

Analisis User Experience Aplikasi Activebarngo Menggunakan Metode Heart Metrics dan Importance Performance Analysis (IPA)

Bayulistio Indrawan*, Asep Juarna

Universitas Gunadarma, Indonesia

Email: Bayulistio25@gmail.com*, ajuarna@staff.gunadarma.ac.id

Keywords:

Active Barn;
ActiveBarnGo;
HEART Metrics;
Happiness;
Engagement.

Abstract

The development of digital technology in the fitness industry has encouraged the emergence of various applications designed to improve accessibility and enhance user experience in sports activities. ActiveBarnGo was developed as a digital platform to support users in searching schedules, selecting classes, and booking sports services at ActiveBarn studio. However, the success of a digital application is not only determined by feature availability but also by the quality of user experience during interaction with the application. This study aims to evaluate the user experience quality of the ActiveBarnGo application and identify improvement priorities using the HEART Metrics and Importance Performance Analysis (IPA) methods. This research employed a quantitative descriptive approach by collecting data through questionnaires distributed to 60 respondents who had used the ActiveBarnGo application. The research instrument was developed based on five dimensions of HEART Metrics: Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success. The collected data were analyzed through validity testing, reliability testing, descriptive analysis, and IPA quadrant mapping. The results indicate that ActiveBarnGo generally provides a positive user experience, with the highest scores found in Happiness (85.6%), Adoption (84.2%), and Task Success (83.8%). However, the IPA analysis identified several attributes requiring immediate improvement, including user engagement frequency, initial application adoption process, feature stability, user retention, and class booking completion process. The study concludes that ActiveBarnGo has achieved a good level of user experience quality; nevertheless, improvements in Engagement, Adoption, Retention, and Task Success dimensions are required to increase user loyalty and strengthen the sustainability of digital fitness services.

Kata Kunci:

ActiveBarn;
ActiveBarnGo;
Metrik HEART;
Kebahagiaan;
Keterlibatan.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital pada industri kebugaran mendorong hadirnya berbagai aplikasi yang bertujuan meningkatkan kemudahan akses dan pengalaman pengguna dalam melakukan aktivitas olahraga. Aplikasi ActiveBarnGo dikembangkan sebagai platform digital untuk mendukung proses pencarian jadwal, pemilihan kelas, dan pemesanan layanan olahraga pada studio ActiveBarn. Namun, keberhasilan aplikasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fitur, tetapi juga oleh kualitas pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pengalaman pengguna aplikasi ActiveBarnGo serta mengidentifikasi aspek yang perlu diprioritaskan dalam pengembangan aplikasi menggunakan metode HEART Metrics dan Importance Performance Analysis (IPA). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan

pengumpulan data melalui kuesioner kepada 60 responden yang telah menggunakan aplikasi ActiveBarnGo. Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima dimensi HEART Metrics, yaitu Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, serta pemetaan kuadran IPA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi ActiveBarnGo secara umum telah memberikan pengalaman pengguna yang positif dengan nilai rata-rata tertinggi pada dimensi Happiness sebesar 85,6%, Adoption sebesar 84,2%, dan Task Success sebesar 83,8%. Namun, hasil analisis IPA menemukan beberapa aspek yang menjadi prioritas utama perbaikan, yaitu keterlibatan pengguna secara rutin, kemudahan penggunaan pada tahap awal, stabilitas fitur, keberlanjutan penggunaan aplikasi, serta proses penyelesaian pemesanan kelas. Kesimpulannya, ActiveBarnGo telah memiliki kualitas pengalaman pengguna yang baik, tetapi diperlukan peningkatan pada aspek Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success agar aplikasi mampu meningkatkan loyalitas pengguna dan mendukung keberlanjutan layanan digital olahraga.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat mulai menyadari pentingnya gaya hidup sehat di tengah zaman yang segalanya serba instan. Hal ini menjadi tren baru dikalangan masyarakat dengan meningkatnya minat terhadap berbagai jenis olahraga, terutama yang memberi pengalaman baru dan sesuai dengan generasi sekarang.

Dengan memanfaatkan tren olahraga yang sedang populer, PT Aktif Bersama Indonesia, sebuah startup yang bergerak di bidang olahraga, telah meluncurkan sebuah aplikasi bernama ActiveBarnGo untuk mendukung aktivitas pemesanan kelas di studio olahraga mereka, ActiveBarn.

ActiveBarn merupakan studio olahraga yang menawarkan berbagai jenis olahraga modern, seperti yoga, HIIT (*High-Intensity Interval Training*), pilates reformer, dan kelas-kelas berbasis musik seperti dance cardio. Olahraga tersebut kini semakin diminati karena manfaatnya yang terbukti untuk kesehatan fisik dan mental. ActiveBarn menciptakan lingkungan olahraga yang modern dan nyaman, sehingga menarik minat masyarakat dari berbagai kalangan, dari pemula hingga atlet profesional. Studio ini tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas olahraga, tetapi juga menciptakan komunitas yang mendukung dan inspiratif bagi para penggunanya.

Dengan hadirnya aplikasi ActiveBarnGo, PT Aktif Bersama Indonesia berupaya memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mencari, memilih, dan memesan kelas sesuai kebutuhan dan keinginan mereka. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah pengguna dalam mengakses jadwal olahraga, memesan kelas, dan mendapatkan informasi terkait program olahraga yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Untuk mengukur kualitas user experience aplikasi ActiveBarnGo, penelitian ini, akan menggunakan metode HEART Metrics. HEART Metrics merupakan metode pengukuran yang dikembangkan oleh Kenny Rodden berdasarkan metrik pengguna-sentris Google, yang berfokus pada user-centered untuk meneliti user experience. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengevaluasi sekaligus memberikan masukan bagi PT Aktif Bersama Indonesia dalam

meningkatkan kualitas ActiveBarnGo dan memastikan aplikasi ini mampu memenuhi kebutuhan pengguna.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengukuran user experience melalui pendekatan berbasis pengguna menjadi aspek penting dalam pengembangan aplikasi digital. Rodden et al., (2010) memperkenalkan HEART Metrics sebagai metode pengukuran pengalaman pengguna yang dikembangkan oleh Google dengan lima dimensi utama, yaitu Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success. Metode ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian untuk mengevaluasi kualitas aplikasi digital. Penelitian (Aisyah et al., 2023) mengenai aplikasi Neobank menunjukkan bahwa HEART Metrics mampu mengidentifikasi aspek pengalaman pengguna yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Selanjutnya, penelitian (Alijoyo et al., 2024) pada aplikasi SATUSEHAT menemukan bahwa pendekatan HEART Metrics dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepuasan pengguna serta faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi kesehatan digital. Penelitian lain oleh (Khoiriyah et al., 2023) juga menunjukkan bahwa metode HEART Metrics efektif digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna pada sistem berbasis pembelajaran digital dengan mengidentifikasi faktor yang memengaruhi keterlibatan dan keberlanjutan penggunaan aplikasi.

