

ABSTRAK

Santa Gresella Br Regar NIM: 7203250019. Penerapan *Landing Page* Sebagai Media *Digital Marketing* Pada Ud Ezer Tani. Skripsi, Jurusan Manajemen Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan sebuah *landing page* sebagai alat pemasaran digital bagi UD Ezer Tani. Pengembangan *landing page* ini menggunakan metode *Waterfall* dalam siklus pengembangan sistem (SDLC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *landing page* yang telah dikembangkan menarik dan informatif bagi pengguna. Para ahli media dan desain juga memberikan penilaian positif terhadap kualitas desain dan media yang digunakan. Pengujian yang dilakukan pada sejumlah pengguna menunjukkan bahwa *landing page* mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Berdasarkan hasil penilaian pengembangan dari ahli media dan ahli desain, tingkat kelayakan media dihasilkan dengan rata-rata keseluruhan sebesar 71%, kemudian tingkat kelayakan desain dihasilkan dengan rata-rata keseluruhan sebesar 88%. Pengujian black box menggunakan Katalon Studio membuktikan bahwa semua fitur *landing page* bekerja dengan baik, mulai dari tampilan halaman utama hingga fitur kontak. Secara keseluruhan, *landing page* yang dikembangkan berhasil mencapai tujuannya untuk menarik minat calon pembeli dan memberikan informasi yang relevan tentang produk UD Ezer Tani. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *landing page* ini merupakan alat yang efektif dalam memasarkan produk secara online.

Kata kunci: *Landing page*, *Digital marketing*, dan *Waterfall*

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Santa Gresella Br Regar NIM: 7203250019. Implementation of Landing Pages as Digital Marketing Media at Ud Ezer Tani. Thesis, Department of Management, Digital Business Study Program, Faculty of Economics, Medan State University 2024.

This study aimed to implement a landing page as a digital marketing tool for UD Ezer Tani. The development of the landing page utilized the Waterfall method within the Systems Development Life Cycle (SDLC).

The results indicated that the developed landing page was engaging and informative for users. Media and design experts provided positive evaluations of the design and media quality. User testing demonstrated that the landing page was user-friendly and met user needs. Based on the development assessment by media and design experts, the overall media suitability was rated at 71%, while the overall design suitability was rated at 88%. Black-box testing using Katalon Studio proved that all landing page features functioned correctly, from the homepage to the contact features. Overall, the developed landing page successfully achieved its objective of attracting potential customers and providing relevant information about UD Ezer Tani's products. Therefore,

Keywords: Landing page, Digital marketing, and Waterfall

THE
Character Building
UNIVERSITY