.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan ataupun pernyataan yang dipakai untuk mendapatkan info dari responden berkaitan dengan dirinya mengenai topik penelitian. Penyusunan kuesioner yang tepat dapat membantu mempermudah dalam proses penelitian [17]. Peneliti nantinya akan memberikan kuesioner terkait kepuasan dari aplikasi Alfagift yang akan disebar kepada penggunanya, yang memiliki pertanyaan-pertanyaan serta memiliki nilai-nilai variable terkait dengan metode yang digunakan. Pendekatan melalui variabel HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success) guna mendapatkan pengalaman pengguna [18]. Adapun kuesioner pernyataan terdapat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Instrumen Pertanyaan

No	Pertanyaan	Variabel
1.	Saya merasa puas setelah menggunakan aplikasi alfagift	Happiness
2.	Saya merasa aplikasi Alfagift mudah digunakan	
3.	Saya tidak terganggu dengan iklan dan promo pada aplikasi Alfagift	
4.	Saya merasa aplikasi Alfagift dapat diakses setiap waktu	Engagement
5.	Saya dapat melakukan aplikasi Alfagift untuk membeli kebutuhan sehari-hari	
6.	Fitur aplikasi Alfagift bermanfaat bagi saya	
7.	Saya merasa aplikasi Alfagift mudah digunakan untuk membeli kebutuhan sehari-hari	Adoption
8.	Saya tahu bagaimana menggunakan aplikasi Alfagift	
9.	Saya lebih memilih aplikasi Alfagift dibandingkan yang lain	
10.	Saya sering menggunakan fitur-fitur aplikasi Alfagift	Retention
11.	Saya akan terus menggunakan aplikasi Alfagift untuk berbelanja	
12.	Saya menggunakan aplikasi Alfagift untuk mengetahui perubahan harga produk	
13.	Saya dapat melakukan pembelian di aplikasi Alfagift	Task Success
14.	Saya dapat memilih produk yang berkualitas di aplikasi Alfagift	
15.	Saya dapat melakukan pembatalan pesanan jika produk tidak sesuai di aplikasi Alfagift	

2.3 Heart Metrics

Heart adalah konsep ditemukan oleh Kenny Rodden ketika ia mengepalai pada tim riset kuantitatif di Google aspek Pengalaman Pengguna. Singkatan Heart sendiri merujuk pada Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success [19]. Dari user experience metrics berupa bentuk angka yang dapat dihitung dengan cara yang dapat dipahami [20]. Komponen-komponen dalam kerangka kerja HEART terdiri dari Happiness, Engagement,



Adoption, Retention, dan Task Success. Set Goals-Signal-Metrics dijabarkan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini:

Tabel 2. Set "Goals-Signal-Metrics

Variabel	Goals	Signal	Metrics
Happiness	Ingin 70% pengguna aplikasi Alfagift memberikan feedback yang positif	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang berorientasi atau merepresentasikan pada aspek Happiness.	Survey pengguna
Engagement	Ingin 70% pengguna aplikasi Alfagift dapat diakses setiap waktu untuk memenuhi kebutuhan	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang berorientasi atau merepresentasikan pada aspek Engagement.	Survey pengguna
Adoption	Ingin 70% pengguna aplikasi Alfagift lebih memilih Alfagift dibanding yang lain karena tahu cara mengoperasikannya	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang berorientasi atau merepresentasikan pada aspek Adoption.	Survey pengguna
Retention	Ingin 70% pengguna aplikasi Alfagift dapat terus menggunakannya karena fitur-fitur yang bermanfaat	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang berorientasi atau merepresentasikan pada aspek Retention.	Survey pengguna
Task Success	Ingin 70% pengguna aplikasi Alfagift dapat melakukan proses sampai berhasil	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang berorientasi atau merepresentasikan pada aspek Task Success.	Survey pengguna

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan lengkap individu atau kelompok yang menjadi fokus pengumpulan data atau observasi dalam penelitian. Objek penelitian dapat bervariasi, termasuk manusia, hewan, tumbuhan, fenomena, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lain-lain. Sampel merupakan subkelompok dari populasi yang memiliki karakteristik yang serupa dengan keseluruhan populasi. Dan dalam hal ini dilakukan dengan metode sampling. Metode sampling yang digunakan Probabilty Sampling dengan metode penarikan Sample Random Sampling [21]. Perhitungan yang digunakan pada penelitian ini berupa sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{1.707.996}{1+1.707.996(0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.707.996}{17.080,96}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ orang}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = persentase kelonggaran kesalahan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Instrumen Penelitian