Selain HEART Metrics, pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) juga banyak digunakan dalam penelitian evaluasi layanan digital karena mampu memetakan atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang dirasakan pengguna. Martilla dan (James, 1977) menjelaskan bahwa metode IPA dapat membantu organisasi menentukan prioritas perbaikan dengan mengelompokkan atribut layanan ke dalam empat kuadran, yaitu atribut yang harus menjadi prioritas utama, atribut yang perlu dipertahankan, atribut dengan prioritas rendah, dan atribut yang dianggap berlebihan. Kombinasi HEART Metrics dan IPA memberikan pendekatan yang lebih komprehensif karena HEART Metrics mampu mengukur dimensi pengalaman pengguna secara menyeluruh, sedangkan IPA membantu menentukan aspek mana yang harus segera diperbaiki berdasarkan persepsi pengguna. Beberapa penelitian seperti (Noer et al., 2023) pada aplikasi Grab dan (Trenggono et al., 2022) pada aplikasi e-learning menunjukkan bahwa integrasi pengukuran pengalaman pengguna dengan metode analisis prioritas mampu menghasilkan rekomendasi pengembangan aplikasi yang lebih tepat sasaran.

Meskipun penelitian mengenai evaluasi user experience berbasis HEART Metrics telah banyak dilakukan pada berbagai jenis aplikasi seperti perbankan digital, kesehatan, pendidikan, dan transportasi, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus membahas aplikasi pada sektor kebugaran dan olahraga. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada aplikasi dengan fungsi transaksi umum atau layanan publik, sementara aplikasi olahraga memiliki karakteristik penggunaan yang berbeda karena tidak hanya berorientasi pada penyelesaian transaksi, tetapi juga membutuhkan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan, motivasi berolahraga, serta pembentukan kebiasaan penggunaan. Pada aplikasi seperti ActiveBarnGo, keberhasilan aplikasi tidak hanya diukur dari kemampuan pengguna melakukan pemesanan kelas, tetapi juga dari kemampuan aplikasi mempertahankan pengguna agar tetap aktif menggunakan layanan secara rutin. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai bagaimana dimensi engagement, retention, dan keberhasilan tugas (task

success) berperan dalam membentuk pengalaman pengguna pada aplikasi olahraga berbasis komunitas.

Urgensi penelitian ini semakin meningkat karena keberhasilan transformasi digital pada industri kebugaran sangat bergantung pada kemampuan aplikasi dalam memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Berdasarkan kondisi tersebut, aplikasi ActiveBarnGo sebagai platform digital yang mendukung aktivitas pemesanan kelas olahraga perlu dievaluasi secara sistematis untuk mengetahui sejauh mana aplikasi telah memenuhi harapan pengguna. Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan pada ActiveBarnGo, beberapa aspek masih berpotensi mengalami kendala, terutama berkaitan dengan keterlibatan pengguna secara rutin, proses adaptasi pengguna baru, keberlanjutan penggunaan aplikasi, serta kemudahan penyelesaian proses pemesanan kelas. Permasalahan tersebut menjadi penting untuk dikaji karena pengalaman pengguna yang kurang optimal dapat menyebabkan pengguna kembali menggunakan metode konvensional seperti pemesanan melalui media sosial atau komunikasi langsung dengan pengelola studio. Dengan demikian, evaluasi UX menjadi langkah strategis untuk memastikan aplikasi mampu memberikan nilai tambah bagi pengguna sekaligus mendukung tujuan bisnis perusahaan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan kombinasi metode HEART Metrics dan Importance Performance Analysis dalam mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi olahraga ActiveBarnGo yang belum banyak dikaji pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini tidak hanya mengukur tingkat kepuasan pengguna berdasarkan lima dimensi HEART Metrics, tetapi juga memetakan atribut yang membutuhkan perhatian prioritas melalui analisis IPA. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian menghasilkan rekomendasi yang lebih spesifik mengenai aspek aplikasi yang perlu dipertahankan maupun dikembangkan. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam bidang sistem informasi dan pengalaman pengguna dengan menghadirkan studi kasus pada industri kebugaran modern yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan aplikasi digital lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pengalaman pengguna aplikasi ActiveBarnGo menggunakan metode HEART Metrics, mengidentifikasi aspek-aspek aplikasi yang masih membutuhkan peningkatan, serta menganalisis prioritas perbaikan berdasarkan metode Importance Performance Analysis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademik maupun praktis. Secara akademik, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi digital, khususnya dalam sektor olahraga dan kebugaran. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi PT Aktif Bersama Indonesia dalam meningkatkan kualitas aplikasi ActiveBarnGo, memperbaiki fitur yang masih memiliki kelemahan, meningkatkan keterlibatan pengguna, serta menciptakan pengalaman digital yang lebih optimal bagi pengguna dalam mendukung aktivitas olahraga mereka.

METODE PENELITIAN

Design Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi ActiveBarnGo berdasarkan variable yang ada pada HEART metrics. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yang dimana penulis menyajikan data berupa angka dan statistic untuk menggambarkan pengaruh aplikasi dalam penggunaannya

Penelitian ini memberikan penekanan pada pengalaman pengguna yang sudah mencoba aplikasi ActiveBarnGo. Jika sudah mencoba, penulis meminta *feedback* mereka dengan mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Data yang sudah terkumpul dari kuesioner akan dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kekurangan aplikasi

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang diambil untuk penelitian ini adalah 50. Penulis memastikan bahwa para responden sudah menggunakan aplikasi minimal 1 bulan agar respon yang diberikan benar benar berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi. Selain para pengguna aplikasi, responden yang dipilih adalah para pengelola studio ActiveBarn dan pengelola aplikasi ActiveBarnGo dan karena mereka adalah orang yang paling mengerti bagaimana alur aplikasi ini berjalan

Instrumen Penelitian

Penyusunan kuesioner dibuat berdasarkan alat bantu bernama HEART metrics untuk membantu mengukur tingkat kepuasan aplikasi ini. HEART metrics ini memiliki 5 variabel yg digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna, seperti:

- *Happiness* (aspek subjektif pengguna seperti kepuasan, rekomendasi produk),
- *Engagement* (Frekuensi dan intensitas pengguna saat menggunakan aplikasi),
- *Adoption* (jumlah pengguna baru yang menggunakan produk dalam waktu tertentu),
- *Retention* (loyalitas pengguna),
- *Task Success* (Tingkat keberhasilan, efisiensi, tingkat kesalahan dan efektivitas)

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

Jawaban dari kuesioner akan membantu penulis dalam memahami tingkat kepuasan pengguna berdasarkan variabel diatas. Data yang telah terkumpul akan dianalisis untuk memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan aplikasi

Instrumen Pertanyaan Kuesioner

Berikut daftar pertanyaan yang dibuat berdasarkan variabel HEART *framework* yaitu Happiness (H), Engagement (E), Adoption (A), Retention (R), Task Success (T).

