

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan metode *Lean UX* dalam mengembangkan *website personal branding* untuk UMKM konveksi, dan mengukur tingkat *user experience* dari *website* yang telah dikembangkan. Maka, dari penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Peneliti telah menerapkan metode *Lean UX* dalam pengembangan *website personal branding* untuk UMKM konveksi, pada proses pengembangannya melalui 4 tahapan yang ada pada metode *Lean UX*.

- a. *Declare Assumptions*

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik bisnis untuk mengetahui kebutuhan sistem yang akan dibuat, hasil tersebut akan dimuat dalam bentuk daftar asumsi. Kemudian membuat hipotesis untuk menentukan hasil yang akan dituju sebagai tolak ukur mengenai solusi yang akan diterapkan.

- b. *Create an MVP*

Tahap ini dilakukan proses pembuatan *prototype* yang terbagi menjadi dua tingkatan yaitu *low-fidelity prototype* dan *high-fidelity prototype*.

- c. *Run an Experiment*

Pada tahapan ini akan dilakukan pengujian dan validasi terhadap *prototype* yang telah dibuat sebelumnya kepada *stakeholder*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian *prototype* dengan kebutuhan dan aturan perusahaan sebelum

diimplementasikan ke kode program dan diberikan kepada pengguna.

d. *Feedback & Research*

Pada tahap ini dilakukan pengujian *website* kepada pengguna. Tahap ini berguna untuk mengetahui penilaian pengguna terhadap *website* yang telah dibuat.

2. Peneliti telah mengimplementasikan konten *website* berdasarkan 7 aspek *visual marketing* (*Design, Personalization, Usefulness, Personality, Storytelling, Shareworthiness, Real-time Amplification*) yang telah divalidasi oleh ahli *marketing*. Hasil *website* telah memuat tujuh dimensi dari *visual marketing* dengan baik dan sudah layak untuk dijadikan sebuah media pemasaran produk dengan beberapa perbaikan.
3. Peneliti menganalisis tingkat *user experience* menggunakan kuesioner UEQ dan SUS pada *website* yang telah dikembangkan. Adapun hasil penilaian UEQ yang telah dihitung berdasarkan perbandingan dengan 468 hasil studi yang dikumpulkan UEQ:
  - a. Skala *Attractiveness* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2.09, dimana nilai tersebut masuk ke dalam kategori “*Excellent*”.
  - b. Skala *Perspicuity* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2.12, dimana nilai tersebut masuk ke dalam kategori “*Excellent*”.
  - c. Skala *Efficiency* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2.07, dimana nilai tersebut masuk ke dalam kategori “*Excellent*”.
  - d. Skala *Dependability* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 1.99, dimana nilai tersebut masuk ke dalam kategori “*Excellent*”.
  - e. Skala *Stimulation* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 1.89, dimana nilai tersebut masuk ke dalam kategori “*Excellent*”.
  - f. Skala *Novelty* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 1.33, dimana nilai tersebut masuk ke dalam kategori “*Good*”.

Selain itu, terdapat nilai SUS yang didapatkan melalui responden yang sama dengan UEQ. Hasil SUS *website* yang dikembangkan

mendapatkan nilai yang cukup baik yaitu sebesar 81, dimana nilai tersebut berada di kategori “*Good*” dengan rentang penerimaan pengguna berada di “*acceptable*”. Artinya *website* Ohayou.Co sudah memiliki tingkat penilaian *user experience* yang baik dan cukup mudah digunakan oleh pengguna dikarenakan tingkat *usability website* sudah baik.

## 5.2 Saran

Pada penelitian ini terdapat beberapa kekurangan, maka dari itu terdapat saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya:

1. Mendapatkan responden UEQ dan SUS yang lebih banyak, agar mendapatkan data yang lebih konsisten. Peneliti hanya mendapatkan data yang cukup sedikit sehingga rentan terjadinya inkonsistensi terhadap data yang didapatkan.
2. Pada penelitian ini tidak sampai meneliti pengaruh *website* terhadap konversi jumlah penjualan. Maka, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengetahui pengaruh jumlah kunjungan *website personal branding* terhadap konversi penjualan produk.
3. Pada penelitian ini tidak merancang desain antarmuka secara khusus untuk tampilan responsif *website*. Maka, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengetahui perbandingan tingkat *user experience website* melalui desain desktop dan desain responsif.
4. Pada proses selanjutnya dalam keberlanjutan *personal branding* dapat dilakukan kolaborasi dalam penggunaan antara media sosial dengan *website* untuk mendorong berbagai media yang dipakai ke permukaan sehingga merk dapat dikenal oleh masyarakat luas.