Umumnya, Skala Likert dimanfaatkan untuk mengetahui opini, sikap, serta persepsi dari individu maupun kelompok pada suatu kejadian. Dibawah ini merupakan tabel dari skala likert:

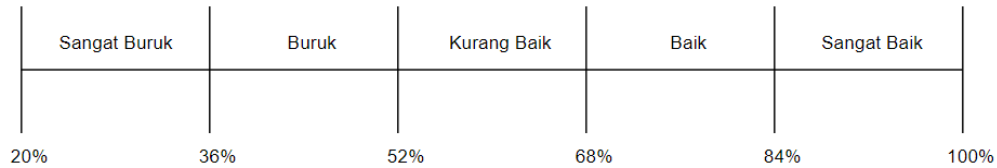
Tabel 3. Tabel Skala Likert

Skor	Kriteria Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Cukup Setuju (CS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Lalu dari hasil yang diperoleh dari pengisian kuesioner, dilakukan perhitungan dan olah data dari rata-rata hasil nilai tiap variabel pada metode Heart Metrics dengan menggunakan rumus menghitung persentase kumulatif item:

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{\text{jumlah skor yang diperoleh}}{\text{total maksimal skor}} \right) \times 100\% \quad (2)$$

Kemudian dari hasil perhitungan persentase akan dimasukkan kedalam garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 2. Garis Kontinum

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.2.1 Uji Validitas

Untuk melakukan uji validitas dengan memperhatikan nilai korelasi yang diperiksa. Jika nilai korelasi item (rhitung) lebih besar dibandingkan nilai korelasi tabel (rtabel), maka dapat diartikan bahwa pernyataan tersebut valid. Penelitian ini menggunakan 100 responden, maka setiap pernyataan yang menunjukkan nilai (rhitung) di atas 0.195 dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

No	Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	H1	0.815	Valid
2	H2	0.751	Valid
3	H3	0.658	Valid
4	E1	0.661	Valid
5	E2	0.764	Valid
6	E3	0.781	Valid
7	A1	0.764	Valid
8	A2	0.749	Valid
9	A3	0.774	Valid
10	R1	0.610	Valid
11	R2	0.738	Valid
12	R3	0.696	Valid
13	T1	0.786	Valid
14	T2	0.788	Valid
15	T3	0.656	Valid

Dari data pada tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner tersebut dianggap valid karena setiap instrumen memiliki nilai yang melebihi 0.195.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas seluruh 15 pernyataan kuesioner yang telah disebar kepada 100 responden akan diuji kedalam SPSS versi 25. Semua pernyataan tersebut dapat reliabel jika menunjukkan nilai Cronbach Alpha ≥ 0.6 . Dapat dilihat hasil dari penghitungan pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	15

Dari hasil uji yang telah dilakukan tersebut dapat dilihat nilai Cronbach Alpha dari 15 item memiliki nilai sebesar 0.937 sehingga yang berarti menunjukkan lebih besar dari 0.6, kemudian disimpulkan pernyataan tersebut reliabel.

3.3 Pembahasan

Setelah melakukan pengumpulan data sebanyak 100 responden yang disebar melalui kuesioner online, maka karakteristik berupa jenis kelamin, usia, dan profesi. Penelitian ini berjumlahkan 100 responden dengan rincian 70 responden laki-laki dan 30 perempuan. Selanjutnya berdasarkan usia 14 – 18 tahun sebanyak 31 responden, 19 – 24 tahun sebanyak 56 responden, 25 – 29 tahun sebanyak 8 responden, dan pada usia 30 tahun keatas sebanyak 5

responden. Berikutnya berdasarkan profesi pelajar atau mahasiswa sebanyak 77 responden, pada profesi wiraswasta sebanyak 12 responden, pada profesi freelance sebanyak 9 responden, dan profesi guru dan pns sebanyak 2 responden. Terdapat 5 variabel yang berbeda berupa Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task success serta masing-masing memiliki 3 pernyataan.