Tabel 1 Pertanyaan kuestioner

Kode	Pertanyaan
Happiness	
H1	Saya menyukai tampilan dan desain menu aplikasi ActiveBarn Go
H2	Saya merasa informasi kelas (instruktur, durasi, intensitas) disajikan dengan jelas
H3	Saya merasa nyaman saat mencari dan memilih jadwal kelas olahraga melalui aplikasi ini

H4	Saya merasa puas ketika menggunakan aplikasi ActiveBarn Go untuk memesan kelas olahraga
Engagement	
E1	Saya rutin membuka ActiveBarn Go untuk mengecek jadwal kelas olahraga.
E2	Saya sering membuka aplikasi ini meskipun tidak memesan kelas olahraga.
E3	Saya merasa fitur-fitur aplikasi ini bermanfaat untuk mendukung aktivitas olahraga saya.
E4	Saya tau lebih banyak jenis olahraga dari aplikasi ActiveBarn Go
E5	Aplikasi ActiveBarn Go membuat saya tertarik untuk mencoba kelas baru selain yang biasa saya ikuti.
E6	Aplikasi ActiveBarn Go membuat saya lebih semangat untuk berolahraga
Adoption	
A1	Saya bisa melakukan pemesanan kelas dengan mudah sejak awal penggunaan aplikasi
A2	Saya dapat menemukan jadwal kelas olahraga yang saya inginkan dengan mudah sejak awal penggunaan aplikasi
A3	Saya dapat memahami langkah-langkah pemesanan kelas tanpa memerlukan bantuan.
A4	Fitur yang ditampilkan berfungsi dengan baik tanpa kendala sejak awal penggunaan aplikasi.
A5	Aplikasi ActiveBarn Go memberikan pengalaman yang baik sejak saya menggunakannya untuk pertama kali
Retention	
R1	Saya masih menggunakan ActiveBarn Go untuk memesan kelas olahraga hingga sekarang.
R2	Saya berencana terus menggunakan aplikasi ini untuk rutinitas olahraga saya.
R3	Aplikasi ini membuat saya lebih konsisten dalam mengikuti kelas seperti Zumba, TRX, Yoga, IHP, atau Barre.
R4	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi ini dalam jangka panjang.
R5	Saya akan kembali menggunakan ActiveBarn Go ketika ingin mencoba atau memesan kelas lainnya.
Task Success	
T1	Saya dapat dengan mudah menyelesaikan proses pemesanan kelas olahraga di ActiveBarn Go.
T2	Saya dapat menemukan jadwal kelas (Zumba, TRX, Yoga, IHP, Barre) dengan mudah dan tanpa kesulitan.
T3	Proses pembayaran kelas berjalan lancar dan mudah dipahami.
T4	Saya jarang mengalami error atau kendala teknis saat menggunakan aplikasi ini.
T5	Informasi mengenai kelas dan instruktur dapat saya temukan dengan jelas dan efisien.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dari hasil kuesioner yang ditujukan pada pengguna aplikasi dan pengelola studio ActiveBarn serta

pengelola aplikasi ActiveBarnGo. Kuesioner akan disebar menggunakan *GoogleForm* dan sosial media seperti *Whatsapp* atau *Instagram*.

Proses pengumpulan data berlangsung selama 2 – 3 minggu, dengan total responden sebanyak 50 orang. Para responden dapat menanyakan langsung kepada penulis jika ada pernyataan mengenai kuesioner yang kurang dimengerti. Penulis berharap para responden dapat mengisi kuesioner dengan sungguh sungguh karena hasil dari kuesioner tersebut dapat menjadi acuan dalam perbaikan atau pengembangan aplikasi ActiveBarnGo kedepannya

Importance Performance Analysis

Berdasarkan teknik IPA yang telah dijelaskan pada Bab 2, Berikut merupakan tahapan yang perlu dilakukan dalam teknik hitung *IPA*:

Menghitung skor kinerja dan kepentingan

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja/kenyataan

Yi = Skor penilaian kepentingan/harapan

Analisis kuadran

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

X = skor tingkat kinerja/presepsi

Y = skor tingkat kepentingan/ekspektasi

n = jumlah responden

Menghitung skor untuk setiap item atau atribut

$$\bar{X} = \frac{\sum_i^n Xi}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_i^n Yi}{k}$$

X = Rata-rata skor kinerja/presepsi

Y = Rata-rata skor kepentingan/ekspektasi

k = jumlah atribut

Martilla dan James (1977) membagi hasil analisis IPA ke dalam empat kuadran sebagai berikut:

Tabel 2 Kuadran IPA

	URGENT	NOT URGENT
IMPORTANT	Quadrant 1 (Urgent and important DO)	Quadrant 2 (Not Urgent but important PLAN)

NOT IMPORTANT	Quadrant 3 (Urgent but Not Important DELEGATE)	Quadrant 4 (Not Urgent and Not Important Eliminate)

Sumber: Martilla dan James, 1977

Berdasarkan tabel 2, masing masing kuadran dapat dijelaskan sebagai berikut:

- **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.
- **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.
- **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.
- **Terlampau (*Maybe Too Much*)**
Mengikuti kuadran IV terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan menyajikan hasil dari pengumpulan data. Hasil penelitian ini akan dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan aplikasi ActiveBarnGo berdasarkan HEART *Metrics* (*Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success*)

Proses Pengambilan data

Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna serta para pengelola aplikasi ActiveBarnGo. Selain menyebar kuesioner, penulis juga membuat kode QR yang terhubung langsung dengan kuesioner *google form* dan meletakkannya di meja *front desk* karena menurut penulis di titik itulah pengguna maupun pengelola sering berinteraksi satu sama lain baik saat proses *check-in*, menunggu kelas, maupun setelah kelas selesai.

