



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

Artikel Praterbit-NoRef

Author(s)

Coordinator





perpustakaan umsidaprist

Organizational unit

Perpustakaan

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		1
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		17

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.

**25**

The phrase length for the SC 2

2917

Length in words

19784

Length in characters

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Ardiansyah, Risnita, Jailani M. Syahrani;	27 0.93 %
2	Analisis Strategi Pemasaran Gembol di Kecamatan Katobu Kabupaten Muna Studi Kasus UD. Anugrah Jati Utama Putra Asrifal Ananda;	24 0.82 %
3	http://repository.ub.ac.id/id/eprint/102349/1/79.pdf	20 0.69 %

4	http://repository.wicida.ac.id/4694/1/1643160-S1-Teknik%20Informatika.pdf	17 0.58 %
5	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/543/3765/4190	15 0.51 %
6	https://mrdartproject.blogspot.com/2020/09/uml-unified-modeling-language.html	15 0.51 %
7	http://repository.ub.ac.id/id/eprint/102349/1/79.pdf	15 0.51 %
8	https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/35187/33702	13 0.45 %
9	http://repository.ub.ac.id/186228/1/Revina%20Laksmi%20Permata%20Hati.pdf	12 0.41 %
10	http://repository.ub.ac.id/id/eprint/102349/1/79.pdf	10 0.34 %

from RefBooks database (1.75 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Ardiansyah, Risnita, Jailani M. Syahran;	27 (1) 0.93 %
2	Analisis Strategi Pemasaran Gembol di Kecamatan Katobu Kabupaten Muna Studi Kasus UD. Anugrah Jati Utama Putra Asrifal Ananda;	24 (1) 0.82 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Database Exchange Program (0.17 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	Eka Rizky Setiawati-SKRIPSI-PDN-IV-2019 9/13/2024 Politeknik Energi dan Mineral Akamigas (Politeknik Energi dan Mineral Akamigas)	5 (1) 0.17 %

from the Internet (10.28 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	http://repository.ub.ac.id/id/eprint/102349/1/79.pdf	181 (18) 6.21 %
2	https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/35187/33702	22 (2) 0.75 %
3	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/543/3765/4190	21 (2) 0.72 %
4	http://repository.wicida.ac.id/4694/1/1643160-S1-Teknik%20Informatika.pdf	17 (1) 0.58 %
5	https://mrdartproject.blogspot.com/2020/09/uml-unified-modeling-language.html	15 (1) 0.51 %
6	http://repository.teknokrat.ac.id/4831/1/skripsi19311014.pdf	15 (2) 0.51 %
7	http://repository.ub.ac.id/186228/1/Revina%20Laksmi%20Permata%20Hati.pdf	12 (1) 0.41 %
8	http://digilib.unila.ac.id/77325/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf	6 (1) 0.21 %
9	http://repository.teknokrat.ac.id/5677/5/skripsi18311259.pdf	6 (1) 0.21 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	----------	---------------------------------------

Rancang Bangun Website Single-Page Sebagai Media Promosi Pada TBS (Tata Beauty Salon) Kec.Wonoayu Sidoarjo
Design and Build a Single-Page Website as a Media Promotion at TBS (Tata Beauty Salon) Kec. Wonoayu Sidoarjo

Ahmad Ardiansyah Nugraha¹⁾, Hindarto ²⁾

1)Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains Dan Teknologi, **Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**
2)Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia *Email Penulis Korespondensi:
ardiansyah.skc95@gmail.com, hindarto@umsida.ac.id

Page | 1

2 | Page

Page | 11

Abstract. Tata Beauty Salon (TBS) Kec. Wonoayu Sidoarjo currently does not have marketing media to market products and disseminate salon information to the wider community. Current marketing still uses direct interaction media which is then spread by word of mouth. So people have to come to the location themselves to find out all the information about TBS which has an impact on business development and makes it difficult to compete with competitors. This research aims to utilize website-based digital marketing as a marketing strategy at TBS (Tata Beauty Salon) Kec. Wonoayu Sidoarjo. The website offered is a single page website, where all information is fully loaded on the home page or on one HTML page without moving to another HTML page, which makes the user experience simpler and smoother. This website design uses HTML and CSS programming languages as the interface while PHP and JavaScript as program code using the Waterfall model SDLC (Software Development Life Cycle) method.

