

ANALISIS *USER EXPERIENCE* PENGGUNA APLIKASI NEOBANK BERDASARKAN ALAT UKUR *HEART* *METRICS*

Ratih Aisyah

Universitas Pembangunan Nasional, Jawa Timur
Email : 20082010190@student.upnjatim.ac.id

Annisa Lusyani Zahra

Universitas Pembangunan Nasional, Jawa Timur
Email : 20082010153@student.upnjatim.ac.id

Dwi Shahita

Universitas Pembangunan Nasional, Jawa Timur
Email : 20082010186@student.upnjatim.ac.id

Wafi Hidayatullah

Universitas Pembangunan Nasional, Jawa Timur
Email : 20082010178@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *Based on the accumulated reviews, it is known that the symptoms of disrupted user experience are supported by several reviews which show dissatisfaction in operating the Neobank application, which may have an effect on decreasing user satisfaction. This problem is something that must be monitored by PT. Neo Commerce Bank so that the Neobank application remains sustainable. This research has a mission to find out what will be emphasized for the development of the Neobank application based on the HEART Metrics measurement tool with the method implemented is Importance Performance Analysis. Determining the number of respondents in this study implemented the formula created by Slovin and obtained a population of 99 respondents who are residents of the island of Java who use the Neobank application. Until the results of the importance and performance elaboration, there are several statement items that need to be evaluated, but there are items that need to be evaluated and prioritized immediately based on the results of the calculation of the suitability level and Cartesian diagram, namely the user experience that it is not uncommon to experience errors when operating a Neobank with a level conformity 91.91%. The items in the aforementioned statement have the potential to divert the user experience in using the Neobank application.*

Keywords : *HEART Metrics, Importance Performance Analysis, Neobank*

Abstrak. Berdasarkan dari akumulasi ulasan diketahui bahwa gejala pengalaman pengguna yang mengalami gangguan disokong oleh beberapa review yang memperlihatkan ketidakpuasan dalam mengoperasikan aplikasi Neobank memungkinkan adanya efek ke kepuasan pengguna menurun. Masalah tersebut merupakan hal yang wajib dipantau oleh PT. Bank Neo Commerce agar aplikasi Neobank tetap berkesinambungan. Penelitian ini memiliki misi untuk mengetahui hal apa yang akan dititikberatkan untuk pengembangan pada aplikasi Neobank berdasarkan alat ukur *HEART Metrics* dengan metode yang diimplementasikan adalah *Importance Performance Analysis*. Penentuan jumlah responden pada penelitian ini mengimplementasi rumus yang diciptakan oleh Slovin dan mendapatkan responder sebanyak 99 populasi yang merupakan warga pulau Jawa yang menggunakan aplikasi Neobank. Hingga hasil elaborasi importance dan performance ada beberapa item-item pernyataan yang perlu dieksekusi evaluasi, tetapi terletak item yang perlu segera dievaluasi dan diprioritaskan berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius, yaitu pengalaman pengguna yang tidak jarang mengalami error saat mengoperasikan Neobank dengan tingkat kesesuaian 91.91%. Item dalam pernyataan yang telah disebut berpotensi mengalihkan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Neobank.

Kata kunci : *HEART Metrics, Importance Performance Analysis, Neobank*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memiliki dampak yang signifikan terhadap layanan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan teknologi informasi agar mempersembahkan layanan dan informasi dengan cepat dan sederhana. Perusahaan berusaha untuk mengembangkan aplikasi seluler yang akan membantu bisnis dalam penyampaian informasi dan layanan. PT. Bank Yudha Bakti yang pada tahun 2020 mengubah nama menjadi PT. Bank Neo Commerce Tbk adalah perusahaan publik yang bergerak di bidang perbankan. Dalam rangka meningkatkan pelayanan perbankan terhadap konsumen di Indonesia, PT. Bank Neo Commerce bertransformasi menjadi bank digital dengan menyediakan aplikasi seluler bernama Neobank pada tahun 2020, dengan tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah bank neo commerce terutama pada segmen pasar milenial dan generasi Z kedepannya menjadi lebih fleksibel untuk digunakan.