Jumlah responden yang didapat adalah 60 orang, melebihi target responden yaitu 50 orang. Hal ini menyatakan bahwa para pengguna antusias dalam pengembangan aplikasi ActiveBarnGo.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Penelitian ini menggunakan $r_{tabel} = 0,2542$ yang didapat dari Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana) dengan menghitung $df = (N-2)$ dimana N adalah jumlah responden.

Happiness

Nilai korelasi variabel *happiness* dengan $r_{tabel} = 0,2542$

Tabel 3 Uji validitas happiness

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
H.1	0,327	0,2542	0,011	Valid
H.2	0,433	0,2542	0,000	Valid
H.3	0,539	0,2542	0,000	Valid
H.4	0,298	0,2542	0,021	Valid

Engagement

Nilai korelasi variabel *engagement* dengan $r_{tabel} = 0,2542$

Tabel 4 Uji validitas engagement

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
E.1	0,843	0,2542	0,000	Valid
E.2	0,763	0,2542	0,000	Valid
E.3	0,638	0,2542	0,000	Valid
E.4	0,729	0,2542	0,000	Valid
E.5	0,624	0,2542	0,000	Valid
E.6	0,727	0,2542	0,000	Valid

Adoption

Nilai korelasi variabel *adoption* dengan $r_{tabel} = 0,2542$

Tabel 5 Uji validitas adoption

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
A.1	0,818	0,2542	0,000	Valid
A.2	0,810	0,2542	0,000	Valid
A.3	0,793	0,2542	0,000	Valid
A.4	0,846	0,2542	0,000	Valid
A.5	0,802	0,2542	0,000	Valid

Retention

Nilai korelasi variabel *retention* dengan $r_{tabel} = 0,2542$

Tabel 6 Uji validitas retention

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
R.1	0,844	0,2542	0,000	Valid
R.2	0,876	0,2542	0,000	Valid
R.3	0,819	0,2542	0,000	Valid
R.4	0,819	0,2542	0,000	Valid
R.5	0,778	0,2542	0,000	Valid

Task Success

Nilai korelasi variabel *task success* dengan $r_{\text{tabel}} = 0,2542$

Tabel 7 Uji validitas task success

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
T.1	0,781	0,2542	0,000	Valid
T.2	0,769	0,2542	0,000	Valid
T.3	0,773	0,2542	0,000	Valid
T.4	0,729	0,2542	0,000	Valid
T.5	0,839	0,2542	0,000	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas, semua variabel HEART (*Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success*) memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses analisis selanjutnya.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap setiap pertanyaan dalam setiap variabel. Pengujian dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen pada kuestioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Tabel 8 Uji reabilitas tiap variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Happiness	0,767	Reliabel
Engagement	0,819	Reliabel
Adoption	0,871	Reliabel
Retention	0,884	Reliabel
Task Success	0,832	Reliabel

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Analisis Deskriptif

Data dianalisis menggunakan nilai rata-rata dari setiap indikator dalam masing-masing variabel dan kemudian dikonversi ke dalam bentuk persentase (%).

Tabel 9 Hasil analisis deskriptif

Variabel	Mean	Persentase
Happiness	4,28	85,6%
Engagement	3,87	77,4%
Adoption	4,21	84,2%
Retention	3,96	79,2%
Task Success	4,19	83,8%

Berdasarkan tabel 9, variabel Happiness memperoleh nilai tertinggi, sedangkan Engagement memiliki nilai terendah. Tingginya nilai Happiness menunjukkan bahwa

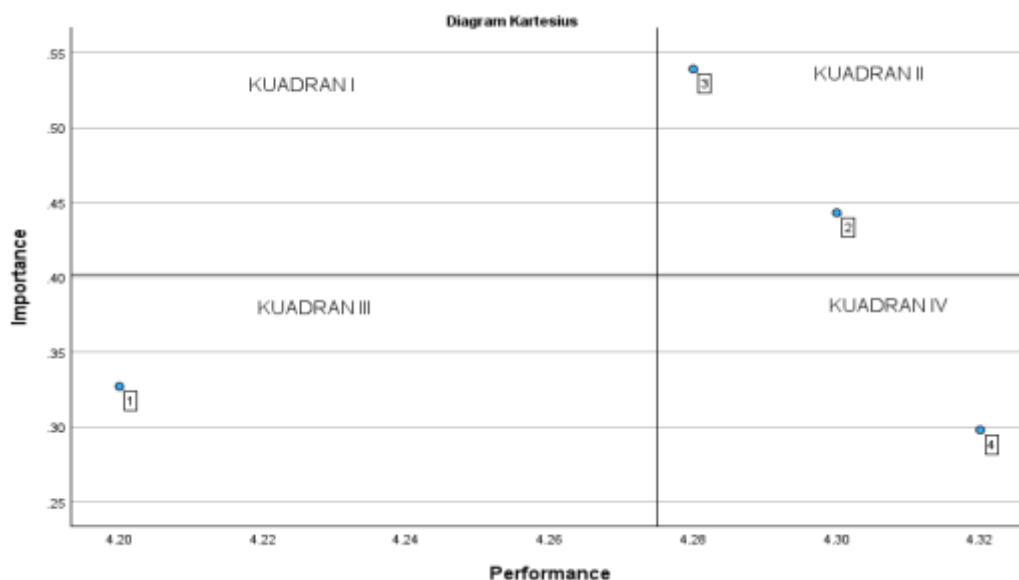
pengguna merasa puas terhadap aplikasi. Adoption dan Task Success yang tinggi menunjukkan bahwa aplikasi mudah dipahami dan membantu penggunanya. Namun, nilai Engagement dan Retention yang relatif lebih rendah menandakan bahwa meskipun penggunanya puas, intensitas keberlanjutan penggunaan aplikasinya masih belum sepenuhnya optimal.

Importance Performance Analysis

Setelah semua instrument analisis dan dinyatakan valid dan realible dengan uji validitas dan uji reabilitas, penulis melanjutkan pengolahan data dengan metode *Importance Performance Analysis*. Pada penelitian ini, penulis memetakan setiap instrument pertanyaan di tiap variabel HEART dalam diagram kartesius dimana penulis menggunakan *mean* pada tabel 4.7 sebagai *performance* (sumbu x) dan *r_{hitung}* tiap variable sebagai *importance* (sumbu y).

