

Evaluasi User Experience pada Aplikasi Maxim menggunakan Metode HEART Metrics

User Experience Evaluation of the Maxim Application using the HEART Metrics Method

¹Meriana Prihati Ningrum*, ²Megawati, ³Eki Saputra, ⁴Mona Fronita, ⁵Anofrizen
^{1,2,3,4,5}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan
Syarif Kasim Riau

^{1,2,3,4,5}Jl. HR. Soebrantas No.Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

*e-mail:¹12150323899@students.uin-suska.ac.id, ²megawati@uin-suska.ac.id

(received: 7 May 2025, revised: 22 May 2025, accepted: 22 May 2025)

Abstrak

Pesatnya perkembangan aplikasi transportasi daring mendorong meningkatnya ekspektasi pengguna terhadap UX yang efisien, intuitif, dan andal. Maxim, sebagai salah satu platform yang berkembang di Indonesia, menawarkan harga kompetitif dan layanan luas, namun masih menghadapi tantangan seperti ketidakakuratan GPS, perbedaan tarif, dan kendala pembayaran non-tunai. Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat User Experience aplikasi Maxim di Kota Pekanbaru menggunakan metode HEART Metrics yang mencakup lima variabel: Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert kepada 100 responden, menggunakan teknik sampling Lemeshow sebagai dasar penentuan jumlah sampel. Data diuji validitas dan reliabilitasnya, lalu dianalisis menggunakan SPSS dan Microsoft Excel. Penelitian ini memberikan wawasan tentang ekspektasi dan preferensi pengguna sebagai dasar peningkatan layanan. Hasil menunjukkan bahwa Happiness (73,8%), Adoption (72,4%), dan Task Success (70,2%) berada pada level usability tinggi, sedangkan Engagement (65,8%) dan Retention (67,7%) belum memenuhi target 70%. Secara keseluruhan, aplikasi Maxim memberikan UX yang baik, namun perlu peningkatan pada keterlibatan dan loyalitas pengguna melalui fitur inovatif, optimasi GPS, dan penyempurnaan layanan.

Kata kunci: HEART METRICS, maxim, pengalaman pengguna

Abstract

The rapid growth of online transportation applications has led to increasing user expectations for efficient, intuitive, and reliable user experiences (UX). Maxim, as one of the emerging platforms in Indonesia, offers competitive pricing and wide service coverage, yet still faces challenges such as GPS inaccuracy, fare inconsistencies, and limitations with cashless payments. This study aims to evaluate the User Experience (UX) of the Maxim application in Pekanbaru using the HEART Metrics framework, which consists of five variables: Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success. Data were collected through a Likert-scale questionnaire distributed to 100 respondents, with the sample size determined using the Lemeshow formula. The data were tested for validity and reliability, and analyzed using SPSS and Microsoft Excel. This study provides insight into user expectations and preferences as a foundation for service improvement. The results show that Happiness (73.8%), Adoption (72.4%), and Task Success (70.2%) are at a high level of usability, while Engagement (65.8%) and Retention (67.7%) did not meet the 70% usability benchmark. Overall, the Maxim application offers a good user experience, but improvements are needed in user engagement and retention through the addition of innovative features, GPS optimization, and enhanced service quality.

Keywords: HEART METRICS, maxim, user experience

1 Pendahuluan

Aplikasi transportasi daring telah berkembang pesat dan menjadi solusi mobilitas praktis di wilayah perkotaan. Kemajuan teknologi serta penetrasi internet mendorong adopsi layanan ini secara luas, memberikan kemudahan pemesanan kendaraan, transparansi tarif, serta fleksibilitas metode pembayaran [1]. Selain memberikan kemudahan dalam pemesanan kendaraan, aplikasi transportasi daring juga menawarkan transparansi dalam tarif, fitur keamanan seperti pelacakan perjalanan secara real-time, serta berbagai metode pembayaran yang fleksibel [2]. Dengan adanya inovasi dalam layanan, perusahaan transportasi daring berlomba-lomba menghadirkan fitur unggulan guna menarik dan mempertahankan pelanggan [3]. Salah satu platform transportasi daring yang berkembang di Indonesia adalah Maxim, layanan ride-hailing yang memungkinkan pengguna memesan transportasi roda dua atau empat, serta layanan pengiriman dengan opsi harga yang fleksibel dan jangkauan luas [4][5].

Aplikasi ini diluncurkan di Rusia dan kini hadir di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dengan harga kompetitif dan fitur beragam, Maxim menjadi alternatif layanan transportasi selain Gojek dan Grab [6]. Platform transportasi daring penting untuk menyesuaikan layanannya dengan pasar lokal, termasuk regulasi dan preferensi pelanggan [7]. Melalui ekspansi dan optimalisasi teknologi, Maxim terus meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna. Maxim juga mendukung pembayaran tunai, dan non tunai, Maxim terus berinovasi dalam fitur keselamatan, rute, dan kemudahan penggunaan untuk bersaing di pasar transportasi daring. Meskipun demikian, seperti halnya platform digital lainnya, aplikasi Maxim menghadapi tantangan dalam hal pengalaman pengguna (User Experience).