Pengalaman pengguna terhadap aplikasi Neobank terbilang cukup baik berdasarkan pada ulasan skor yang diperoleh pada aplikasi tersebut pada platform distribusi aplikasi. Pada *app store* (iOS dan iPadOS), aplikasi Neobank mendapatkan skor 3.8 dari 5 bintang dan pada *playstore* (Android OS), aplikasi Neobank mendapatkan skor 4.1 dari 5 bintang. Namun dari akumulasi skor tersebut, nilai kedua terbanyak adalah skor 1 bintang. Berdasarkan dari akumulasi yang terdapat pada *appstore* dan *playstore* bahwa ada gejala pengalaman pengguna yang mengalami gangguan didorong oleh beberapa

ulasan yang menunjukkan ketidakpuasan dalam menggunakan aplikasi Neobank. (Lalleman et al,2015) berkata bahwa pengalaman pengguna (UX) umumnya digambarkan sebagai kualitas holistik dari interaksi antara pengguna dan sistem interaktif (Lalleman et al,2015). Tiga pilar klasik yang memengaruhi UX yaitu pengguna, sistem, dan konteks. Pengalaman pengguna (UX) merupakan pandangan krusial yang berkaitan melalui ilmu sistem interaktif (Human Computer Interaction). UX memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan penyampaian produk atau layanan yang efektif dan efisien kepada pengguna akhir (Dillon,2001). PT. Neo Commerce Bank harus mengevaluasi pengalaman pengguna dari aplikasi Neobank karena jika pengalaman pengguna tidak bekerja secara baik dan benar, pengguna akan tidak ingin untuk menggunakan produk tersebut (Garret, 2010 : 17). Mengenai permasalahan di atas, penilaian pengalaman pengguna dilakukan dengan alat ukur *HEART Metrics (Happiness, Engagement, Adoption and Retention, and Task Success)* yang diinovasikan Rodden et al. sebagai pengkaji Google (Rodden et al ,2010). Dalam pencarian beberapa aspek yang perlu dikembangkan, PT. Bank Neo Commerce mengolah keputusan dari alat ukur *HEART Metrik* sambil mengimplementasikan metode Importance Performance Analysis

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam kegiatan meneliti dan berfokus pada analisis pengalaman pengguna aplikasi Neobank menggunakan *metrik HEART*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan cara mengakumulasi data dilakukan dengan mengambil data esensial yang diambil dari peninjauan *online* berupa *form* yang sediakan oleh perusahaan *Google* lalu dibagikan melalui media sosial dan data sekunder yang diperoleh dari studi sebelumnya yaitu literatur studi, dan informasi yang diperoleh melalui internet dipublikasikan di media, sampel penelitian ini adalah pengguna aplikasi Neobank dengan. Skala pengukuran yang dipakai adalah skala likert dengan tingkatan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Kurang Setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

2.2 HEART Metrics

HEART Metrics adalah alat pengukuran tambahan yang dirancang dengan mempertimbangkan pengguna. *HEART Metrics* adalah kerangka kerja yang dibuat oleh Kenny Rodden berdasarkan metrik pengguna-sentris *Google* (Jannah et al,2022). *HEART* mengukur 5 variabel yaitu *Happiness* (Kebahagiaan), *Engagement* (Keterlibatan), *Adoption* (Akuisisi), *Retention* (Retensi) dan *Task Success* (Keberhasilan tugas). Tujuan penggunaan *HEART-Metrics* adalah untuk mendukung pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman pengguna aplikasi (Pratama et al,2019). Kebahagiaan adalah metrik yang merupakan bagian subjektif dari pengalaman pengguna, termasuk kepuasan dan minat pengguna dalam menggunakan aplikasi. Keterlibatan adalah ukuran bagaimana peran pengguna dalam suatu produk termasuk waktu yang dihabiskan untuk menggunakan atau berinteraksi dengan produk. Akuisisi adalah ukuran yang memungkinkan Anda menyelidik seberapa banyak pengguna yang baru mulai mengoperasikan aplikasi selama periode waktu spesifik. Retensi adalah ukuran yang digunakan untuk melacak berapa banyak pengguna yang masih menggunakan produk dari satu periode ke periode berikutnya. Keberhasilan tugas adalah metrik yang mengevaluasi pengalaman pengguna tradisional, termasuk efisiensi, efektivitas, dan kesalahan pengguna.