Keywords - Marketing; Promotion Media; Information System; Website; Waterfall; Single Page

Abstrak. Tata Beauty Salon (TBS) Kec. Wonoayu Sidoarjo saat ini belum memiliki media pemasaran untuk memasarkan produk serta menyebarkan informasi salon kepada masyarakat luas. Pemasaran yang berjalan masih menggunakan media interaksi secara langsung yang kemudian tersebar dari mulut ke mulut. Sehingga masyarakat harus datang sendiri ke lokasi untuk mengetahui segala informasi mengenai TBS yang berdampak pada perkembangan bisnis dan sulit bersaing dengan kompetitor. Dalam penelitian ini bertujuan untuk memanfaatkan digital marketing berbasis website sebagai strategi pemasaran pada TBS (Tata Beauty Salon) Kec. Wonoayu Sidoarjo. Website yang di tawarkan adalah website single page, dimana semua informasi dimuat sepenuhnya pada halaman awal atau pada satu halaman HTML tanpa berpindah ke halaman HTML lain yang membuat pengalaman pengguna menjadi lebih sederhana dan lancar. Perancangan website ini menggunakan bahasa pemrograman HTML dan CSS sebagai antarmuka sementara PHP dan JavaScript sebagai code program dengan metode SDLC (Software Development Life Cycle) model Air Terjun.

Kata Kunci - Pemasaran; Media Promosi; Sistem Informasi; Website; Air Terjun; Halaman Tunggal

Pendahuluan

Seiring pesatnya perkembangan teknologi, penggunaan media digital khususnya berbasis website sudah banyak digunakan sebagai media promosi dan informasi yang mampu menawarkan berbagai kemudahan dalam menyajikan informasi[1]. Penggunaan website sebagai media promosi sangat membantu dalam strategi pemasaran, dimana semua informasi diharapkan lebih cepat dan akurat untuk meningkatkan efisiensi perkembangan bisnis. **Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat[2].**

Menurut tiptono (2002:219), promosi adalah upaya komunikasi untuk **menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau meningkatkan awareness bagi pasar tujuan atas perusahaan dan produk agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk** atau layanan yang sedang ditawarkan. Pada penelitian sebelumnya, diketahui bahwa pengaruh sistem informasi pemasaran terhadap minat beli pada CV Binangkit Kabupaten Tasikmalaya **diperoleh angka R square sebesar 0.764. Hal ini menunjukkan bahwa** Sistem Informasi Pemasaran berpengaruh sebesar 76,4% pada keputusan pembelian[3]. Dengan pencapaian skor tersebut dapat disimpulkan bahwa implementasi website sebagai media promosi sangat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