A. Variabel Happiness

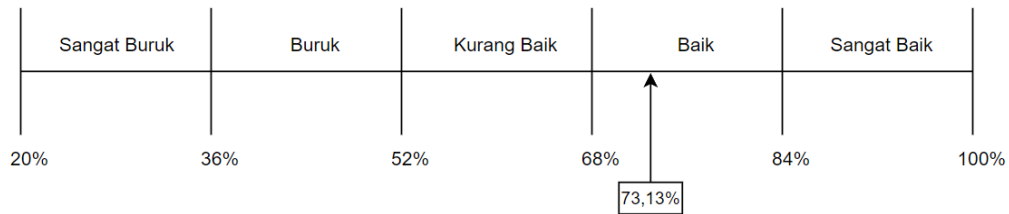
Tabel 6. Tanggapan Responden Variabel Happiness

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Saya merasa puas setelah menggunakan aplikasi alfagift	3	6	24	48	19	100	374	500
2	Saya merasa aplikasi Alfagift mudah digunakan	4	4	24	34	34	100	390	500
3	Saya tidak terganggu dengan iklan dan promo pada aplikasi Alfagift	7	14	36	25	18	100	333	500
Jumlah Skor Total								1097	
Persentase								73,13%	

Pada variabel Happiness terdapat 3 pernyataan, pernyataan yang memiliki skor total terbesar yaitu pernyataan kedua sebesar 390 yang menyatakan aplikasi Alfagift mudah digunakan, kemudian pernyataan pertama sebesar 374 yang menyatakan puas setelah menggunakan aplikasi Alfagift, kemudian yang terakhir pernyataan ketiga sebesar 333, yang menyatakan tidak terganggu dengan iklan dan promo pada aplikasi Alfagift sehingga didapatkan skor total sebesar 1097 dengan maksimal skor sebesar 1500, skor tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan pengukuran sebagai berikut :

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{1097}{1500} \right) \times 100\%$$

$$\text{persentase kumulatif item} = 73,13\%$$



Gambar 3. Garis Kontinum Variabel Happiness

Garis kontinum diatas menunjukkan nilai Happiness sebesar 73,13% yang berarti termasuk kategori baik. Hasil penelitian ini berarti aplikasi Alfagift dapat memberikan pengalaman yang baik yang dimana pengguna merasa puas, merasa aplikasi Alfagift mudah untuk digunakan, serta tampilan iklan ataupun promo tidak mengganggu kenyamanan dalam menggunakan aplikasi Alfagift.

B. Variabel Engagement

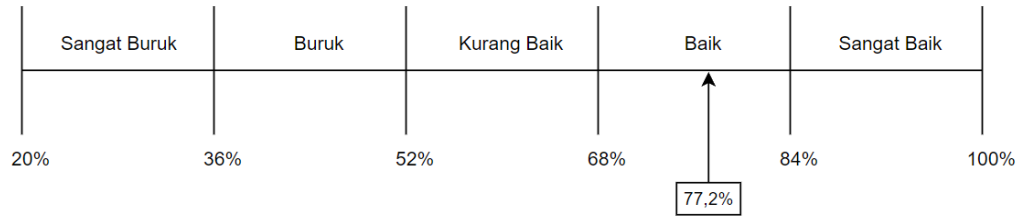
Tabel 7. Tanggapan Responden Variabel Engagement

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Saya merasa aplikasi Alfagift dapat diakses setiap waktu	4	5	27	27	37	100	388	500
2	Saya dapat melakukan aplikasi Alfagift untuk membeli kebutuhan sehari-hari	3	6	23	33	35	100	391	500
3	Fitur aplikasi Alfagift bermanfaat bagi saya	4	3	31	34	28	100	379	500
Jumlah Skor Total								1158	
Persentase								77,2%	

Pada variabel Engagement terdapat 3 pernyataan, pernyataan yang memiliki skor total terbesar yaitu pernyataan kedua sebesar 391 yang menyatakan dapat menggunakan aplikasi Alfagift untuk membeli kebutuhan sehari-hari, kemudian pernyataan pertama sebesar 388 yang menyatakan dapat mengakses aplikasi Alfagift setiap waktu, kemudian yang terakhir pernyataan ketiga sebesar 379, yang menyatakan bahwa fitur aplikasi Alfagift bermanfaat sehingga didapatkan skor total sebesar 1158 dengan maksimal skor sebesar 1500, skor tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan pengukuran sebagai berikut :

