

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN BERDASARKAN PENGALAMAN PENGGUNA
PADA APLIKASI LALAMOVE DENGAN METODE HEART
FRAMEWORK DAN NET PROMOTER SCORE (NPS)**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

FEBY YOLA BR TARIGAN

21032010162

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
BERDASARKAN PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI
LALAMOVE DENGAN METODE HEART FRAMEWORK DAN NET
PROMOTER SCORE (NPS)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri**



Diajukan Oleh:

FEBY YOLA BR TARIGAN
NPM.21032010162

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN BERDASARKAN PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI LALAMOVE DENGAN METODE HEART FRAMEWORK DAN NET PROMOTER SCORE (NPS)

Disusun Oleh:

FEBY-YOLA BR TARIGAN

21032010162

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Sains
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya

Pada Tanggal : 25 Juli 2025

Tim Penguji :

1.

Ir. Rr. Rochmoeljati, MMT.

NIP. 196110291991032001

2.

Nur Rahmawati, ST., MT.

NIP. 198708012019032012

Pembimbing :

1.

Ir. Sumiati, MT.

NIP. 19601213199103200

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik dan Sains
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya

Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P.

NIP. 19650403 199103 2 001





SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Yola Br Tarigan
NPM : 21032010162
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Sains

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan

Feby Yola Br Tarigan
NPM.21032010162

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, hikmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Lalamove dengan Metode HEART *Framework* dan *Net Promoter Score* (NPS)” dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Selama proses penyusunan, penulis memperoleh banyak bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, MP., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Sains Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, M.T., selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Ir. Sumiati. MT., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan yang sangat berarti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Ir. Rr. Rochmoeldjati, MMT., selaku Dosen Penguji I dan Ibu Nur Rahmawati, ST., MT., selaku Dosen Penguji II Tugas Akhir penulis yang telah memberikan masukan dan koreksi berharga sehingga Tugas Akhir ini dapat diperbaiki dan disempurnakan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang pernah mengajar dan membimbing penulis serta Bapak dan Ibu Staff Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam proses pencapaian Tugas Akhir ini.
7. Kedua orang tua dan nenek tercinta, Bapak Indra Jaya Tarigan dan Ibu Afrida Br Surbakti serta Bayang Sinarta Br Sebayang atas segala pengorbanan, kasih sayang, kesabaran, dan doa yang tiada henti selama proses studi dan Tugas Akhir ini berlangsung. Dukungan moral dan semangat yang diberikan oleh kedua orang tua dan nenek penulis merupakan sumber kekuatan utama untuk terus berusaha dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan penuh tanggung jawab.
8. Kepada saudari perempuan tersayang, Kakak Erlita Christy Br Tarigan atas doa, dukungan, semangat yang senantiasa diberikan, serta perhatian penuh dan selalu memberikan ketenangan serta dukungan moral apapun situasi yang dihadapi. Terima kasih atas kesediaan Kakak untuk mendengarkan, memberikan dorongan, serta menghibur di saat-saat sulit, sehingga penulis

selalu termotivasi untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Kepada partner sekaligus sahabat penulis sejak semester 1, Putri Stephany Butar Butar. Terima kasih atas kehadiran, pendampingan, serta dukungan yang tiada henti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Semua momen kebersamaan akan terus menjadi kenangan berharga yang senantiasa memotivasi penulis, baik selama pengerjaan Tugas Akhir ini maupun di masa-masa mendatang.
10. Grup Wacana Forever dan Grup Ciwi-Ciwi Kesayangan yaitu Alfian, Prastyo, Wafa, dan Amanda selaku teman kuliah dan sahabat penulis yang telah saling berbagi dan berjuang bersama.
11. Grup ALUM yaitu Angel, Kak Ian, Koko Michael, Josep, Daniel, Riko, dan Stevan selaku sahabat penulis serta Dinda, Leony, dan Elbert yang selalu membantu, menghibur, menjaga dan sudah memberikan warna bagi penulis dalam masa perantauan ini.
12. Keluarga Besar GSJA Sungai Kehidupan dan Komunitas DGers (Diamond Generation) serta DC Light yang selama ini menjadi tempat bertumbuh, berbagi semangat, serta dukungan rohani bagi penulis. Kehadiran dan doa dari gereja dan komunitas ini sangat memberikan warna dan kekuatan tersendiri bagi penulis dalam kehidupan penulis selama di perantauan dan pada saat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Dan yang terakhir kepada diri penulis sendiri. Terimakasih atas ketekunan, kesabaran, dan usaha yang telah dicurahkan dalam menyelesaikan Tugas