Happiness

Pada variabel *happiness*, terdapat 4 instrumen pertanyaan dan akan dianalisis dengan IPA



Gambar 1 Diagram kartesius *Happiness*

Berdasarkan gambar 1, item pada kuadran II adalah 2 (H.2 (Saya merasa informasi kelas (instruktur, durasi, intensitas) disajikan dengan jelas)) dan 3 (H.3(Saya merasa nyaman saat mencari dan memilih jadwal kelas olahraga melalui aplikasi ini)). Item di kuadran ini memiliki pengaruh besar terhadap variable *happiness* dan telah dirasa baik oleh pengguna. Maka dari itu, item pada kuadran ini perlu di pertahankan oleh para pengelola ActiveBarnGo

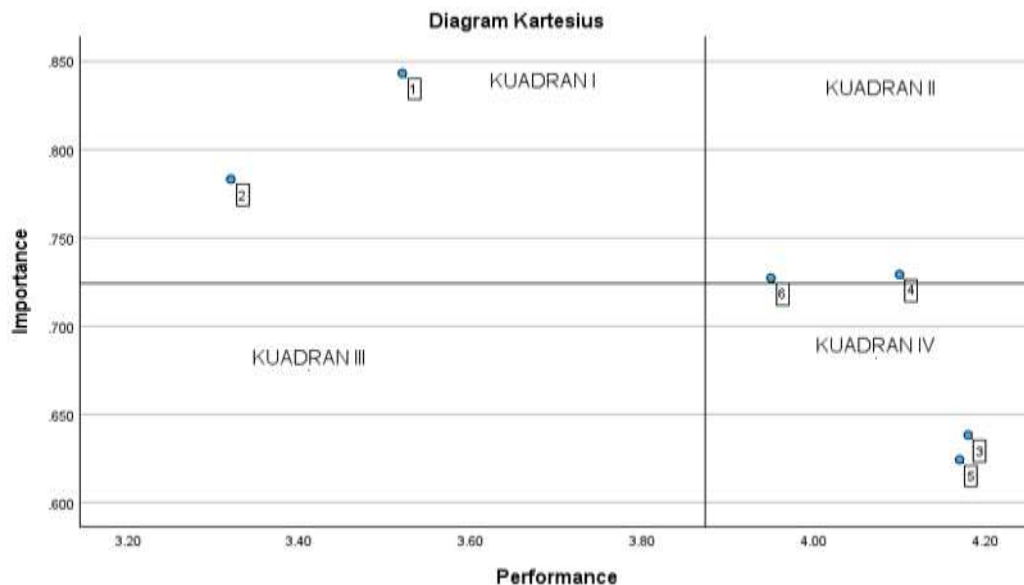
Item pada kudran III adalah 1 (H.1(Saya menyukai tampilan dan desain menu aplikasi ActiveBarn Go)). Item di kuadran ini memiliki nilai *performance* dan *importance* yang rendah. Meskipun tidak menjadi prioritas utama, item pada kuadran ini perlu diperhatikan agar tidak mengalami penurunan kualitas.

Item pada kudran IV adalah 4 (H.4(Saya merasa puas ketika menggunakan aplikasi ActiveBarn Go untuk memesan kelas olahraga)). Item di kuadran ini memiliki tingkat *performance* yang tinggi namun tingkat *importance*-nya yang rendah. Hal ini menunjukkan

bahwa pengguna menilai aspek ini sudah berjalan dengan baik, namun pengaruhnya tidak terlalu besar.

Engagement

Pada variabel *engagement*, terdapat 6 instrumen pertanyaan dan akan dianalisis dengan IPA



Gambar 2 Diagram kartesius Engagement

Berdasarkan gambar 2, item pada kuadran I adalah 1(E.1 (Saya rutin membuka ActiveBarn Go untuk mengecek jadwal kelas olahraga.)) dan 2 (E.2(Saya sering membuka aplikasi ini meskipun tidak memesan kelas olahraga.)). Kedua item ini memiliki tingkat *importance* yang tinggi namun tingkat *performance*-nya yang rendah. Ini menunjukkan bahwa aspek tersebut sangat menentukan keterlibatan pengguna, namun belum optimal. Hal ini menjadikan item pada kuadran I menjadi prioritas utama pengembangan.

Rendahnya performa E.1 dan E.2 menunjukkan bahwa aplikasi ActiveBarnGo saat ini masih berfungsi secara transaksional, pengguna hanya membuka aplikasi saat ingin memesan kelas, bukan aplikasi yang rutin di kunjungi. Belum tersedianya fitur yang mendorong pengguna untuk rutin membuka aplikasi, seperti notifikasi pengingat jadwal, atau konten informatif seputar olahraga, membuat penggunanya tidak memiliki alasan untuk membuka aplikasi selain kebutuhan pemesanan.

Kondisi ini jika dibiarkan akan membuat pengguna nya semakin terbiasa mencari informasi jadwal kelas melalui *Whatsapp* atau *Instagram* Active Barn. Hal ini meningkatkan resiko penghapusan aplikasi dari perangkat penggunaanya. Dari sisi pengelola, hal ini dapat mempersulit pengumpulan data pengguna yang dibutuhkan untuk pengembangan fitur kedepannya.

Item pada kuadran II adalah 4 (E.4 (Saya tau lebih banyak jenis olahraga dari aplikasi ActiveBarn Go)) dan 6 (E.6 (Aplikasi ActiveBarn Go membuat saya lebih semangat untuk berolahraga)). Kedua Item di kuadran ini memiliki pengaruh besar terhadap variable