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{1158}{1500} \right) \times 100\%$$

$$\text{persentase kumulatif item} = 77,2\%$$



Gambar 4. Garis Kontinum Variabel Engagement

Garis kontinum diatas menunjukkan nilai Engagement sebesar 77,2% yang berarti termasuk kategori baik. Hasil penelitian ini berarti aplikasi Alfagift dapat digunakan untuk membantu membeli kebutuhan sehari-hari karena dapat diakses setiap waktu serta fitur yang ada pada aplikasi dapat membantu dan bermanfaat untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

C. Variabel Adoption

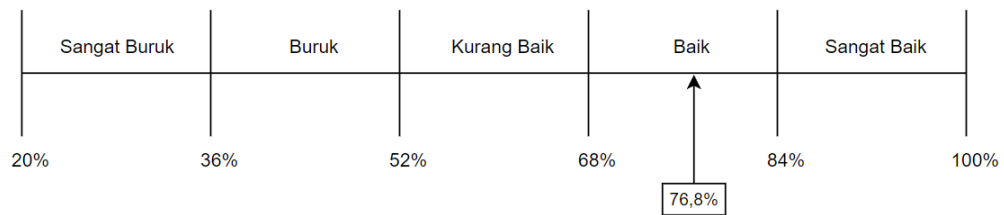
Tabel 8. Tanggapan Responden Variabel Adoption

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Saya merasa aplikasi Alfagift mudah digunakan untuk membeli kebutuhan sehari-hari	3	5	22	40	30	100	389	500
2	Saya tahu bagaimana menggunakan aplikasi Alfagift	3	3	21	30	43	100	407	500
3	Saya lebih memilih aplikasi Alfagift dibandingkan yang lain	4	12	31	30	23	100	356	500
Jumlah Skor Total								1152	
Persentase								76,8%	

Pada variabel Adoption terdapat 3 pernyataan, pernyataan yang memiliki skor total terbesar yaitu pernyataan kedua sebesar 407 yang menyatakan tahu cara penggunaan aplikasi Alfagift, kemudian pernyataan pertama sebesar 389 yang menyatakan aplikasi Alfagift mudah digunakan untuk membeli kebutuhan sehari-hari, kemudian yang terakhir pernyataan ketiga sebesar 356, yang menyatakan lebih memilih aplikasi Alfagift dibandingkan dengan yang lain sehingga didapatkan skor total sebesar 1152 dengan maksimal skor sebesar 1500, skor tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan pengukuran sebagai berikut :

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{1152}{1500} \right) \times 100\%$$

$$\text{persentase kumulatif item} = 76,8\%$$



Gambar 5. Garis Kontinum Variabel Adoption

Garis kontinum diatas menunjukkan nilai Adoption sebesar 76,8% yang berarti termasuk kategori baik. Hasil penelitian ini berarti aplikasi Alfagift dapat dijadikan sebagai alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan aplikasi yang lain karena mudah untuk membeli keperluan sehari-hari terutama untuk pengguna baru.

D. Variabel Retention

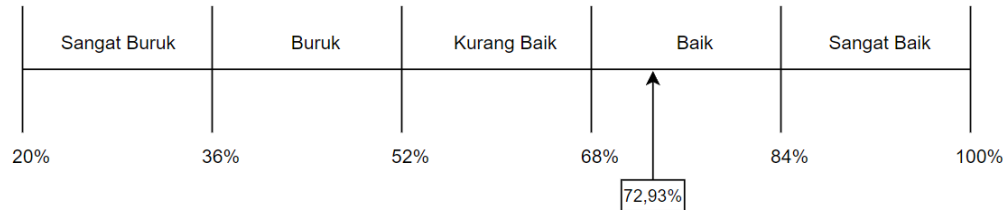
Tabel 9. Tanggapan Responden Variabel Retention

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Saya sering menggunakan fitur-fitur aplikasi Alfagift	6	7	34	28	25	100	359	500
2	Saya akan terus menggunakan aplikasi Alfagift untuk berbelanja	5	9	34	32	20	100	353	500
3	Saya menggunakan aplikasi Alfagift untuk mengetahui perubahan harga produk	5	5	26	31	33	100	382	500
Jumlah Skor Total								1094	
Persentase								72,93%	