Meskipun aplikasi Maxim memiliki rating 4,9 di Play Store, pengguna masih mengeluhkan beberapa masalah, seperti GPS yang tidak akurat yang mengakibatkan waktu penjemputan lebih lama serta biaya tambahan karena pengemudi harus berulang kali mencari alamat yang tepat, perbedaan tarif estimasi dan biaya akhir, serta error pada pembayaran non-tunai dan mitra Food&Shop yang terbatas. Selain itu, pada layanan pemesanan makanan (Food), sering terjadi error akibat outlet yang sebenarnya tidak menjadi mitra namun tetap muncul di layanan, sehingga pesanan yang diproses sering terjadi kesalahan pada pesanan yang dikirimkan. Namun, banyak pengguna tetap memberikan ulasan positif, kemungkinan karena harga yang kompetitif.

Di tengah meningkatnya persaingan antar penyedia layanan transportasi daring seperti Gojek, Grab dan Maxim, Kecepatan akses layanan, kemudahahn navigasi aplikasi, serta desain antar muka yang intuitif menjadi faktor krusial yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna [8]. Pengguna kini memiliki banyak pilihan, sehingga pengalaman pengguna (UX) yang buruk dapat dengan mudah membuat mereka beralih ke platform pesaing. Dalam kondisi pasar yang kompetitif ini, evaluasi UX menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan aplikasi, memastikan bahwa layanan yang diberikan tidak hanya fungsional, tetapi juga sesuai dengan ekspektasi dan preferensi pengguna lokal [9]. Dengan demikian UX bukan sekedar elemen pelengkap, melainkan strategi utama dalam mempertahankan pasar dan mencapai keberlanjutan bisnis di industri.

Salah satu metode yang relevan dan efektif dalam evaluasi UX adalah HEART Metrics. Metode HEART Metrics yang dikembangkan oleh tim UX di Google dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur dan mengevaluasi UX secara komprehensif [10]. Dengan menggunakan metode ini, kita dapat memahami Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success pada pengguna [11].

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat UX aplikasi Maxim di Pekanbaru berdasarkan lima variabel HEART Metrics, yaitu Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success. Penelitian ini menghadirkan keterbaruan dengan mengaplikasikan metode HEART Metrics untuk mengevaluasi pengalaman pengguna (User Experience) pada aplikasi Maxim di Kota Pekanbaru, hasil dari evaluasi ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai ekspektasi, kebutuhan, serta preferensi pengguna Maxim di Pekanbaru, sekaligus mengidentifikasi area yang perlu dikembangkan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi studi-studi lanjutan yang menyoroti pengalaman pengguna dalam layanan transportasi daring.

2 Tinjauan Literatur

Berbagai penelitian terbaru telah mengevaluasi pengalaman pengguna (UX) aplikasi dengan menggunakan metode HEART Metrics, yang mencakup lima variabel penting: kebahagiaan,

keterlibatan, adopsi, retensi, dan keberhasilan tugas. Menunjukkan bahwa meskipun aplikasi Neobank memiliki skor tinggi pada kemudahan penggunaan dan kelancaran transaksi, masih ada kendala pada keberhasilan tugas yang mempengaruhi pengalaman pengguna [14]. Demikian pula, analisis aplikasi Peduli Lindungi mengungkapkan bahwa meski variabel keberhasilan tugas sudah memenuhi target, fitur dan fungsionalitas aplikasi masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan pengguna [12].

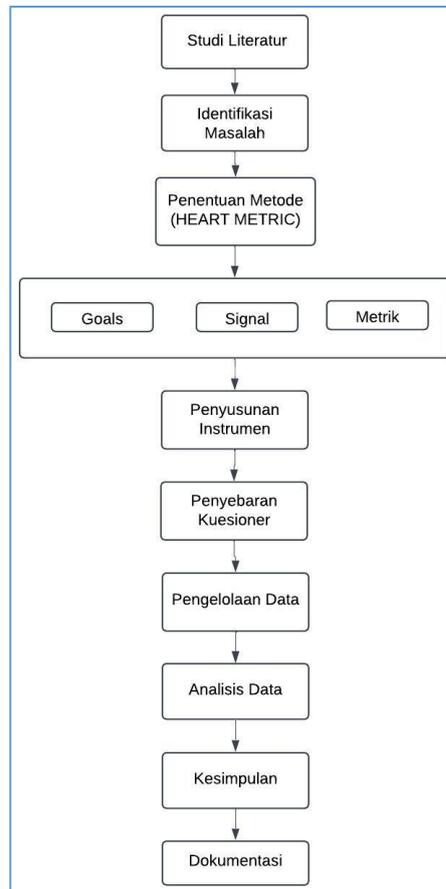
Sementara itu, penelitian lain mencatat bahwa meskipun aplikasi TikTok Shop menunjukkan pengalaman pengguna yang positif, perlu ada peningkatan pada keterlibatan pengguna [13]. Hasil serupa ditemukan dalam penelitian terhadap aplikasi Alfagift, yang menyimpulkan bahwa meskipun sudah memberikan pengalaman yang memadai, pengelolaan iklan dan promo perlu ditingkatkan [15].