TBS (Tata Beauty Salon) atau biasa dikenal dengan Tata Salon merupakan salon kecantikan yang menawarkan produk dan perawatan khusus untuk wanita dan anak-anak. Mulai dari perawatan rambut dan perawatan kulit dengan harga yang relatif murah dan hasil yang sangat berkualitas, sehingga banyak beberapa pelanggan yang kembali berkunjung untuk menikmati kualitas hasil pelayanan sebelumnya. TBS didirikan pada tahun 2000 di Kabupaten Sidoarjo. Sri Kustini Agustin adalah owner sekaligus stylist pada TBS. Beliau terpesona dengan dunia kecantikan sejak kecil, sehingga tertarik membuka salon kecantikan bersama anak kandungnya. Oleh karena itu, beliau sangat menghargai keinginan untuk menawarkan layanan terbaik kepada pelanggan. Salon ini terletak di Jalan Jl. Perumtas 3 No. 6, Desa Popoh, Kec. Wonoayu - Sidoarjo. Pendistribusian informasi tentang TBS saat ini kurang efektif, yang mana masih menggunakan media interaksi secara langsung melalui pelanggan yang kemudian tersebar dari mulut ke mulut. Sehingga masyarakat harus datang sendiri ke Tata Salon untuk mengetahui segala informasi terbaru tentang pelayanan serta produk yang sedang di tawarkan. Hal ini sangat tidak efisien yang memungkinkan bisnis sulit untuk berkembang dan bersaing dengan kompetitor. Demi meningkatkan usaha Tata Salon agar dapat berkembang dengan baik dan efisien, maka dibuatlah "Rancang Bangun Website Single-Page Sebagai Media Promosi Pada TBS (Tata Beauty Salon) Kec.Wonoayu Sidoarjo" yang diharapkan memperluas jangkauan informasi dan mampu meningkatkan awareness bagi masyarakat untuk berkunjung dan mengetahui segala informasi yang dimiliki Tata Beauty Salon melalui internet.

Metode

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan pengidentifikasian masalah utama dari beberapa faktor sebagai acuan kerangka berfikir untuk mengorientasikan teori-teori yang sesuai dengan tujuan penelitian dalam bentuk konseptual[4]. Berdasarkan observasi yang dilakukan, bahwasanya diperlukan sebuah teknologi

informasi yang mampu mempromosikan pelayanan serta produk berbasis Web untuk TBS (Tata Beauty Salon). Tahapan pada penelitian ini meliputi identifikasi masalah, tujuan, perancangan, implementasi sistem dan hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Gambar 1. Gambar Kerangka Penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam melalui interpretasi konteks, pengalaman, dan perspektif individu yang terlibat dalam fenomena tersebut [6]. Tujuan utama dalam teknik pengumpulan data adalah untuk mengalisa kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan sebagai acuan dasar dan tujuan pembuatan system dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi . Pengumpulan data yang telah dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 2. Teknik pengumpulan data.

1. Wawancara

Pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan pada pemangku kepentingan bisnis guna mengetahui kondisi pada objek penelitian secara real-time untuk mengetahui kebutuhan serta masalah yang terjadi pada TBS. Wawancara dilakukan secara langsung kepada Owner Tata Beauty Salon demi kelengkapan informasi data.

2. Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung untuk merekam keadaan setiap kejadian sesuai Standart Operating Procedure (SOP) pada Tata Beauty Salon.

3. Dokumentasi

Data yang dapat diperoleh dari berbagai sumber atau dilakukan sendiri melalui observasi menyangkut objek penelitian berupa dokumen, atau gambar sebagai informasi penunjang penelitian.

Metode Pengembangan Sistem

SDLC (Software Development Life Cycle) merupakan metode yang digunakan setiap Developer dalam mengembangkan software atau aplikasi. SDLC menganut tahapan-tahapan penting bagi pengembang, seperti perencanaan, analisis, desain, implementasi, dan lain-lain[5]. Model yang paling terkenal dan sering digunakan adalah SDLC model Waterfall : serangkaian tahapan seperti air terjun di mana keluaran setiap tahap menjadi masukan utama untuk melakukan tahapan selanjutnya. Penerapan tahapan model Waterfall ditunjukkan pada Gambar 2.

Gambar 3. Gambar metode SDLC Waterfall.

Aalisis Kebutuhan Sistem

Analisis Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan proses layanan yang mencakup reaksi dan perilaku pada saat system berjalan. Berikut adalah kebutuhan fungsional ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kebutuhan fungsional.

No User Fungsi Sistem

1	Pengguna	Melihat profil, produk dan layanan salon Mengetahui lokasi salon pada Google Maps Melakukan reservasi melalui sosial media
---	----------	--

Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional merupakan spesifikasi kebutuhan yang di perlukan oleh sistem.