Pada variabel Retention terdapat 3 pernyataan, pernyataan yang memiliki skor total terbesar yaitu pernyataan ketiga sebesar 382 yang menyatakan untuk melihat perubahan harga produk, kemudian pernyataan pertama sebesar 359 yang menyatakan sering menggunakan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Alfagift, kemudian yang terakhir pernyataan kedua sebesar 353, yang menyatakan akan terus menggunakan aplikasi Alfagift untuk berbelanja sehingga didapatkan skor total sebesar 1094 dengan maksimal skor sebesar 1500, skor tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan pengukuran sebagai berikut :

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{1094}{1500} \right) \times 100\%$$

$$\text{persentase kumulatif item} = 72,93\%$$



Gambar 6. Garis Kontinum Variabel Retention

Garis kontinum diatas menunjukkan nilai Retention sebesar 72,93% yang berarti termasuk kategori baik. Hasil penelitian ini berarti fitur-fitur yang ada pada aplikasi Alfagift dapat digunakan dengan sebaik mungkin yang berarti fitur yang dibuat cukup berhasil terutama fitur untuk mengetahui perubahan harga produk sehingga pengguna dapat terus menggunakan aplikasi Alfagift.

E. Variabel Task Success

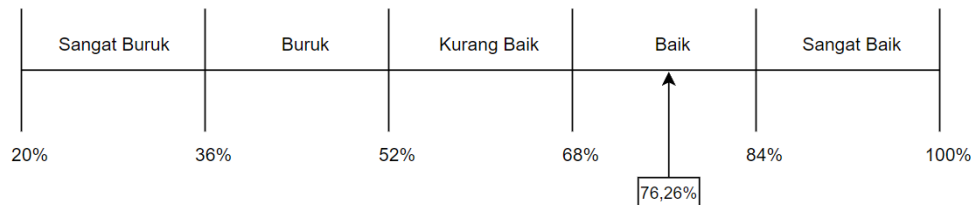
Tabel 10. Tanggapan Responden Variabel Task Success

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Saya dapat melakukan pembelian di aplikasi Alfagift	5	2	26	37	30	100	385	500
2	Saya dapat memilih produk yang berkualitas di aplikasi Alfagift	4	3	26	38	29	100	385	500
3	Saya dapat melakukan pembatalan pesanan jika produk tidak sesuai di aplikasi Alfagift	6	1	32	35	26	100	374	500
Jumlah Skor Total								1144	
Persentase								76,26%	

Pada variabel Task Success terdapat 3 pernyataan, pernyataan pertama dan kedua memiliki skor total yang sama yaitu sebesar 385 yang menyatakan dapat melakukan pembelian di aplikasi Alfagift dan dapat memilih produk yang berkualitas di aplikasi Alfagift, kemudian yang terakhir pernyataan ketiga sebesar 374, yang menyatakan dapat melakukan pembatalan pesanan jika produk tidak sesuai sehingga didapatkan skor total sebesar 1144 dengan maksimal skor sebesar 1500, skor tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan pengukuran sebagai berikut :

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{1144}{1500} \right) \times 100\%$$

$$\text{persentase kumulatif item} = 76,26\%$$



Gambar 7. Garis Kontinum Variabel Task Success

Garis kontinum diatas menunjukkan nilai Task Success sebesar 76,26% yang berarti termasuk kategori baik. Hasil penelitian ini berarti aplikasi Alfagift dapat memberikan layanan yang baik untuk pengguna dapat dilihat dari pengguna dapat memilih kualitas produk yang baik, serta pengguna dapat melakukan pembatalan pesanan jika produk yang dipesan tidak sesuai.

F. Hasil Rekapitulasi Responden

Hasil rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan 5 variabel meliputi sebagai berikut :

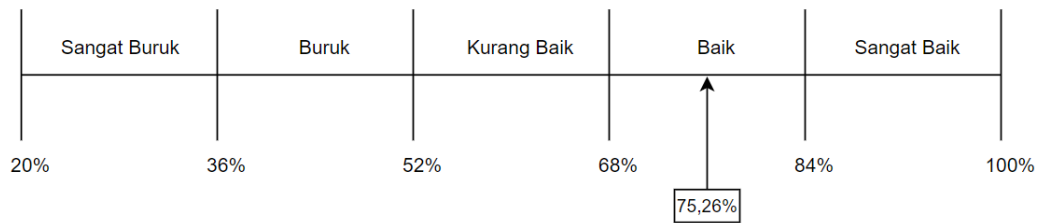
Tabel 11. Hasil Rekapitulasi Responden

No	Variabel	Skor Total
1	Happiness	1097
2	Engagement	1158
3	Adoption	1152
4	Retention	1094
5	Task Success	1144
Jumlah Skor Total		5645
Persentase		75,26%