Penelitian terhadap aplikasi GO-JEK juga menunjukkan bahwa meskipun keterlibatan pengguna tinggi, adopsi terhadap fitur baru masih rendah [16]. Di sisi lain, melaporkan bahwa aplikasi GOJEK berhasil memenuhi seluruh aspek HEART Framework, dengan retensi pengguna mencapai skor tertinggi berkat kemudahan fitur dan kenyamanan tampilan [17]. Sementara itu, penelitian terhadap layanan ShopeeFood menunjukkan performa yang baik pada hampir semua variabel kecuali retensi, yang tidak memenuhi target minimal 70%, sehingga disarankan adanya strategi loyalitas berbasis nilai [18].

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini memberikan wawasan penting tentang kekuatan dan kelemahan pengalaman pengguna pada aplikasi berbasis teknologi. Namun, masih banyak area yang memerlukan perhatian, terutama dalam hal keterlibatan, adopsi, dan retensi. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui variabel-variabel yang belum optimal berdasarkan hasil evaluasi, dengan tujuan mengetahui ekspektasi, kebutuhan, dan preferensi pengguna Maxim di Pekanbaru, serta mengidentifikasi area pengembangan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara komprehensif dan berkelanjutan.

3 Metodologi Penelitian

Bagian ini menjelaskan metode penelitian, yaitu langkah-langkah yang berkaitan dengan prosedur pelaksanaan penelitian. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses penelitian berlangsung secara terstruktur sehingga menghasilkan data yang valid dan reliabel. Adapun tahapan metode penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metodologi penelitian

3.1 Tahap Penelitian

Penelitian ini diawali dengan identifikasi masalah untuk menentukan fokus utama yang akan dikaji. Setelah itu, dilakukan studi literatur guna mengumpulkan teori, konsep, dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Langkah selanjutnya adalah penentuan metode, di mana penelitian ini menggunakan pendekatan HEART Metrics sebagai kerangka evaluasi pengalaman pengguna. Pada tahap ini, ditetapkan pula metrik, goals, dan signal yang menjadi dasar dalam menyusun instrumen penelitian. Setelah konsep dasar dirancang, dilakukan penyusunan instrumen berdasarkan metrik HEART yang telah ditentukan. Kuesioner tersebut kemudian disebar kepada responden untuk mengumpulkan data penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya melalui proses pengelolaan data, yaitu pembersihan dan pengolahan data agar siap dianalisis. Tahap berikutnya adalah analisis data, di mana hasil pengisian kuesioner dievaluasi untuk menilai pengalaman pengguna berdasarkan indikator HEART. Berdasarkan hasil analisis, peneliti kemudian menyusun kesimpulan yang menjawab rumusan masalah awal. Terakhir, seluruh proses dan hasil penelitian didokumentasikan dalam bentuk laporan ilmiah pada tahap dokumentasi.

3.2 Penentuan *Goals – Signal – Metrics*

Sebelum menyebarkan kuesioner, dilakukan penentuan set GSM yang mendukung penerapan metode *HEART Metrics* [20]. Goals harus mewakili tujuan secara jelas maksud dari produk tersebut, kemudian Signals perlu menunjukkan indikasi atau respons yang muncul dari pengguna dan Metrics berperan sebagai tolok ukur untuk mengevaluasi hasil pengisian kuesioner oleh responden harus dapat menjadi acuan penilaian dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Target 70% dipilih karena merupakan ambang batas yang umum digunakan dalam penelitian UX, mencerminkan mayoritas pengguna yang puas dan terlibat secara realistis. Berikut GSM pada penelitian ini terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Goals - signal - metrics

Variabel	Goals	Signal	Metrics
Happiness	Ingin 70% pengguna aplikasi Maxim merasa situs ini unik dan memberikan feedback yang positif.	Melakukan penyebaran kuesioner dengan pernyataan yang menggambarkan aspek kepuasan.	Bentuk jawaban kuesioner menggunakan skala 1 sampai 5.
Engagement	Engagement Ingin 70% pengguna aplikasi Maxim dapat menemukan dan menggunakan setiap waktu untuk memenuhi kebutuhan.	Melakukan penyebaran kuesioner dengan pernyataan yang menggambarkan jumlah waktu yang dihabiskan menggambarkan aspek engagment.	Bentuk jawaban kuesioner menggunakan skala 1 sampai 5.
Adoption	Ingin 70% pengguna aplikasi Maxim dapat menggunakan karena fitur-fitur yang mudah dan bermanfaat serta tertarik memperbarui ke versi terbaru.	Melakukan penyebaran kuesioner dengan pernyataan yang berhubungan ketertarikan untuk menggunakan aplikasi dan menggambarkan Adoption.	Bentuk jawaban kuesioner menggunakan skala 1 sampai 5.
Retention	Ingin 70% pengguna aplikasi Maxim lebih memilih menggunakan situs atau aplikasi Maxim dibanding yang lain.	Melakukan penyebaran kuesioner dengan pernyataan yang mengukur sejauh mana pengguna tetap menggunakan aplikasi Maxim dalam jangka waktu tertentu.	Bentuk jawaban kuesioner menggunakan skala 1 sampai 5.
Task Success	Ingin 70% pengguna aplikasi Maxim dapat melakukan proses sampai berhasil dan mencapai tujuan mereka.	Melakukan penyebaran kuesioner dengan pernyataan yang berhubungan dengan tingkat keberhasilan dan kesuksesan.	Bentuk jawaban kuesioner menggunakan skala 1 sampai 5.