2.3 Populasi dan Sampel

Secara umum sampel diartikan sebagai bagian dari populasi. Populasi menurut (Tarsi & Tuff , 2012) didefinisikan sebagai sekelompok individu dari spesies yang sama yang hidup di suatu wilayah eksklusif. Anggota suatu populasi seringkali bergantung pada sumber daya yang sama, tunduk pada kendala lingkungan yang sama, dan kelangsungan hidup mereka dari waktu ke waktu bergantung pada ketersediaan anggota lainnya. Sampel penelitian harus representatif/mewakili untuk mendapatkan hasil yang akurat. Penentuan jumlah sampel menurut rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Penjelasan : n = jumlah sampel

= toleransi error (10%)

N = keseluruhan populasi

Menurut Wiyadi (2009) berdasarkan (Roscoe,1972), (Gay & Diehl, 1992), jumlah minimal sampel adalah 30 sampel.

2.4 Importance Performance Analysis

Pada tahun 1977 Martilla dan James mengemukakan dalam artikel mereka berjudul “*Importance Performance Analysis*” adapun diterbitkan di *Journal of Marketing*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja suatu perusahaan, kemudian rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dianalisis dalam matriks hasil-kepentingan, di mana sumbu x mewakili pengamatan dan sumbu y mewakili observasi. mewakili harapan. Hasilnya kemudian diperoleh dalam bentuk empat kuadran seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.

	URGENT	NOT URGENT
IMPORTANT	<u>Quadrant I</u> <i>urgent and important</i> DO	<u>Quadrant II</u> <i>not urgent but important</i> PLAN
NOT IMPORTANT	<u>Quadrant III</u> <i>urgent but not important</i> DELEGATE	<u>Quadrant IV</u> <i>not urgent and not important</i> ELIMINATE

Gambar 1. Diagram Kartesius

Adapun interpretasi menurut kuadran gambar 1 menjadi berikut:

A. Primer (Fokus Disini)

Mengikuti kuadran I masih terdapat faktor-faktor yang diyakini penting dan atau dibutuhkan oleh konsumen, namun kinerja perusahaan dinilai kurang memuaskan, sehingga perusahaan harus fokus pada pengalokasian sumber daya pada aktivitas yang terlibat. di kuadran ini.

B. Kelanjutan Pencapaian (*Keep Up the Good Work*)

Mengikuti kuadran II masih terdapat faktor-faktor yang seharusnya menjadi penentu dan harus menjadi faktor pendukung kepuasan pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus menjaga kinerjanya masa lalu.

C. Poor Accentuation

Mengikuti kuadran III masih terdapat faktor-faktor yang memiliki persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan tidak terlalu dibutuhkan oleh konsumen, sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih. faktor tersebut sebelumnya.

D. Terlampau (*Maybe Too Much*)

Mengikuti kuadran IV terdapat faktor-faktor yang dianggap terlalu penting dan tidak terlalu dibutuhkan oleh klien. Akibatnya, perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor ini ke faktor-faktor prioritas lain yang lebih tinggi.

2.5 Variabel dan Instrumen Analisis

Pada tabel 1, termuat item pernyataan berdasarkan pada penelitian ini merupakan pengalaman pengguna menggunakan variabel merupakan *Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success*.

