

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan menggunakan pendekatan SDLC dengan model Waterfall yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *landing page* sebagai media *digital marketing* pada UD Ezer Tani menggunakan wordpress sangat menarik dan informatif bagi pengguna. Dengan adanya *landing page*, calon pembeli lebih mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan. 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* ini telah memenuhi tujuannya untuk memberikan pengalaman pengguna yang baik dan menarik minat calon pembeli.

5.2 Saran

Berdasarkan proses dan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk berbagai pihak terkait. Bagi perusahaan, sangat disarankan untuk terus mengoptimalkan *landing page* mereka. Proses optimasi ini penting untuk memastikan bahwa halaman tersebut tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional dalam memfasilitasi interaksi pengguna dan konversi. Selain itu, promosi yang berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan visibilitas *landing page* tersebut di kalangan masyarakat luas, sehingga dapat mencapai audiens yang lebih besar dan berpotensi meningkatkan penjualan atau engagement.

Untuk peneliti selanjutnya, guna memperdalam pemahaman tentang penerapan *landing page* dalam *digital marketing*, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik. Penelitian ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti pengaruh desain visual terhadap tingkat konversi, yang akan memberikan wawasan tentang elemen-elemen desain mana yang paling efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian pengguna. Selain itu, analisis komparatif antara berbagai jenis *landing page* atau strategi *digital marketing* juga bisa menjadi fokus penelitian untuk menemukan pendekatan yang paling efektif dalam konteks yang berbeda. Penelitian semacam ini tidak hanya akan memperkaya literatur akademis tetapi juga memberikan panduan praktis bagi praktisi di lapangan.



THE
Character Building
UNIVERSITY