3.3 Penentuan Populasi dan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan menggunakan rumus Lemeshow (1), dikarenakan jumlah pengguna Aplikasi Maxim di Wilayah Pekanbaru yang tidak diketahui atau tidak pasti. Rumus Lemeshow [21]:

Rumus Lemeshow :

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 sample / Responden

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

Z = Skor Z pada kepercayaan 95%

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

P = Proporsi populasi yang tidak diketahui atau maksimal estimasi = 0,5

3.4 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan Skala Likert dapat dilihat pada Tabel 2 dengan kuesioner yang disebarkan melalui Google Forms secara online (melalui media sosial) dan offline (tatap muka di

lokasi publik seperti kampus dan pusat keramaian) untuk memastikan responden merupakan pengguna aktif Maxim dan mewakili berbagai latar belakang pengguna di Pekanbaru.

Tabel 2. Skala likert

Pilihan Jawaban	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Singkatan Skor	STS	TS	N	S	ST
	1	2	3	4	5

Kuesioner ini disusun untuk mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Maxim dengan menggunakan metode HEART metrics, yang dikembangkan oleh Google sebagaimana dijelaskan dalam artikel di Interaction Design Foundation [22]. Ada 5 variabel yang akan diteliti, yaitu Happiness dengan 3 pernyataan, Engagement dengan 3 pernyataan, Adoption dengan 3 pernyataan, Retention dengan 3 pernyataan, dan Task Success dengan 3 pernyataan dapat dilihat pada Tabel 3. Teknik pengukuran menggunakan skala Likert, dan kuesioner ini akan disebarakan kepada pengguna yang terlibat dengan aplikasi Maxim.

Tabel 3. Tabel pernyataan

Kode	Pernyataan
H1	Aplikasi Maxim memberikan pengalaman pemesanan transportasi yang menyenangkan.
H2	Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan dan tidak membingungkan.
H3	Saya akan merekomendasikan aplikasi Maxim kepada teman atau keluarga.
E1	Saya sering menggunakan aplikasi Maxim untuk memesan transportasi dalam seminggu terakhir.
E2	Saya tertarik untuk terus menggunakan fitur tambahan di aplikasi Maxim, seperti pengiriman barang atau pemesanan makanan.
E3	Saya sering membagikan atau memberi tahu orang lain tentang layanan dari aplikasi Maxim.
A1	Saya merasa proses pendaftaran dan penggunaan awal aplikasi Maxim sangat mudah.
A2	Saya tertarik untuk selalu memperbarui aplikasi Maxim ke versi terbaru.
A3	Saya mulai menggunakan aplikasi Maxim karena proses pemesanannya mudah dan cepat.
R1	Saya sering kembali menggunakan aplikasi Maxim untuk melakukan pemesanan layanan.
R2	Saya memilih tetap menggunakan Maxim dibandingkan aplikasi transportasi online lainnya.
R3	Saya sering menggunakan Maxim untuk perjalanan berulang (seperti pergi ke kantor/sekolah dan lainnya) atau layanan lainnya.
T1	Saya dapat dengan mudah menemukan lokasi tujuan di aplikasi Maxim.
T2	Proses pencarian dan pemesanan di aplikasi ini sangat cepat dan efisien.
T3	Saya dapat menyelesaikan pemesanan tanpa mengalami kendala.

3.5 Pengolaan Data

Tingkat kegunaan mencakup beberapa aspek yang mengukur kepuasan pengguna dalam menggunakan suatu sistem atau produk. Ada beberapa cara untuk menghitung tingkat kegunaan, yaitu:

- Temukan nilai maksimum masing-masing. Nilai maksimum adalah nilai yang diharapkan. Nilai maksimum ditentukan dengan mengalikan nilai setiap pertanyaan dengan jumlah pertanyaan setiap metrik, dikalikan dengan jumlah responden [23]. Rumus penghitungan nilai maksimum dijelaskan sebagaimana persamaan (2) berikut:

$$N_{max} = Q_{max} \times \sum Q \times R \quad (2)$$

Keterangan :

Nmax: Nilai tertinggi yang mungkin yang akan diperoleh di setiap variabel

Qmax: Skor maksimum yang diberikan untuk setiap pertanyaan.

$\sum Q$: Jumlah pertanyaan pada setiap variabel

- R : Jumlah sampel yang digunakan
- Nilai total untuk setiap variabel yang telah dianalisis akan dihitung berdasarkan hasil data yang diperoleh dari kuesioner.
 - Selain itu, untuk setiap variabel (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success), perlu dihitung nilai rata-rata (mean) untuk setiap indikator yang relevan guna memberikan gambaran yang lebih mendetail tentang performa setiap variabel.
 - Penilaian terhadap setiap variabel dilakukan dengan menghitung persentase nilai yang diperoleh. Nilai kriteria ditentukan dengan membagi nilai total dengan nilai maksimal, kemudian dikalikan 100%. Rumus untuk menghitung nilai kriteria adalah sebagaimana persamaan (3) berikut:

$$\text{Nilai Kriteria} = \frac{N_{total}}{N_{max}} \times 100\% \quad (3)$$

- Penentuan tingkat Level of Usability dilakukan dengan mencocokkan nilai kriteria dari masing-masing variabel yang telah dihitung [24] dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Level of usability

Koefisien	Koefisien Keterangan
0,81 < 1,00	Sangat Tinggi
0,61 < 0,80	Tinggi
0,41 < 0,60	Sedang
0,21 < 0,40	Rendah

4 Hasil dan Pembahasan

Bagian ini, disampaikan hasil penelitian sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan sebelumnya. Pembahasan dilakukan secara mendalam, dimulai dari proses awal hingga perumusan kesimpulan, dengan berlandaskan pada metode yang telah ditentukan sebagai acuan analisis.