Tabel 1. Variabel dan Instrumen Pertanyaan

Variabel	No	Pernyataan
<i>Happiness</i>	1	Saya menganggap memakai aplikasi Neobank membuat saya puas.
	2	Saya merasa aplikasi Neobank memudahkan saya dalam melakukan transaksi.
	3	Saya menyukai tampilan interface aplikasi Neobank.
	4	Menurut saya fitur-fitur aplikasi Neobank mudah dipahami.
	5	Menurut saya Neobank mudah digunakan.
	6	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan aplikasi Neobank.
<i>Engagement</i>	7	Saya dapat menggunakan aplikasi Neobank setiap waktu.
	8	Saya menggunakan aplikasi Neobank untuk mengetahui jumlah saldo saya.
	9	Saya selalu menggunakan aplikasi Neobank untuk melakukan transaksi.
<i>Adoption</i>	10	Saya mempunyai harapan memakai aplikasi Neobank dalam jangka waktu yang tidak sebentar.
	11	Saya mengetahui langkah mengimplementasi fitur pada aplikasi Neobank saat pertama kali memakainya.
<i>Retention</i>	12	Saya merasa aplikasi Neobank dapat membantu saya dalam melakukan transaksi.
	13	Saya akan terus menggunakan aplikasi Neobank selama menjadi nasabah Bank Neo.
	14	Saya hanya menggunakan aplikasi Neobank ketika ingin mengecek saldo dan melakukan transaksi.
	15	Saya menggunakan Neobank setiap hari untuk fitur Neobank seperti Neo Fortune, dan Dunia Neo.

Task Success	16	Saya dapat menggunakan fitur Dunia Neo dengan lancar.
	17	Saya memerlukan waktu banyak untuk mempraktikkan Neobank.
	18	Saya beranggapan aplikasi Neobank sangat membantu untuk melakukan manajemen keuangan saya.
	19	Saya beranggapan bahwa fitur komunikasi dengan pengiriman pesan di Neobank membantu saya menjalani koneksi dengan nasabah Neobank lainnya.
	20	Saya merasa jarang mengalami error ketika menggunakan Neobank.

2.6 Uji Validitas

Pengaplikasian instrumen dalam penelitian mampu dapat mengukur maupun mengungkap informasi tentang variabel yang diteliti. Hal ini dapat dilihat dengan menggunakan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen. Untuk menguji validitas suatu alat ukur, terlebih dahulu dihitung skor korelasi dengan menggunakan rumus *product moment Pearson* dengan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22.0, dan total instrumen dianggap valid jika koefisien korelasi $> 0,3$.

2.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada masalah ketelitian (akurasi) alat ukur. Akurasi ini dapat dievaluasi dengan menggunakan analisis statistik untuk menentukan kesalahan pengukuran atau kesalahan pengukuran. Suatu perangkat dianggap andal jika perangkat tersebut dapat cukup andal sebagai alat pengukur data. Penelitian dengan uji reliabilitas mengimplementasi rumus *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22.0 berdasarkan (Sugiono,2017) bahwa pernyataan yang lebih besar dari 0,6 nilai instrumen pernyataan dianggap reliabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Data dan Analisis

Dari populasi yang ada sebanyak 19.000.000, perhitungan jumlah sampel yang diperlukan dengan menggunakan rumus Slovin:

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

$$n = \frac{19 \times 10^6}{1 + 19 \times 10^6 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{19 \times 10^6}{1 + 19 \times 10^6 (0,1)^2}$$

$$n = 99 \text{ pelanggan}$$

Sesudah instrumen analisis dilakukan dan dikemukakan lulus dari uji validitas dan reliabilitas, maka langkah selanjutnya yaitu data selanjutnya diolah dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) yang terlebih dahulu menentukan derajat kesesuaian antara persepsi (kinerja) dan harapan (kepentingan). Kemudian hitung jumlah rata-rata setiap item pertanyaan yang dipakai untuk limit saat memvisualkan diagram kartesius (Fatmala et al,2018)

Tabel 2. Hasil Perhitungan Persepsi dan Harapan

No	Persepsi (Skor)	Persepsi (Rata-Rata)	Harapan (Skor)	Harapan (Rata-Rata)
1	387	3.91	398	4.02
2	403	4.07	408	4.12
3	388	3.92	398	4.02
4	396	4.00	407	4.11
5	403	4.07	414	4.18
6	400	4.04	410	4.14
7	381	3.85	390	3.94
8	397	4.01	409	4.13
9	368	3.72	401	4.05
10	381	3.85	386	3.90
11	356	3.60	368	3.72
12	388	3.92	400	4.04
13	379	3.83	386	3.90
14	369	3.73	374	3.78

15	359	3.63	366	3.70
16	373	3.77	383	3.87
17	375	3.79	388	3.92
18	376	3.80	389	3.93
19	388	3.92	399	4.03
20	387	3.91	404	4.08