Berdasarkan hasil pengolahan dari ke-5 variabel tersebut dapat dilihat bahwa skor total untuk variabel user experience sebesar 5645, jumlah tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan pengukuran sebagai berikut :

$$\text{persentase kumulatif item} = \left(\frac{5645}{7500} \right) \times 100\%$$

$$\text{persentase kumulatif item} = 75,26\%$$



Gambar 8. Garis Kontinum Hasil Rekapitulasi Responden

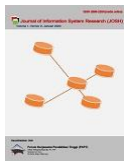
Garis kontinum diatas menunjukkan nilai User Experience sebesar 75,26% yang berarti termasuk kategori baik. Hasil ini berarti aplikasi Alfagift telah menciptakan kategori baik untuk penggunaanya berdasarkan 5 variabel yang berbeda yaitu Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task success.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan guna menganalisis user experience dalam menggunakan aplikasi Alfagift, pengukuran tingkat kepuasan tersebut menggunakan metode Heart Metrics dengan mengukur 5 variabel yang berbeda yaitu Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task success. Total responden yang telah disebar berjumlah 100 orang responden berada pada wilayah sumatera selatan palembang dan digunakan sebagai objek penelitian dalam rangka untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna. Hasil dari jawaban 100 orang responden menunjukkan hasil Variabel Happiness mendapatkan hasil analisis persentase 73,13% “Baik” pada bagian ini instrumen terbesar yaitu pada pernyataan H2, Variabel Engagement mendapat hasil analisis persentase 77,2% “Baik” pada bagian ini instrumen terbesar yaitu pada pernyataan E2, Variabel Adoption mendapat hasil analisis persentase 76,8% “Baik” pada bagian ini instrumen terbesar yaitu pada pernyataan A2, Variabel Retention mendapat hasil analisis persentase 72,93% “Baik” pada bagian ini instrumen terbesar yaitu pada pernyataan R3, dan Variabel Task success mendapat hasil analisis persentase 76,26% “Baik” pada bagian ini instrumen terbesar yaitu pada pernyataan T1 dan T2. Hasil analisis secara keseluruhan dari 5 variabel tersebut mendapatkan hasil analisis persentase 75,26% “Baik”, aplikasi Alfagift sudah mendapatkan persentase yang tergolong Baik. Sehingga hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan lebih baik kedepannya, rekomendasi untuk pengembang adalah pada pernyataan H3 tentang iklan dan promo pada aplikasi Alfagift memiliki skor paling kecil dibandingkan pernyataan yang lainnya sehingga pengembang bisa memperbaiki itu agar pengguna tidak terganggu dengan adanya iklan dan promo.

REFERENCES

- [1] L. Yana Siregar, M. Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, and U. Negeri Islam Sumatera Utara, “HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON INCREASING BUSINESS ONLINE,” vol. 2, no. 1, pp. 71–75, 2020, doi: 10.30606/hjimb.
- [2] S. A. Sarpong, G. Dwomoh, E. K. Boakye, and I. Ofosua-Adjei, “Online Teaching and Learning Under COVID-19 Pandemic; Perception of University Students in Ghana,” *European Journal of Interactive Multimedia and Education*, vol. 3, no. 1, p. e02203, Dec. 2021, doi: 10.30935/ejimed/11438.
- [3] W. Riezkiadi et al., “Pengembangan Sistem Administrasi Surat Masuk dan Keluar Berbasis Desktop dan Mobile (Studi Kasus Politeknik Negeri Cilacap),” *Jurnal Teknologi Terapan*, vol. 2, no. 1, 2019.
- [4] M. A. Maricar, D. Pramana, and E. Edwar, “Pengujian Prototype Pemesanan Creative Gift Menggunakan HEART Framework,” *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, vol. 6, no. 2, p. 1166, Apr. 2022, doi: 10.30865/mib.v6i2.3982.