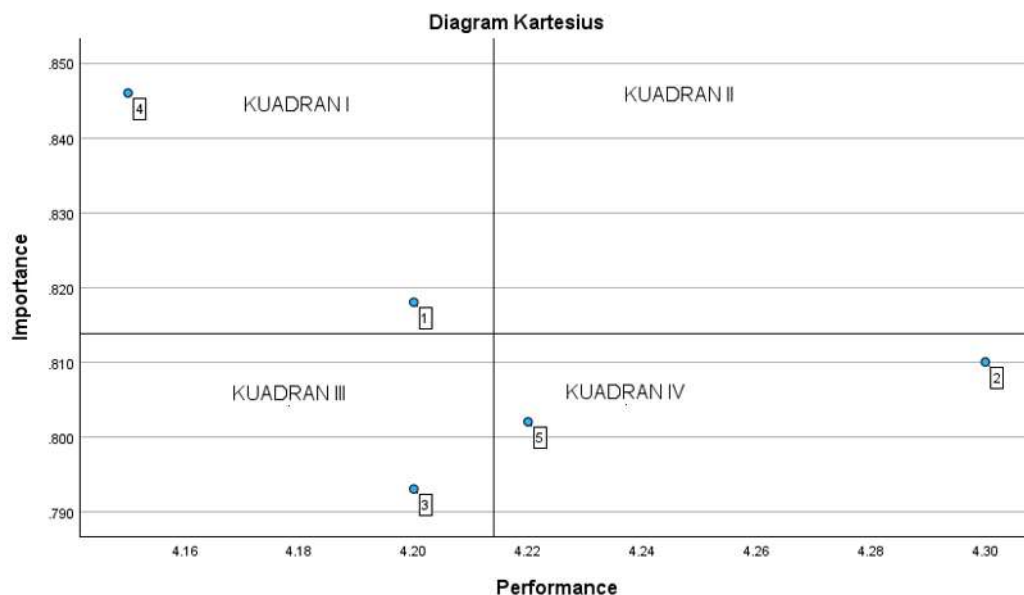
engagement dan telah dirasa baik oleh pengguna. Maka dari itu, item pada kuadran ini perlu di pertahankan oleh para pengelola ActiveBarnGo.

Item pada kuadran IV adalah 3 (E.3 (Saya merasa fitur-fitur aplikasi ini bermanfaat untuk mendukung aktivitas olahraga saya.)) dan 5 (E.5 (Aplikasi ActiveBarn Go membuat saya tertarik untuk mencoba kelas baru selain yang biasa saya ikuti.)). Item pada kuadran ini memiliki tingkat *performance* tinggi tetapi tingkat *importance*-nya rendah. Ini menunjukkan kalau kedua aspek tersebut sudah berjalan cukup baik, namun tidak menjadi faktor penentu dalam keterlibatan pengguna.

Temuan ini memperkuat hasil analisis deskriptif variable *engagement* (77,4%) merupakan variable yang perlu pengembangan lebih lanjut.

Adoption

Pada variabel *adoption*, terdapat 5 instrumen pertanyaan dan akan dianalisis dengan IPA



Gambar 3 Diagram kartesius *Adoption*

Berdasarkan gambar 3 item pada kuadran I adalah 1(A.1 (Saya bisa melakukan pemesanan kelas dengan mudah sejak awal penggunaan aplikasi.)) dan 4 (A.4(Fitur yang ditampilkan berfungsi dengan baik tanpa kendala sejak awal penggunaan aplikasi.)). Kedua item ini memiliki tingkat *importance* yang tinggi namun tingkat *performance*-nya yang rendah. Ini menunjukkan bahwa aspek tersebut sangat menentukan keberhasilan, namun belum optimal. Hal ini menjadikan item pada kuadran I menjadi prioritas utama pengembangan.

Rendahnya nilai A.1 menunjukkan bahwa banyak pengguna baru yang mengalami kesulitan dalam memahami alur pemesanan di aplikasi ActiveBarnGo. Hal ini kemungkinan disebabkan tidak adanya petunjuk atau *tooltip* yang dapat membantu pengguna baru mengenal aplikasi ActiveBarnGo.

Rendahnya nilai A.4 menunjukkan adanya ketidakstabilan fitur yang dirasakan pengguna di awal pemakaian. Hal ini cukup krusial karena kesan pertama sangat mempengaruhi apakah pengguna akan melanjutkan menggunakan aplikasi tersebut atau tidak.

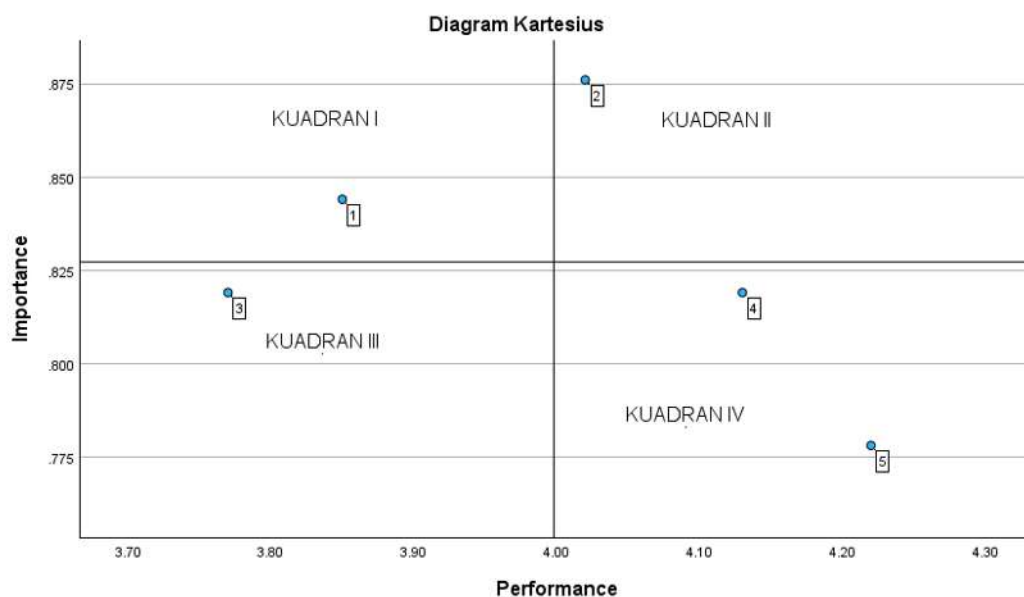
Jika A.1 dan A.4 tidak ditangani, para pengguna baru akan terus mengalami hambatan saat pertama kali menggunakan aplikasi yang dapat menurunkan kesan pertama aplikasi ActiveBarnGo. Kesan pertama yang kurang baik cenderung meninggalkan kesan yang sulit diubah, sekiranya pengguna merasa sebuah aplikasi ini membingungkan atau tidak stabil, kesan tersebut akan terus melekat dan mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas aplikasi.

Item pada kudran III adalah 3 (A.3 (Saya dapat memahami langkah-langkah pemesanan kelas tanpa memerlukan bantuan.)). Item di kuadran ini memiliki tingkat *performance* dan *importance* yang rendah. Meskipun tidak menjadi prioritas utama, item pada kuadran ini perlu diperhatikan agar tidak mengalami penurunan kualitas.