Tabel 3. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian

Variabel	No	GAP	Tingkat Kepentingan
<i>Happiness</i>	1	-0.11	97.26%
	2	-0.05	98.79%
	3	-0.1	97.51%
	4	-0.11	97.32%
	5	-0.11	97.37%
	6	-0.1	97.58%
	Total	-0.10	97.64%
<i>Engagement</i>	7	-0.09	97.72%
	8	-0.12	97.09%
	9	-0.33	91.85%
	10	-0.05	98.72%
	Total	-0.15	96.34%
<i>Adoption</i>	11	-0.12	96.77%
	12	-0.12	97.03%
	Total	-0.12	96.90%
	13	-0.07	98.21%

ANALISIS USER EXPERIENCE PENGGUNA APLIKASI NEOBANK
BERDASARKAN ALAT UKUR HEART METRICS

<i>Retention</i>	14	-0.05	98.68%
	15	-0.07	98.11%
Total		-0.06	98.33%
<i>Task Success</i>	16	-0.1	97.42%
	17	-0.13	96.68%
	18	-0.13	96.69%
	19	-0.11	97.27%
	20	-0.33	91.91%
	Total		-0.16

Langkah akhir yaitu menghitung total dari tingkat kepentingan variabel dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{X} = \frac{97.64\% + 96.34\% + 96.90\% + 98.33\% + 95.99\%}{5}$$

$$\bar{X} = 97.04\%$$

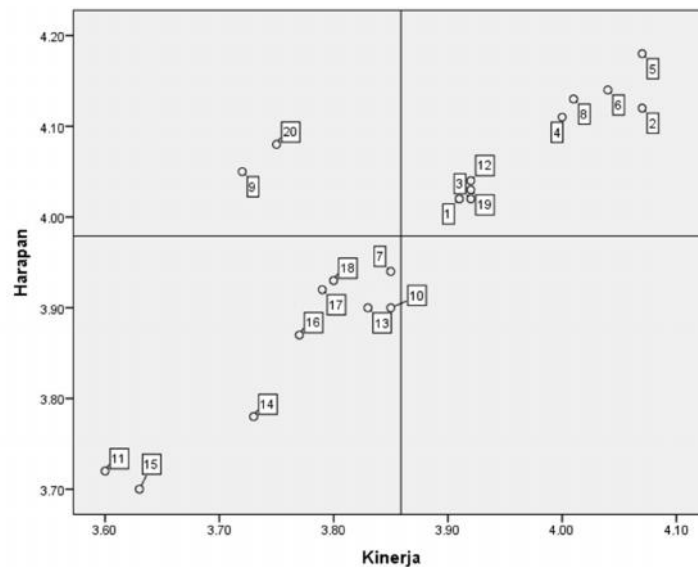
Penjelasan : \bar{X} = nilai rata-rata tingkat kepentingan variabel

X_i = nilai data tingkat kepentingan tiap variabel

n = banyaknya data

Dari hasil tingkat penerapan variabel pada Tabel 3 terlihat bahwa tingkat penerapan variabel *Happiness* antara observasi (kinerja) dan harapan pengguna (minat) sebesar 97,6%. Konfigurasi *Engagement* antara pengamatan (efisiensi) dan harapan pengguna (minat) adalah 96,3%. Kecocokan *Adoption* antara persepsi (efisiensi) dan harapan pengguna (minat) adalah 96,90%. Retensi mendapat kecocokan 98,33% antara pengamatan (efisiensi) dan harapan pengguna (minat). Kesesuaian Task Success antara pengamatan (hasil) dan harapan pengguna (minat) pada variabel keterlibatan adalah 95,99%. Semua variabel termasuk dalam kelompok penerapan tinggi (80% hingga 100%).