4.1 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari tingkat kepuasan paling rendah (sangat tidak puas) hingga paling tinggi (sangat puas). Kuesioner penelitian didistribusikan mulai tanggal 15 Februari 2025. Responden dihubungi melalui pertemuan langsung maupun melalui kontak di media sosial. Responden ditanya apakah mereka merupakan pengguna aplikasi Maxim. Link kuesioner hanya diisi oleh individu yang terbukti sebagai pengguna aplikasi Maxim, untuk memastikan data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan responden yang merupakan pengguna aplikasi Maxim dengan berbagai karakteristik demografis. Berdasarkan analisis data, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (83%) dan berada pada rentang usia 18–25 tahun (78%). Pada hal pekerjaan, sebagian besar responden adalah pelajar atau mahasiswa (76%). Karakteristik lengkap responden dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis karakteristik responden

Karakteristik	Item	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	17%
	Perempuan	83%
Usia	<18 tahun	4%
	18–25 tahun	78%
	26–35 tahun	5%
	36–45 tahun	8%
	>45 tahun	5%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	76%
	Karyawan Swasta	10%
	Guru	6%
	PNS	5%
	Wiraswasta	2%
	Ibu Rumah Tangga	1%
	Non-ASN	0%

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu item pertanyaan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat secara akurat mencerminkan konstruk yang ingin diukur. Pada penelitian ini, untuk nilai r tabel dengan $n=100$ maka didapat r tabel sebesar 0.196, jadi jika lebih dari nilai r tabel maka item dianggap valid. Pada hasil uji validitas pada variabel *happiness, engagement, adoption, retention, task success* yang berjumlah 15 pertanyaan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dapat dilihat pada Tabel 6.

Sedangkan Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable dan bila dibawah dari itu maka dapat dinyatakan tidak reliable. Dapat dilihat pada Tabel 7 berikut adalah variebel yang dinyatakan reliable.

Tabel 6. Uji validitas

Validitas			
Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
H1	0,769	0,196	Valid
H2	0,799	0,196	Valid
H3	0,843	0,196	Valid
E1	0,678	0,196	Valid
E2	0,794	0,196	Valid
E3	0,738	0,196	Valid
A1	0,803	0,196	Valid
A2	0,789	0,196	Valid
A3	0,844	0,196	Valid
R1	0,797	0,196	Valid
R2	0,789	0,196	Valid
R3	0,745	0,196	Valid
T1	0,784	0,196	Valid
T2	0,775	0,196	Valid
T3	0,852	0,196	Valid

Tabel 7. Uji reliabilitas

Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	,953
H2	,952
H3	,951
E1	,955
E2	,952
E3	,954
A1	,952
A2	,953
A3	,951
R1	,952
R2	,952
R3	,954
T1	,953
T2	,953
T3	,951

4.4 Pengelolaan dan Analisis Data

Analisis ini dilakukan dengan menghitung nilai maksimum dan total setiap variabel, lalu membandingkannya untuk mendapatkan persentase tingkat kegunaan. Berikut adalah penjelasan metode perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini.

- a. Langkah penting dalam analisis ini adalah menentukan nilai maksimum (N_{max}) untuk setiap variabel, seperti Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success. Nilai maksimum dihitung dengan rumus pada persamaan (2):

$$N_{max} = Q_{max} \times \sum Q \times R \quad (2)$$

$$N_{max} = 5 \times 3 \times 100$$

$$N_{max} = 1500$$

Keterangan :

N_{max} : Nilai tertinggi yang mungkin yang akan diperoleh di setiap variabel

Q_{max} : Skor maksimum yang diberikan untuk setiap pertanyaan.

$\sum Q$: Jumlah pertanyaan pada setiap variabel

R : Jumlah sampel yang digunakan.

Hasil perhitungan menunjukkan nilai maksimum sebesar 1500, yang mencerminkan batas tertinggi yang dapat dicapai dalam evaluasi user experience. Nilai ini menjadi acuan untuk menilai seberapa baik hasil yang diperoleh dibandingkan potensi skor tertinggi.

