BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan Tentang Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Efektivitas *Digital Marketing* Melalui *Landing page pada* CV Agro Mandiri Benedict Menggunakan *A/B Testing*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Tahapan perancangan *landing page pada* CV Agro Mandiri Benedict antara lain menyusun struktur halaman, penyusunan konten, pemilihan elemen visual dan penempatan *call to action*. Selanjutnya rancangan *landing page* yang akan dibuat agar lebih sesuai dengan kebutuhan maka dimintakan pendapat ahli media terkait aspek navigasi, aspek tulislan, aspek Bahasa, aspek tampilan, dan aspek penyajian media.
2. Perbandingan antara dua variasi halaman pemasaran, yaitu landing page A dan landing page B, dapat mengetahui perbedaan tingkat efektivitas keduanya dalam mendukung strategi digital marketing perusahaan. Evaluasi efektivitas tersebut dilakukan dengan memanfaatkan indikator performa yang diperoleh dari **Google Search Console**, yang meliputi *impressions*, *clicks*, dan *average position*. Berdasarkan hasil pengukuran selama periode pengujian, diperoleh data bahwa landing page A memiliki nilai *Click Through Rate* (CTR) sebesar 3,5%, sedangkan landing page B hanya memperoleh CTR sebesar 0,6%. Perbedaan nilai CTR tersebut menunjukkan bahwa landing page A lebih mampu menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk melakukan klik dibandingkan dengan landing page BEvaluasi efektivitas digital marketing dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan indikator yang diperoleh dari **Google Search Console**, meliputi impressions, clicks, dan average position. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa *landing page* A memperoleh hasil *Click Through Rate 3,5%* sedangkan *landing page B Click Through Rate* 0,6% yang berarti *landing page* A lebih efektif daripada *landing page* B. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa penerapan *landing page* yang dikombinasikan dengan metode A/B Testing mampu memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan efektivitas

strategi digital marketing CV Agro Mandiri Benedict. Selain memberikan manfaat praktis bagi perusahaan, penelitian ini juga berkontribusi dalam memperkaya kajian akademik mengenai penerapan *landing page* dan evaluasi digital marketing pada sektor agribisnis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Efektivitas Digital Marketing Melalui Landing Page pada CV Agro Mandiri Benedict Menggunakan A/B Testing, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Bagi CV Agro Mandiri Benedict: perusahaan disarankan untuk terus menggunakan dan mengembangkan landing page sebagai media pemasaran digital karena terbukti mampu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Landing page A yang memperoleh nilai CTR lebih tinggi dapat dijadikan acuan utama dalam pengembangan halaman pemasaran selanjutnya.
- Perusahaan juga disarankan untuk melakukan A/B Testing secara berkala: terhadap elemen-elemen penting pada landing page, seperti judul, gambar, warna tombol call to action, tata letak konten, dan penawaran promosi. Pengujian yang berkelanjutan dapat membantu perusahaan menemukan desain dan pesan pemasaran yang paling sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pengguna.
- Dalam penyusunan konten landing page: perusahaan perlu memperhatikan aspek navigasi, kejelasan tulisan, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, tampilan visual yang menarik, serta penyajian informasi yang ringkas dan informatif agar pengguna lebih nyaman dan tertarik untuk melakukan tindakan lebih lanjut.
- Bagi peneliti selanjutnya: disarankan untuk menambah indikator pengukuran efektivitas digital marketing, tidak hanya menggunakan impressions, clicks, average position, dan CTR, tetapi juga conversion rate, bounce rate, durasi kunjungan, dan jumlah transaksi agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.