Variabel retensi merupakan variabel dengan tingkat kepatuhan tertinggi sebesar 98,33%. Jika memberikan informasi bahwa pengalaman pengguna aplikasi Neobank dapat dikatakan berhasil dalam hal retensi (aktivitas pengguna). Variabel dengan tingkat kepatuhan terendah adalah variabel tanggung jawab dengan nilai 95,99%. Jika itu memberikan informasi bahwa variabel Keterlibatan adalah variabel yang paling perlu ditingkatkan oleh tim atau manajer pengembangan aplikasi Neobank untuk meningkatkan pengalaman pengguna Neobank. Untuk tingkat kepatuhan yang ditunjukkan pada Tabel 3, 97,0% harapan pengguna terpenuhi, sedangkan 2,96% tidak terpenuhi. Selain itu dilakukan pengolahan yang lebih komprehensif dengan memetakan diagram kartesius ke dalam bagian kuadran.



Gambar 2. Hasil Olah Kepuasan Pelanggan Dengan Diagram Kartesius

Berdasarkan ketentuan pengolahan yang terlihat di gambar 2, maka dapat disimpulkan bahwa:

a. Kuadran I

Tabel 5. Kuadran I

No	Item Pertanyaan
9	Saya selalu menggunakan aplikasi Neobank untuk melakukan transaksi.
20	Saya merasa jarang mengalami error ketika menggunakan Neobank.

Dari pengalaman pengguna, item 9 dan 20 menjadi beberapa item dengan kualitas yang harus dikembangkan. Perbaikan mengenai tanggapan pengguna terhadap keinginan untuk menggunakan aplikasi Neobank dalam melakukan transaksi perlu didalami oleh pihak PT. Bank Neo Commerce sehingga aplikasi Neobank menjadi aplikasi perbankan yang fleksibel dan terbaik. Kesan mengenai masalah error pada aplikasi Neobank pengguna tidak begitu baik. Penilaian yang mendetail harus dilakukan untuk mencari masalah yang menyebabkan hal tersebut.

b. Kuadran II

Tabel 6. Kuadran II

No	Item Pertanyaan
1	Saya menganggap memakai aplikasi Neobank membuat saya puas.
2	Saya berniat menggunakan aplikasi Neobank dalam jangka waktu yang lama.
3	Saya merasa aplikasi Neobank sangat membantu untuk melakukan manajemen keuangan saya.
4	Menurut saya fitur-fitur aplikasi Neobank mudah dipahami.
5	Menurut saya Neobank mudah digunakan.
6	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan aplikasi Neobank.
8	Saya menggunakan aplikasi Neobank untuk mengetahui jumlah saldo saya.
12	Saya merasa aplikasi Neobank dapat membantu saya dalam melakukan transaksi.
19	Saya beranggapan bahwa fitur komunikasi dengan pengiriman pesan di Neobank membantu saya menjalani koneksi dengan nasabah Neobank lainnya.

Berdasarkan kuadran II, PT. Bank Neo Commerce disarankan melindungi beberapa item yaitu item nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 12, 19 karena berdasarkan pengalaman yang didapatkan oleh pengguna sudah terasa baik dan pelayanan maupun informasi yang sudah diberikan PT. Bank Neo Commerce juga sudah baik. Maka dari itu, PT. Bank Neo Commerce harus mempertahankan hal tersebut untuk kedepannya agar menjadi lebih baik.

c. Kuadran III

Tabel 7. Kuadran III

No	Item Pertanyaan
7	Saya dapat menggunakan aplikasi Neobank setiap waktu.
10	Saya mempunyai harapan memakai aplikasi Neobank dalam jangka waktu yang tidak sebentar.
11	Saya mengetahui langkah mengimplementasi fitur pada aplikasi Neobank saat pertama kali memakainya.
13	Saya tau cara menggunakan fitur pada aplikasi Neobank saat pertama kali menggunakannya.
14	Saya hanya menggunakan aplikasi Neobank ketika ingin mengecek saldo dan melakukan transaksi.
15	Saya menggunakan Neobank setiap hari untuk fitur Neobank seperti Neo Fortune, dan Dunia Neo.
16	Saya dapat menggunakan fitur Dunia Neo dengan lancar.
17	Saya memerlukan waktu banyak untuk mempraktikkan Neobank.
18	Saya beranggapan aplikasi Neobank sangat membantu untuk melakukan manajemen keuangan saya.

