

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *UX Five Plane Framework* dan *marketing psychology* dalam pembangunan situs web *personal branding* khusus untuk Mega Arumningtyas MUA Kebumen, dan mengevaluasi tingkat pengalaman pengguna dari situs web yang telah dibuat. Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan pendekatan *UX Five Plane Framework* untuk mengembangkan *website* dilakukan dengan 5 tahapan. 5 Tahapan tersebut terbagi menjadi 3 bagian, pertama bagian analisis terdapat 3 tahapan yaitu *define*, *strategy* dan *structure*. Hasil dari bagian ini adalah produk *objective*, *user needs*, *user persona*, spesifikasi fungsional, skenario pengguna, *activity diagram* dan *navigation maps*. Kedua bagian *design*, yaitu tahap *skeleton* yang menghasilkan *wireframe*. Ketiga bagian *development* yaitu tahap *surface* dan menghasilkan komponen *design* dan *prototype*. Menurut ahli *UX website* ini sudah bagus dan dirancang dengan baik sehingga mudah digunakan. *Website* ini direkomendasikan kepada siapa saja yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang Mega Arumningtyas MUA dan karyanya.

Konten pada setiap halaman dirancang dengan mempertimbangkan aspek dari *marketing psychology*. Teknik-teknik yang diimplementasikan yaitu *social proof*, *reciprocal*, *anchoring effect*, *visual framing*, dan *color psychology*. Menurut ahli yang melakukan validasi *website* ini, teknik yang digunakan cocok untuk mengembangkan *personal branding* dan diimplementasikan dengan cukup baik.

2. Adapun hasil penilaian UEQ yang telah dihitung sebagai berikut:
 - a. Skala *Attractiveness* mendapatkan nilai rata-rata 2.27, pada nilai tersebut termasuk kategori “*Excellent*”
 - b. Skala *Perspiciuity* mendapatkan nilai rata-rata 2.08, pada nilai tersebut termasuk kategori “*Excellent*”.

- c. Skala *Efficiency* mendapatkan nilai rata-rata 2.14, pada nilai tersebut termasuk kategori “*Excellent*”.
- d. Skala *Dependability* mendapatkan nilai rata-rata 1.98, pada nilai tersebut termasuk kategori “*Excellent*”.
- e. Skala *Stimulation* mendapatkan nilai rata-rata 2.25, pada nilai tersebut termasuk kategori “*Excellent*”.
- f. Skala *Novelty* mendapatkan nilai rata-rata 1.86, pada nilai tersebut termasuk kategori “*Excellent*”

Dari segi kegunaan (*usability*), website ini meraih nilai 78,54 melalui kuesioner SUS, yang menempatkannya dalam kategori "Good" dan “*Acceptable*” dalam skala penilaian SUS.

5.2 Saran

Tentu saja penelitian ini masih mempunyai beberapa kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mempunyai beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian ini tidak meneliti dampak *website* terhadap tingkat pemesanan penjualan. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengetahui pengaruh jumlah kunjungan *website* *personal branding* terhadap konversi penjualan produk.
2. Teliti minat pengunjung pada berbagai jenis konten, seperti layanan, portofolio, dan testimonial, untuk memahami apa yang paling efektif dalam membangun *personal branding*.
3. Perpanjangan durasi pengujian untuk memberikan kesempatan kepada pengguna agar lebih baik beradaptasi dengan fitur-fitur aplikasi, yang dapat menghasilkan umpan balik yang lebih akurat dan representatif.
4. Untuk pengembangan bisnis lain, penggunaan metode *UX Five Plane Framework* dan *marketing psychology* dapat diadopsi. Faktor-faktor yang mempengaruhinya melibatkan penyesuaian sisi unik yang ingin ditampilkan pada website seperti warna *website* menyesuaikan logo bisnis, penyesuaian layanan yang ditawarkan, penyesuaian motto dan penerapan fitur dan konten lainnya dapat mengikuti yang telah ada dengan penyesuaian.