- b. Setelah menentukan nilai maksimum (N_{max}), langkah berikutnya adalah menghitung nilai total (N_{total}) dari setiap variabel berdasarkan hasil kuesioner. Nilai ini digunakan untuk mengetahui skor yang diperoleh dan dibandingkan dengan N_{max} guna mengevaluasi tingkat pencapaian pengalaman pengguna. Nilai total disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Nilai total

Nilai Total				
Happines	Engagment	Adoption	Retention	Task Succses
1107	987	1087	1016	1054

- c. Masing-masing variabel (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success), juga dihitung nilai rata-rata (mean) setiap indikator guna memberikan gambaran lebih rinci mengenai performa tiap variabel yang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Perhitungan mean variabel HEART metrics

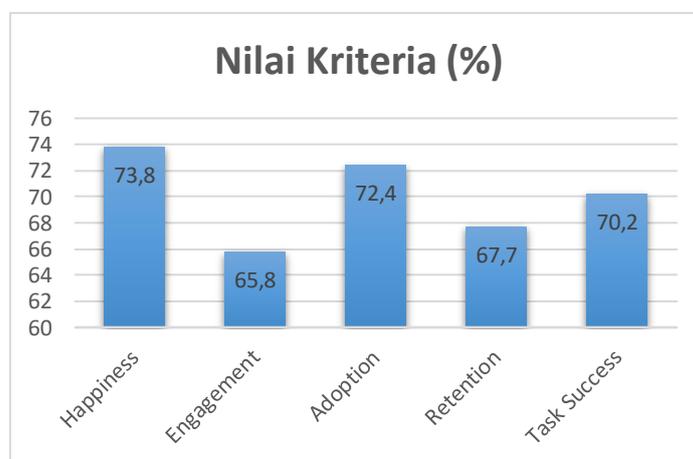
Variabel	Pernyataan	Mean
Happiness	Aplikasi Maxim memberikan pengalaman pemesanan transportasi yang menyenangkan.	3,68
	Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan dan tidak membingungkan.	3,76
	Saya akan merekomendasikan aplikasi Maxim kepada teman atau keluarga.	3,63
Engagement	Saya sering menggunakan aplikasi Maxim untuk memesan transportasi dalam seminggu terakhir.	3,05
	Saya tertarik untuk terus menggunakan fitur tambahan di aplikasi Maxim, seperti pengiriman barang.	3,52
	Saya sering membagikan atau memberi tahu orang lain tentang layanan dari aplikasi Maxim.	3,30
Adoption	Saya merasa proses pendaftaran dan penggunaan awal aplikasi Maxim sangat mudah.	3,77
	Saya tertarik untuk selalu memperbarui aplikasi Maxim ke versi terbaru.	3,58
	Saya mulai menggunakan aplikasi Maxim karena proses pemesanannya mudah dan cepat.	3,52
Retention	Saya sering kembali menggunakan aplikasi Maxim untuk melakukan	3,46

	pemesanan layanan.	
	Saya memilih tetap menggunakan Maxim dibandingkan aplikasi transportasi online lainnya.	3,46
	Saya sering menggunakan Maxim untuk perjalanan berulang (seperti pergi ke kantor/sekolah dan lainnya).	3,24
Task Success	Saya dapat dengan mudah menemukan lokasi tujuan di aplikasi Maxim.	3,38
	Proses pencarian dan pemesanan di aplikasi ini sangat cepat dan efisien.	3,57
	Saya berhasil menyelesaikan pemesanan tanpa mengalami kendala.	3,59

- d. Selanjutnya, melakukan penilaian nilai kriteria dilakukan dengan membagi nilai total (Ntotal) dengan nilai maksimum (Nmax), lalu dikalikan 100% sesuai dengan persamaan (3) untuk memperoleh persentase pencapaian yang dapat dilihat pada Gambar 2. Hasil perhitungan pengujian menggunakan metode HEART Metrics terhadap lima variabel utama yang telah ditetapkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil pengujian HEART metrics

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Nilai Max	Nilai Total	Nilai Kriteria	Level of Usability	Kategori
<i>Happiness</i>	3	1500	1107	0,738 (73,8%)	Tinggi	Tercapai
<i>Engagement</i>	3	1500	987	0,658 (65,8%)	Tinggi	Tidak Tercapai
<i>Adoption</i>	3	1500	1087	0,724 (72,4%)	Tinggi	Tercapai
<i>Retention</i>	3	1500	1016	0,677 (67,7%)	Tinggi	Tidak Tercapai
<i>Task Success</i>	3	1500	1054	0,702 (70,2%)	Tinggi	Tercapai



Gambar 2. Diagram nilai kriteria variabel

Mengacu pada hasil pengujian HEART Metrics pada Tabel 9 dan 10, telah diperoleh total nilai kriteria untuk setiap variabel dengan hasil tingkat usability dan dilakukan analisis data sebagai berikut:

- a. **Variabel Happiness**, dalam evaluasi menggunakan metode HEART Metrics menunjukkan tingkat kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil perhitungan nilai kriteria, diperoleh nilai 73,8% dengan level of usability *tinggi*, yang mengindikasikan bahwa variabel ini telah memenuhi goals. Indikator dengan nilai tertinggi adalah “Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan dan tidak membingungkan” dengan mean 3,76. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Maxim mampu memberikan pengalaman pengguna yang intuitif dan mudah digunakan, meskipun masih terdapat ruang perbaikan, khususnya dalam hal rekomendasi kepada pengguna lain.