Kuadran selanjutnya yaitu ke-III, tingkat kepentingan dan kinerja pada item 7, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, pengguna dan PT. Bank Neo Commerce tidak menganggapnya penting. Perusahaan juga tidak memprioritaskannya dalam fokus pengembangan aplikasi Neobank. Tapi PT. Neo Commerce Bank perlu sedikit fokus pada item bagian ini, karena hal ini tidak menghalangi item tersebut untuk menjadi prioritas pengguna.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan untuk skor kepuasan UX, termasuk variabel *HEART* (*happiness, engagement, adoption, retention, and task success*). Hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan bagian hasil dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan. Dapat diketahui tiga item terbaik yaitu bahwa:

1. Aplikasi Neobank mudah untuk digunakan.
2. Aplikasi Neobank memudahkan dalam melakukan transaksi,
3. Pengguna akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan aplikasi Neobank.

Untuk hal-hal atau item yang perlu diperbaiki, diagram kartesius dapat digunakan dalam perhitungan analisis kinerja penting untuk memantau dimana ada item yang perlu diperbaiki sesegera mungkin. Item tersebut yaitu *pada variabel task success* nomor 20 tentang kendala error saat menggunakan aplikasi sehingga memberikan pengalaman kurang bagi pengguna. Sehingga pihak pengelola diharapkan untuk memberikan perhatian lebih pada item pernyataan tersebut guna meningkatkan pengalaman pengguna pada Neobank.

SARAN

Diberi saran-saran agar dalam penulisan selanjutnya dapat lebih menyempurnakannya:

- a. Masih banyak cara untuk mengukur analisis kinerja aplikasi Neobank.
- b. Keterbatasan jurnal yang bersangkutan dengan alat ukur *HEART Metrics*. Peneliti selanjutnya perlu melakukan penelitian lebih mendalam pada variabel, khususnya A (*Adoption*) dan R (*Retention*).

DAFTAR PUSTAKA

- Dillon, A. 2001. Beyond Usability: Process, Outcome and Affect in Human Computer Interactions. *Canadian Journal of Information Science*. No. 4. Vol. 26. 56-69.
- D. P. Sugiono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Fatmala, W. S., Suprpto, dan Rachmadi, A. 2018. Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. No. 1. Vol. 2. 175–183
- Garrett, J. 2010. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. *Pearson Education*.
- Jannah, A. M., Suryanto T. L. M., dan Pratama, A. 2022. Pengukuran User Experience Terhadap Penggunaan Aplikasi SIMVONI dengan Pendekatan Metode HEART. *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, no. 1. Vol. 12. 34-39.
- Lallemand, C., Gronier, G., and Koenig, V. 2015. User experience: A Concept Without Consensus? Exploring Practitioners Perspectives Through an International Survey. *Computers in Human Behavior*, Vol. 43, 35–48.
- Pratama, A. V., Lestari, A. D., dan Aini, Q. 2019. Analisis User Experience Aplikasi Academic Information System (AIS) Mobile Untuk User-Centered Metrics Menggunakan Heart Framework. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*. No. 3. Vol. 8. 405-412.
- Rizky, V., Lathif Mardi Suryanto, T., & Maya Safitri, E. 2021. Analisis User Experience Pengguna Aplikasi KAI Access Berdasarkan Alat Ukur HEART Metrics. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(2), 244-254. <https://doi.org/10.33005/jifosi.v2i2.263>
- Rodden, K., Hutchinson, H., & Fu, X. 2010. Measuring the User Experience on a Large Scale: User-Centered Metrics for Web Applications. *Proceeding of Human Computer Interaction*. Retrieved from ACM Digital Librar
- Trenggono, Brahmantio & Faroqi, Asif & Wulansari, Anita. 2022. Penerapan Metode HEART Metrics dalam Menganalisis User Experience Aplikasi E-Learning. *Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*. 11. 471. 10.35889/jutisi.v11i2.876.
- Tuff, K. & Tuff, T. 2012. Introduction to Population Demographics. *Nature Education Knowledge*. No. 3. Vol. 11. pp. 3.
- Wiyadi. 2009. Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, No. 1. Vol. 13. 77–92.
- www.bankneocommerce.co.id (2020). Tentang BNC: Sejarah BNC. <https://www.bankneocommerce.co.id/about/story#history>, diakses tgl 17 Desember 2022.