Akhir ini. Terima kasih karena telah percaya, bertahan, dan bekerja keras hingga tahap ini tercapai. Penulis bersyukur telah mampu bertahan dan terus melangkah hingga mencapai tahap akhir. Semoga proses ini menjadi pembelajaran yang berharga untuk langkah selanjutnya dalam kehidupan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Asumsi Penelitian.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Karakteristik dan Konsep Industri Jasa	9
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.3 Pengalaman Pengguna.....	13
2.4 Loyalitas Pelanggan	15
2.5 Aplikasi Lalamove	19

2.6	HEART <i>Framework</i>	28
2.7	<i>Net Promoter Score</i> (NPS)	33
2.8	Kuesioner dan Skala Likert	35
2.9	Populasi dan Sampel	37
2.10	Pengujian Data	42
2.10.1	Uji kecukupan Data.....	42
2.10.2	Uji Validitas	43
2.10.3	Uji Reliabilitas	44
2.11	Penelitian Terdahulu.....	45
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	48
3.2	Identifikasi Variabel	48
3.2.1	<i>Variable Dependent</i> (Variabel Terikat)	48
3.2.2	<i>Variable Independent</i> (Variabel Bebas).....	48
3.3	Langkah-Langkah Penyelesaian.....	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data	57
3.4.1	Populasi dan Sampel	57
3.4.2	Data Primer dan Data Sekunder.....	58
3.4.3	Instumen Penelitian.....	59
3.5	Pengujian Data	61
3.5.1	Uji Kecukupan Data.....	61
3.5.2	Uji Validitas	62
3.5.3	Uji Reliabilitas	63

3.6	Teknik Analisis Data	63
3.6.1	Metode HEART <i>Framework</i>	63
3.6.2	Metode <i>Net Promoter Score</i> (NPS).....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner	69
4.1.1	Penyusunan Kuesioner.....	67
4.1.2	Penyebaran Kuesioner	70
4.2	Pengumpulan Data Kuesioner.....	70
4.2.1	Rekapitulasi Data Profil Responden	71
4.2.2	Rekapitulasi Data Instrumen HEART <i>Framework</i>	75
4.2.3	Rekapitulasi Data Instrumen <i>Net Promoter Score</i>	79
4.3	Pengujian Data	80
4.3.1	Uji Kecukupan Data.....	80
4.3.2	Uji Validitas	81
4.3.3	Uji Reliabilitas	86
4.4	Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan HEART <i>Framework</i>	87
4.4.1	Penetapan <i>Goals, Signals, dan Metrics</i>	87
4.4.2	Perhitungan Nilai Maksimal	88
4.4.3	Perhitungan Nilai Total.....	91
4.4.4	Perhitungan Nilai Kriteria.....	116
4.4.5	Penentuan <i>Level of Usability</i>	121
4.5	Perhitungan Loyalitas Pengguna dengan <i>Net Promoter Score</i>	125