- [5] P. Harisandi and W. Wiyarno, “Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift-Alfamart,” *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, vol. 7, no. 1, pp. 173–179, Mar. 2023, doi: 10.30743/mkd.v7i1.6712.
- [6] K. Octaviani et al., “ALFA EXPRESS REST AREA KM 72B,” 2022.
- [7] A. Hendrawan, “PENGARUH_KECANGGIGHAN_TEKNOLOGI_INFORMASI,” 2022.
- [8] L. C. Chintya and O. O. Sharif, “ANALISIS USER EXPERIENCE (STUDI PADA APLIKASI PAYTREN) USER EXPERIENCE ANALYSIS (STUDIES ON PAYTREN APPLICATION),” 2019.
- [9] O. Septian, W. Andhika Kusuma, and E. D. Wahyuni, “Analisis Perbandingan Usability Dan User Experience Terhadap E-Trust Pada Situs Ecommerce C2C Menggunakan Heart Dan Pulse Framework,” vol. 1, no. 1, pp. 27–38, 2019.
- [10] R. P. Syahputra, R. Hardiartama, P. Kristana, and A. Wulansari, “Analisis User Experience Aplikasi Flip Menggunakan Metode Heart Metrics dan Importance Performance analysis (IPA),” vol. 4, no. 2, pp. 228–236, 2023, doi: 10.33365/jatika.v4i2.2630.
- [11] Nurlailah and I. Rusdi, “Analisis User Experience (UX) pada Aplikasi Segari menggunakan HEART Metrics,” *J Teknol*, vol. 16, no. 1, pp. 1–10, May 2023, doi: 10.34151/jurtek.v16i1.4265.
- [12] B. Widyo Trenggono, A. Faroqi, A. Wulansari, J. Rungkut, M. No, and I. Surabaya, “Penerapan Metode Heart Metrics dalam Menganalisis User Experience Aplikasi E-Learning,” 2022.
- [13] M. Adiarsyah Syainal, A. Pratama, D. Anindo, and S. Fitri, “Analisis User Experience Pada Aplikasi J&T EXPRESS Menggunakan Metode Heart Metrics,” 2023.
- [14] A. Cory Zarkasi and A. Sari Wardani, “METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi ANALISA USER EXPERIENCE TERHADAP FITUR DI APLIKASI ZENIUS MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK,” vol. 6, no. 2, 2022, doi: 10.46880/jmika.Vol6No2.pp174-179.
- [15] M. L. Khakim and O. O. Sharif, “ANALYSIS USER EXPERIENCE OF GO-JEK APPLICATIONS USING HEART METRICS,” 2022.
- [16] A. Latifah Hanum, T. Karunia Miranti, D. Fatmawati, M. Frendi Diyon, and C. Joyo Prawiro, “Analisis User Experience Aplikasi Mobile Peduli Lindungi Menggunakan Heart Metrics,” *Jurnal Syntax Admiration*, vol. 3, no. 2, pp. 362–372, Feb. 2022, doi: 10.46799/jsa.v3i2.390.
- [17] Steve Humble, “QUANTITATIVE ANALYSIS OF QUESTIONNAIRES,” London, Jan. 2020.
- [18] Nurlailah and I. Rusdi, “Analisis User Experience (UX) pada Aplikasi Segari menggunakan HEART Metrics,” *J Teknol*, vol. 16, no. 1, pp. 1–10, May 2023, doi: 10.34151/jurtek.v16i1.4265.
- [19] O. Verina, T. Utami, C. Wiguna, and D. M. Kusumawardani, “SISTEMASI: Jurnal Sistem Informas Implementasi dan Pengukuran Pengalaman Pengguna Sistem Informasi Rehabilitasi Korban Penyalahgunaan NAPZA Menggunakan HEART Framework,” 2021. [Online]. Available: <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>
- [20] M. Tri Ananta, L. Fanani, I. Adista Sihombing, Z. Abidin, and B. University, “User Experience Design for Information Technology Career Preparation Platform Using the Design Thinking Method,” 2023. [Online]. Available: www.jitecs.ub.ac.id
- [21] F. Andiarna, L. P. Widayanti, I. Hidayati, E. Agustina, and K. Kunci, “Analisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Kejadian Insomnia Pada Mahasiswa Analysis Of Social Media Usage With Insomnia Incidence Among Students,” 2020.