Item pada kuadran IV adalah 2 (A.2 (Saya dapat menemukan jadwal kelas olahraga yang saya inginkan dengan mudah sejak awal penggunaan aplikasi)) dan 5 (A.5 (Aplikasi ActiveBarn Go memberikan pengalaman yang baik sejak saya menggunakannya untuk pertama kali)). Item pada kuadran ini memiliki tingkat *performance* yang tinggi tetapi tingkat *importance*-nya rendah. Ini menunjukkan kalau kedua aspek tersebut sudah berjalan cukup baik, namun tidak menjadi faktor penentu dalam keterlibatan pengguna.

Retention

Pada variabel *retention*, terdapat 5 instrumen pertanyaan dan akan dianalisis dengan IPA



Gambar 1 Diagram kartesius Retention

Berdasarkan gambar 4, item pada kuadran 1 adalah 1 (R.1(Saya masih menggunakan ActiveBarn Go untuk memesan kelas olahraga hingga sekarang.)). Item di kuadran ini memiliki *importance* yang tinggi namun *performance* yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa item di kuadran ini sangat menentukan keberlanjutan pengguna namun belum optimal. Sehingga menjadikan item pada kuadran ini sebagai prioritas utama pengembangan.

Rendahnya performa R.1 menunjukkan bahwa ada sebagian pengguna yang sudah tidak aktif menggunakan aplikasi untuk memesan kelas olahraga. Hal ini berkaitan dengan nilai *Engagement* yang rendah sehingga memungkinkan pengguna yang jarang membuka aplikasi

untuk akhirnya berhenti menggunakan aplikasi tersebut dan hal ini diperkuat dengan belum adanya fitur seperti pengingat jadwal, program loyalitas, atau notifikasi promo.

Jika R.1 tidak segera ditangani, penurunan jumlah pengguna aktif akan menurun yang dimana berdampak juga pada pendapatan studio Active Barn. Para pengguna juga umumnya tidak akan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain, sehingga menurunkan pertumbuhan pengguna baru. Jika dibiarkan, Aplikasi ActiveBarnGo berisiko ditinggalkan oleh pengguna dan mereka akan kembali ke cara konvensional seperti pemesanan melalui *Whatsapp* dan *Instagram* atau langsung datang ke studio.

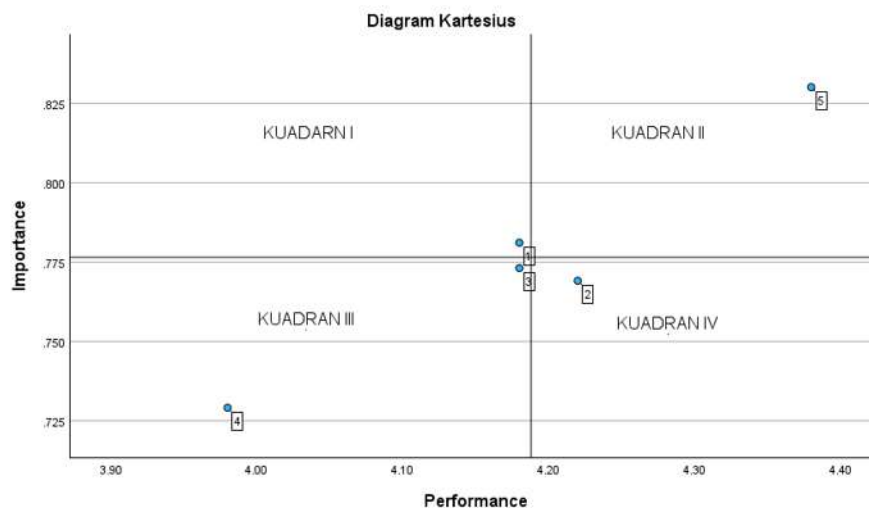
Item pada kuadran II adalah 2 (R.2 (Saya berencana terus menggunakan aplikasi ini untuk rutinitas olahraga saya.)). Item pada kuadran ini memiliki tingkat *performance* dan *importance* yang tinggi sehingga item pada kuadran ini perlu di pertahankan oleh para pengelola ActiveBarnGo.

Item pada kuadran III adalah 3 (R.3 (Aplikasi ini membuat saya lebih konsisten dalam mengikuti kelas seperti Zumba, TRX, Yoga, IHP, atau Barre.)). Item di kuadran ini memiliki tingkat *performance* dan *importance* yang rendah. Meskipun tidak menjadi prioritas utama, item pada kuadran ini perlu diperhatikan agar tidak mengalami penurunan kualitas.

Item pada kuadran IV adalah 4 (R.4 (Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi ini dalam jangka panjang.)) dan 5 (R.5 (Saya akan kembali menggunakan ActiveBarn Go ketika ingin mencoba atau memesan kelas lainnya.)). Item pada kuadran ini memiliki tingkat *performance* tinggi tetapi tingkat *importance*-nya rendah. Ini menunjukkan kalau kedua aspek tersebut sudah berjalan cukup baik, namun tidak menjadi faktor penentu dalam keterlibatan pengguna.

Task success

Pada variabel *task success*, terdapat 5 instrumen pertanyaan dan akan dianalisis dengan IPA



Gambar 2 Diagram kartesius *Task Success*

Berdasarkan gambar 5, Item pada kuadran I adalah 1 (T.1 (Saya dapat dengan mudah menyelesaikan proses pemesanan kelas olahraga di ActiveBarn Go.)). Item di kuadran ini memiliki *importance* yang tinggi namun *performance* yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa

item di kuadran ini sangat menentukan keberlanjutan pengguna namun belum optimal. Sehingga menjadikan item pada kuadran ini sebagai **prioritas utama pengembangan**.

Rendahnya performa T.1 menunjukkan bahwa para pengguna masih menemui hambatan saat mencoba menyelesaikan proses pemesanannya. Jika hal ini masih bermasalah, dampaknya akan dirasakan di seluruh aspek yang lainnya. Kemungkinan penyebabnya antara lain tampilan aplikasi yang sulit dimengerti atau adanya gangguan pada proses pembayarannya.

Jika T.1 tidak segera diperbaiki, para pengguna berpotensi membatalkan pemesanan kelas mereka yang berdampak pada penurunan pendapatan studio Active Barn. Selain itu, hal ini mendorong para pengguna untuk memberikan *rating* negatif di *App Store* atau *Google Play Store* dan dapat menurunkan nilai pengguna baru.