4.5.1	Pengelompokkan Hasil Responden	125
4.5.2	Perhitungn Persentase Kategori Responden	126
4.5.3	Perhitungan Nilai <i>Net Promoter Score</i>	128
4.5.4	Interpretasi Nilai <i>Net Promoter Score</i>	128
4.6	Evaluasi Pencapaian <i>Goals</i>	129
4.7	Rekomendasi Perbaikan.....	132
4.7.1	Rekomendasi Perbaikan Variabel <i>Happiness</i>	132
4.7.2	Rekomendasi Perbaikan Variabel <i>Engagement</i>	135
4.7.3	Rekomendasi Perbaikan Variabel <i>Adoption</i>	136
4.7.4	Rekomendasi Perbaikan Variabel <i>Retention</i>	138
4.7.5	Rekomendasi Perbaikan Variabel <i>Task Success</i>	140
4.8	Hasil dan Pembahasan	144
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		149
5.1	Kesimpulan	149
5.2	Saran	150
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tampilan Awal Aplikasi Lalamove	20
Gambar 2. 2 Tampilan Register (<i>Login</i>) Aplikasi.....	22
Gambar 2. 3 Tampilan Beranda Utama Aplikasi	23
Gambar 2. 4 Tampilan Jenis-Jenis Layanan Aplikasi.....	23
Gambar 2. 5 Proses Pengisian Alamat	24
Gambar 2. 6 Waktu Pemesanan	25
Gambar 2. 7 Pemilihan Jenis Kendaraan	25
Gambar 2. 8 Estimasi Biaya Pesanan.....	26
Gambar 2. 9 Pengisian Informasi Tambahan.....	26
Gambar 2. 10 Konfirmasi Pemesanan.....	27
Gambar 2. 11 Proses Pelaksanaan Layanan.....	27
Gambar 2. 12 Tabel Populasi dan Sampel Berdasarkan Krejcie dan Morgan	41
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah Penyelesaian Masalah	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ringkasan Keluhan Pelanggan Aplikasi Lalamove	2
Tabel 2. 1 Contoh <i>Goals</i> , <i>Signal</i> , dan <i>Metrics</i> pada <i>HEART Framework</i>	30
Tabel 2. 2 <i>Level of Usability</i>	32
Tabel 2. 3 Parameter <i>Net Promoter Score</i>	35
Tabel 2. 4 Contoh Perbandingan Skor pada Instrumen Skala Likert.....	37
Tabel 3. 1 Instrumen Kuesioner <i>HEART Framework</i>	59
Tabel 3. 2 Instrumen Kuesioner <i>Net Promoter Score</i>	61
Tabel 3. 3 <i>Goals-Signals-Metrics</i> Aplikasi Lalamove	64
Tabel 3. 4 <i>Level of Usability</i>	66
Tabel 3. 5 Parameter <i>Net Promoter Score</i>	68
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 4.2 Rekapitulasi Usia Responden	72
Tabel 4.3 Rekapitulasi Domisili Saat Penggunaan Aplikasi Lalamove Responden	73
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jenis Pengguna Lalamove Berdasarkan Durasi Penggunaan	74
Tabel 4.5 Rekapitulasi Pengguna Lalamove Berdasarkan Penggunaan Layanan.	75
Tabel 4.6 Rekapitulasi Data Instrumen <i>HEART Framework</i>	76
Tabel 4.7 Rekapitulasi Data Instrumen <i>Net Promoter Score</i>	79
Tabel 4.8 Uji validitas Variabel <i>Happiness</i>	82
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel <i>Engagement</i>	83
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Adoption</i>	83

Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Retention</i>	84
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Task Success</i>	84
Tabel 4.13 Uji Validitas <i>Net Promoter Score</i>	85
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	86
Tabel 4.15 Penetapan <i>Goals, Signals, dan Metrics</i>	87
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H1	91
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H2	92
Tabel 4.18 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H3	93
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H4	93
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H5	94
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H6	95
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode H7	96
Tabel 4.23 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode E1	97
Tabel 4.24 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode E2	97
Tabel 4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode E3	98
Tabel 4.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode E4	99
Tabel 4.27 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode A1	100
Tabel 4.28 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode A2	100
Tabel 4.29 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode A3	101
Tabel 4.30 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode A4	102
Tabel 4.31 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode A5	103
Tabel 4.32 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode R1	103
Tabel 4.33 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode R2	104

Tabel 4.34 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode R3.....	105
Tabel 4.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode R4.....	106
Tabel 4.36 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS1.....	106
Tabel 4.37 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS2.....	107
Tabel 4.38 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS3.....	108
Tabel 4.39 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS4.....	109
Tabel 4.40 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS5.....	109
Tabel 4.41 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS6.....	110
Tabel 4.42 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS7.....	111
Tabel 4.43 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS8.....	112
Tabel 4.44 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS9.....	112
Tabel 4.45 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS10.....	113
Tabel 4.46 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS11.....	114
Tabel 4.47 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS12.....	115
Tabel 4.48 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kode TS13.....	115
Tabel 4.49 Rekapitulasi Nilai Kriteria HEART <i>Framework</i>	120
Tabel 4.50 <i>Level of Usability</i> Aplikasi Lalamove.....	123
Tabel 4.51 Pengelompokkan Responden Aplikasi Lalamove	126
Tabel 4.52 Interpretasi Nilai <i>Net Promoter Score</i>	128
Tabel 4.53 Evaluasi Pencapaian Nilai <i>Goals</i>	129
Tabel 4.54 5W + 1H pada H1	132
Tabel 4.55 5W + 1H pada H3	133
Tabel 4.56 5W + 1H pada H5	134