- b. **Variabel Engagement**, memperoleh nilai 65,8%, tergolong tinggi namun belum mencapai target 70%. Nilai ini dipengaruhi oleh rendahnya frekuensi penggunaan mingguan (mean 3,05) dan minimnya aktivitas berbagi informasi layanan (mean 3,30). Temuan ini menunjukkan keterlibatan pengguna masih rendah akibat belum tersedianya fitur yang mendorong penggunaan rutin, seperti program loyalitas, notifikasi berkala, atau promosi yang dipersonalisasi. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan fitur interaktif untuk meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi.
- c. **Variabel Adoption**, berdasarkan hasil perhitungan nilai kriteria, memperoleh nilai 72,4% dengan level of usability *tinggi*, yang berarti telah memenuhi goals. Indikator tertinggi, yaitu “Saya merasa proses pendaftaran dan penggunaan awal aplikasi Maxim sangat mudah” (mean 3,77), menjadi faktor utama pencapaian tersebut. Ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam proses awal penggunaan aplikasi mendorong pengguna untuk memanfaatkan berbagai fitur dan terus memperbarui aplikasi ke versi terbaru.
- d. **Variabel Retention** memperoleh nilai 67,7%, termasuk dalam kategori *usability* tinggi namun belum mencapai target minimal 70%. Nilai ini dipengaruhi oleh rendahnya skor indikator “Saya sering menggunakan Maxim untuk perjalanan berulang” (mean 3,24), yang menunjukkan bahwa Maxim belum menjadi pilihan utama pengguna untuk kebutuhan harian. Pada variabel ini keluhan pengguna terkait GPS tidak akurat, perbedaan tarif, error pembayaran non-tunai, serta masalah pada layanan Food seperti outlet tidak aktif dan pesanan bermasalah menjadi faktor. Kondisi ini menurunkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna, sehingga memengaruhi loyalitas dan penggunaan berulang.
- e. **Variabel Task Success** mendapatkan nilai 70,2% dengan level of usability *tinggi*, yang menunjukkan bahwa variabel ini telah memenuhi goals. Indikator dengan nilai tertinggi, “Saya berhasil menyelesaikan pemesanan tanpa mengalami kendala” (mean 3,59), menjadi faktor utama tercapainya hasil ini. Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi Maxim mampu memfasilitasi proses pemesanan dengan lancar dan efisien, meskipun masih perlu perbaikan dalam aspek pencarian lokasi yang mendapat nilai lebih rendah.

5 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengalaman pengguna aplikasi Maxim di Kota Pekanbaru dengan menggunakan metode HEART Metrics yang mencakup lima variabel: Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden, ditemukan bahwa variabel Happiness (73,8%), Adoption (72,4%), dan Task Success (70,2%) telah mencapai tingkat usability tinggi dan memenuhi target yang ditetapkan. Namun, variabel Engagement (65,8%) dan Retention (67,7%) belum mencapai ambang minimal 70%, yang menunjukkan bahwa pengguna belum sepenuhnya terlibat secara aktif dan belum menunjukkan loyalitas tinggi terhadap aplikasi. Oleh karena itu, meskipun aplikasi Maxim secara umum telah memberikan pengalaman pengguna yang baik, diperlukan upaya peningkatan pada aspek keterlibatan dan retensi melalui pengembangan fitur yang lebih menarik, perbaikan akurasi GPS, serta peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan guna mendukung kepuasan dan loyalitas jangka panjang pengguna. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di Kota Pekanbaru, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan mencakup wilayah lebih luas dan pendekatan yang lebih bervariasi, agar hasil evaluasi lebih komprehensif dan bermanfaat untuk pengembangan aplikasi ke depan.

Referensi (Reference)

- [1] Annatasya, M. H. Hasmira, D. Hanggoro, AB S. Putera, A. Adriyani, And N. Salsabila Kamal, “Perkembangan Teknologi Informasi menciptakan Inovasi di Bidang Transportasi Online: Ojek Online,” *Social Empirical*, Vol. 1, No. 2, Pp. 154–160, Dec. 2024, Doi: 10.24036/Scemp.V1i2.39.
- [2] N. Aryanto, P. W. Melati, W. R. G. Friska, A. S. Fitri, And A. Muhammad, “Penggunaan Aplikasi Online dalam Pelayanan Transportasi,” *Jurnal Multidisiplin Saintek*, Vol. 4, Nov. 2024.