Item pada kuadran II adalah 5 (T.5 (Informasi mengenai kelas dan instruktur dapat saya temukan dengan jelas dan efisien.)). Item pada kuadran ini memiliki tingkat *performance* dan *importance* yang tinggi sehingga item pada kuadran ini perlu di pertahankan oleh para pengelola ActiveBarnGo.

Item pada kuadran III adalah 3 (T.3 (Proses pembayaran kelas berjalan lancar dan mudah dipahami.)) dan 4 (T.4 (Saya jarang mengalami error atau kendala teknis saat menggunakan aplikasi ini.)). Item di kuadran ini memiliki tingkat *performance* dan *importance* yang rendah. Meskipun tidak menjadi prioritas utama, item pada kuadran ini perlu diperhatikan agar tidak mengalami penurunan kualitas.

Item pada kuadran IV adalah 2 (T.2 (Saya dapat menemukan jadwal kelas (Zumba, TRX, Yoga, IHP, Barre) dengan mudah dan tanpa kesulitan.)). Item pada kuadran ini memiliki tingkat *performance* tinggi tetapi tingkat *importance*-nya rendah. Ini menunjukkan kalau kedua aspek tersebut sudah berjalan cukup baik, namun tidak menjadi faktor penentu dalam keterlibatan pengguna.

Kesimpulan Analisis IPA

Item - item yang berada di kuadran 1 pada masing masing variable HEART (E.1, E.2, A.1, A.4, R.1, dan T.1) membentuk sebuah pola yang saling berkaitan dan perlu dipahami secara menyeluruh. Rendahnya frekuensi kunjungan pengguna terhadap aplikasi (E.1 dan E.2) menunjukan kurangnya pemahaman pengguna terhadap fitur aplikasi ActiveBarnGo, yang memperparah hambatan saat pertama kali menggunakan aplikasi (A.1 dan A.4). Pengalaman awal yang kurang baik ini kemudian mendorong pengguna untuk berhenti menggunakan aplikasi (R.1), sehingga membuat proses pemesanan terasa asing dan sulit untuk diselesaikan (T.1) dan pengguna cenderung balik ke cara konvensional. Keenam item ini menunjukan pola yang saling berkaitan, sehingga penanganannya perlu dilakukan secara menyeluruh dan terencana.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis importance performance analysis (IPA) terhadap variable HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success) pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ActiveBarnGo secara umum telah memberikan pengalaman yang positif kepada penggunanya yang dapat dilihat dari variable happiness yang menunjukan kondisi stabil tanpa atribut kritis. Namun, variable lainnya seperti engagement, adoption, retention, dan task success masih menunjukan adanya beberapa atribut

yang berada di kuadran I, yaitu tingkat importance yang tinggi namun tingkat performance-nya rendah. Hal ini menunjukkan bahwa atribut E.1 (Saya rutin membuka ActiveBarn Go untuk mengecek jadwal kelas olahraga.), E.2 (Saya sering membuka aplikasi ini meskipun tidak memesan kelas olahraga.), A.1 (Saya bisa melakukan pemesanan kelas dengan mudah sejak awal penggunaan aplikasi.), A.4 (Fitur yang ditampilkan berfungsi dengan baik tanpa kendala sejak awal penggunaan aplikasi.), R.1 (Saya masih menggunakan ActiveBarn Go untuk memesan kelas olahraga hingga sekarang.), T.1 (Saya dapat dengan mudah menyelesaikan proses pemesanan kelas olahraga di ActiveBarn Go.) masih memerlukan perhatian lebih lanjut. Secara keseluruhan, ActiveBarnGo telah memiliki tingkat pengalaman pengguna yang baik, namun masih ada beberapa atribut yang perlu diperhatikan lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas layanannya di kemudian hari.

REFERENSI

- Aisyah, R., Zahra, A. L., Shahita, D., & Hidayatullah, W. (2023). Analisis user experience pengguna aplikasi neobank berdasarkan alat ukur HEART metrics. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 2(1), 1–15.
- Alijoyo, F. A., Suhaerudin, S., dan Meilia, S. (2024). Measuring the User Experience of the SATUSEHAT Application with the HEART Metrics Method Approach. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 3(4), 515–534.
- Andreas, A. G., Dellia, P., Rahma, S. R., Nurqomariah, J., Soleha, R., dan Sentiawati, I. (2024). Analysis of User Experience (UX) in the Use of the TikTok Shop Application with the HEART Metrics Method. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*, 3(3), 820–823.
- Berni, A. dan Borgianni, Y. (2021). From the Definition of User Experience to a Framework to Classify its Applications in Design. *Proceedings of the International Conference on Engineering Design (ICED21)*, Gothenburg, Sweden.
- Hassenzahl, M. dan Tractinsky, N. (2006). User Experience – A Research Agenda. *Behaviour and Information Technology*, 25(2), 91–97.
- 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*, 12(1), 34–39.
- Khoiriyah, K. N., Pratama, A., dan Faroqi, A. (2023). User Experience Pengguna Learning Management System SEAL Menggunakan Metode HEART Metrics. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 3(6), 828–835.
- Latifah Hanum, A., Karunia Miranti, T., Fatmawati, D., Frendi Diyon, M., dan Joyo Prawiro, C. (2022). Analisis User Experience Aplikasi Mobile Peduli Lindungi Menggunakan HEART Metrics. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(2), 362–372.
- Martilla, J. A. dan James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.
- Noer, M., Ramadhani, I., Mahardhika, M. I., dan Wulansari, A. (2023). Analisis User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan HEART Framework Pada Aplikasi Grab. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 748–753.

- Rodden, K., Hutchinson, H., dan Fu, X. (2010). Measuring the User Experience on a Large Scale: User-Centered Metrics for Web Applications. *Proceedings of CHI 2010*, ACM Press. [Online]. Available at: <https://research.google/pubs/measuring-the-user-experience-on-a-large-scale-user-centered-metrics-for-web-applications/> [Accessed 18 Juni 2026]
- Rozikin, A. dan Asnawi, M. F. (2024). Analisis Usability Aplikasi Visit Pemalang Menggunakan Metode HEART Metrics. *TECHNOMEDIA: Informatics and Computer Science*, 1(1), 28–34.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, T., Fauzi, A., dan Setyohadi, D. (2021). Identifying the Effect of Emotions in Government-Citizen Online (G2C) Tourism Based on the HEART Metrics. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 641–648.
- Trenggono, B. W., Faroqi, A., dan Wulansari, A. (2022). Penerapan Metode HEART Metrics dalam Menganalisis User Experience Aplikasi E-Learning. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 11(2), 471–482