Tabel 4.57 5W + 1H pada E2.....	135
Tabel 4.58 5W + 1H pada E3.....	135
Tabel 4.59 5W + 1H pada A1	136
Tabel 4.60 5W + 1H pada A3	137
Tabel 4.61 5W + 1H pada A5	138
Tabel 4.62 5W + 1H pada R2	138
Tabel 4.63 5W + 1H pada R3	139
Tabel 4.64 5W + 1H pada TS1	140
Tabel 4.65 5W + 1H pada TS4	141
Tabel 4.66 5W + 1H pada TS5	141
Tabel 4.67 5W + 1H pada TS6	142
Tabel 4.68 5W + 1H pada TS12	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan Nilai Kriteria Variabel dan Item Penelitian HEART
Framework

Lampiran 2. Perhitungan Nilai *Level of Usability* Item Penelitian HEART
Framework

Lampiran 3. Data Hasil Tanggapan Responden terhadap Kuesioner

Lampiran 4. Diagram Ringkasan Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 5. Tabel r untuk $df = 1 - 379$

Lampiran 6. Uji Validitas dengan IBM SPSS Statistics 26

Lampiran 7. Uji Reliabilitas dengan IBM SPSS Statistics 26

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam pola interaksi masyarakat salah satunya dalam penggunaan layanan digital seperti aplikasi Lalamove. Aplikasi ini menawarkan layanan pengiriman instan yang praktis dan efisien, namun masih ditemukan berbagai keluhan dari pengguna. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan berdasarkan pengalaman pengguna pada aplikasi Lalamove. Metode yang digunakan adalah HEART Framework untuk mengevaluasi lima dimensi pengalaman pengguna serta Net Promoter Score untuk mengukur loyalitas pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat usability aplikasi Lalamove berada pada kategori cukup baik dengan skor 0,71 atau 71% secara keseluruhan. Peneliti menetapkan pencapaian goals sebesar 70% dan masih ditemukan beberapa item penelitian yang belum memenuhi target tersebut. Sementara itu, nilai loyalitas pelanggan diperoleh sebesar 17% yang termasuk dalam kategori loyal, menunjukkan kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi meskipun belum sepenuhnya merekomendasikannya secara aktif. Temuan ini menunjukkan perlunya adanya perbaikan yang sudah disusun menggunakan pendekatan 5W+1H untuk menghasilkan solusi yang aplikatif dan tepat sasaran. Penelitian dan rekomendasi perbaikan ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam peningkatan kualitas layanan aplikasi Lalamove.

Kata Kunci: HEART *Framework*; Kepuasan Pelanggan; Lalamove; Loyalitas Pelanggan; Pengalaman Pengguna

ABSTRACT

The development of information technology has driven significant changes in people's interaction patterns, one of which is in the use of digital services such as the Lalamove application. This application offers practical and efficient instant delivery services, but various complaints are still found from users. Therefore, this study aims to determine the level of customer satisfaction and loyalty based on user experience on the Lalamove application. The method used is the HEART Framework to evaluate five dimensions of user experience and the Net Promoter Score to measure customer loyalty. The analysis results show that the level of usability of the Lalamove application is in the fairly good category with a score of 0.71 or 71% overall. Researchers set a goal of 70% and still found several research items that have not met this target. Meanwhile, the customer loyalty value obtained was 17% which is included in the loyal category, indicating a tendency for users to continue using the application even though they have not fully actively recommended it. These findings indicate the need for improvements that have been formulated using the 5W + 1H approach to produce applicable and targeted solutions. This research and recommendations for improvements are expected to serve as a reference in improving the quality of the Lalamove application service.

Keywords: *Customer Loyalty; Customer Satisfaction; HEART Framework; Lalamove; User Experience*