- [3] S. Lungsae And M. Ruslianor Maika, “Pengembangan Layanan Aplikasi Go-Jek dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Informatika, Manajemen Dan Teknologi*, Vol. 23, 2021.
- [4] M. Rizeki, Y. Saputra, A. Firdaus, And S. Shaddiq, “Analisis Sistem Informasi Driver Maxim Indonesia menggunakan Pendekatan Evaluasi *Usability Heuristik* dan *Human Resource Information System*,” 2023.
- [5] J. Harya Permana, Megawati, E. Saputra, And Zarnelly, “Evaluasi *User Experience* pada Aplikasi Maxim *Mobile* menggunakan *User Experience Questionnaire QUESTIONNAIRE*,” Vol. 10, No. 2, Pp. 1178–1184, 2025, Doi: 10.29100/Jipi.V10i2.6192.
- [6] R. Banggoi, A. Y. Mendo, And L. L. Asi, “Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim untuk meningkatkan Loyalitas Pengguna di Kota Gorontalo,” *JAMBURA*, Vol. 6, No. 1, 2023, [Online]. Available: [Http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/JIMB](http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB)
- [7] S. Etika *Et Al.*, “Peran Inovasi dan Diferensiasi Layanan dalam meningkatkan Daya Saing Bisnis Jasa Digital di Pasar Global *the Role of Innovation and Service Differentiation in Increasing the Competitiveness of Digital Service Businesses in the Global Market*,” *Jurnal Kolaboratif Sains*, Vol. 7, No. 11, Pp. 4244–4256, 2024, Doi: 10.56338/Jks.V7i11.6382.
- [8] A. Wijoyo And D. R. Pratama, “Penerapan Sistem Informasi pada Aplikasi Ojek Online,” 2024. [Online]. Available: [Https://Jurnalmahasiswa.Com/Index.Php/Teknobis](https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis)
- [9] A. Amran, Y. Arditya Candani Putri, P. Rahayu Susmawati, R. Nur Aulita, And Y. Fitria, “*Evaluating the User Experience of Online Transportation Applications with the UEQ Approach to People’s Lifestyles*,” Vol. 12, No. 4, Pp. 229–235, 2024, [Online]. Available: [Www.Ejournal.Isha.Or.Id/Index.Php/Mandiri](http://www.ejournal.isha.or.id/index.php/mandiri)
- [10] T. L. M. Suryanto, A. Fauzi, And D. B. Setyohadi, “*Identifying the Effect of Emotions in Government-Citizen Online (G2C) Tourism based on the HEART Metrics*,” *International Journal Of Data And Network Science*, Vol. 5, No. 4, Pp. 641–648, Sep. 2021, Doi: 10.5267/J.Ijdns.2021.8.003.
- [11] 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.
- [12] M. Noer, I. Ramadhani, M. I. Mahardhika, And A. Wulansari, “Analisis *User Experience* terhadap Kepuasan Pengguna menggunakan *Heart Framework* pada Aplikasi Grab *Analysis of User Experience on User Satisfaction using the Heart Framework in the Grab Application*,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 5, Pp. 2986–6340, Doi: 10.5281/Zenodo.8047067.
- [13] P. Fannya, D. Happy Putra, And N. Aula Rumana, “*User Experience Analysis of Peduli Lindungi-Applications using Heart Metrics in Eid Al-Fitr Travellers*,” *Int J Community Med Public Health*, Vol. 10, No. 10, Pp. 3414–3420, Sep. 2023, Doi: 10.18203/2394-6040.Ijcmph20232849.
- [14] A. Galib Andreas, P. Dellia, S. Rizqa Rahma, J. Nurqomariah, R. Soleha, And I. Sentiawati, “*Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications Analysis of User Experience (UX) in the use of the Tiktok Shop Application with the HEART Metrics Method*,” 2024. [Online]. Available: [Https://Ioinformatic.Org/](https://ioinformatic.org/)
- [15] R. Aisyah, W. Hidayatullah, A. L. Zahra, And D. Shahita, “Analisis *User Experience* Pengguna Aplikasi Neobank berdasarkan Alat Ukur *Heart Metrics*,” 2023.
- [16] A. Meiriza *Et Al.*, “Analisis *User Experience* pada Aplikasi *Mobile* Alflagift dengan menggunakan Metode *Heart Metrics*,” *Journal Of Information System Research (JOSH)*, Vol. 5, No. 3, Pp. 785–794, 2024, Doi: 10.47065/Josh.V5i3.4993.
- [17] M. L. Khakim And O. O. Sharif, “*Analysis User Experience of Go-Jek Applications using Heart Metrics*.”
- [18] B. Adil Putrajaya, M. Rizky Erlangga, A. Amalia, And A. Agung, “Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI) 2022 Surabaya,” 2022. [Online]. Available: [Http://Sitasi.Upnjatim.Ac.Id/](http://sitasi.upnjatim.ac.id/)
- [19] F. Oktarina, E. R. Handoyo, And F. S. Rahayu, “*User Experience Analysis of ShopeeFood Service using Google’s HEART Framework*,” *Teknika*, Vol. 14, No. 1, Pp. 47–56, Mar. 2025, Doi: 10.34148/Teknika.V14i1.1141.

- [20] M. Cipta Herawati And D. F. Suyatno, “Evaluasi *User Experience* pada Aplikasi SOCO By Sociolla menggunakan *Google’s HEART Metrics* dan Set GSM : JEISBI (Journal Of Emerging Information Systems And Business Intelligence),” 2023.
- [21] S. Lwanga, S. , Lemeshow, And W. H. Organization, “*Sample Size Determination In Health Studies A Practical Manual*,” 1991.
- [22] Interaction Design Foundation - Ixdf, “*Google’s HEART Framework for Measuring UX.*,” Interaction Design Foundation - Ixdf. Accessed: Apr. 28, 2025. [Online]. Available: <https://www.interaction-design.org/literature/article/google-s-heart-framework-for-measuring-ux>
- [23] D. Febri Armanda, A. Pratama, And T. Lathif Mardi Suryanto, “Analisis *User Experience* terhadap *Website E-Learning Disty (DILAN)* menggunakan *HEART Metrics*,” 2023.
- [24] M. Noer, I. Ramadhani, M. I. Mahardhika, And A. Wulansari, “Analisis *User Experience* terhadap Kepuasan Pengguna menggunakan *Heart Framework* pada Aplikasi *Grab Analysis of User Experience on User Satisfaction using the Heart Framework in the Grab Application*,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 5, Pp. 2986–6340, 2023, Doi: 10.5281/Zenodo.8047067.