Berikut adalah kebutuhan non-fungsional:

1. Sistem memerlukan sebuah Gadget seperti PC/Mobile yang terkoneksi dengan Internet.

2. Sistem dapat dijalankan pada web browser seperti Chrome dan Mozilla dan atau web browser lain.

UML (Unified Modeling Language) UML (Unified Modeling Language) adalah bahasa visual yang digunakan untuk membangun dan

merancang arsitektur dalam pemrograman berorientasi objek guna memahami kebutuhan sistem dan mengurangi kompleksitas sistem [7]. UML mencakup 13 diagram dengan fungsi dan konsep yang berbeda. Adapun konsep UML yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi ini yaitu analisa berorientasi objek yang mencakup **Use Case Diagram dan Activity Diagram.**

Use Case Diagram

Use Case diagram merupakan gambaran kebutuhan sistem dari sudut pandang user (aktor) dan pola perilaku sistem[8]. Use Case diagram merupakan tahapan awal yang baik dalam memahami dan menganalisa kebutuhan sistem saat perancangan. **Use case diagram dapat dilihat pada Gambar 3.**

Gambar 3. Use case diagram pada sistem informasi TBS(Tata Beauty Salon).

Activity Diagram

Activity diagram merupakan teknik yang menggambarkan proses aktifitas pada sistem yang terjadi saat program dijalankan[9]. Activity diagram akan menampilkan aktifitas yang terjadi pada sistem saat user beroperasi. Activity diagram dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 4. Activity diagram pada sistem informasi TBS(Tata Beauty Salon).

Hasil dan Pembahasan

Tahap ini merupakan tahap akhir setelah perancangan, analisa kebutuhan, dan implemntasi sistem sudah terpenuhi. Website yang di tawarkan adalah website single page, dimana semua informasi dimuat sepenuhnya pada halaman awal atau pada satu halaman HTML tanpa berpindah ke halaman HTML lain yang membuat pengalaman pengguna menjadi lebih sederhana dan lancar. Website single page TBS mengutamakan nilai jual bisnis dengan tampilan desain yang menarik guna menciptakan pengalaman ramah pengguna yang mudah dipahami bagi calon pelanggan. Berikut adalah tampilan hasil dari implementasi sistem informasi berbasis website single page pada TBS (Tata Beauty Salon) di Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo.

Implementasi Sistem

Home

Home merupakan tampilan awal atau top page pada website single page TBS yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan dashboard pada website

multy-page, yaitu sebagai panel control yang berisikan tentang uraian singkat mengenai motto TBS dan navigasi bar guna mempermudah user untuk melompat ke bagian halaman yang diinginkan tanpa scrolling kebawah. Selain itu, website ini memiliki fitur 2 floating button atau tombol mengambang, yaitu : Tombol Whatsapp dan tombol Back to top. Tombol back to top akan otomatis muncul ketika user melakukan scrolling kebawah yang berfungsi untuk mempermudah user kembali ke top page atau tampilan home. Tampilan home ditunjukkan pada Gambar 5.

Gambar 5. Tampilan home.

Floating Button

Selain itu, website ini dilengkapi dengan fitur 2 floating button atau tombol mengambang, yaitu : Tombol Whatsapp dan tombol Back to top. Tombol back to top akan otomatis muncul ketika user melakukan scrolling kebawah yang berfungsi untuk mempermudah user kembali ke top page atau tampilan home seperti yang ditunjukkan pada Tabel.2.

Posisi top of page : 20px dari top of page :

Tabel.2 Floating Button

Profile

Profile merupakan tampilan kedua dari website ini yang memungkinkan user untuk melihat informasi profil TBS hanya dengan scrolling kebawah.

Tampilan profil ditunjukkan pada Gambia 6.

Gambar 6. Tampilan profile.

Services

Pada tampilan services memiliki fitur yang hampir sama dengan tampilan home yang memiliki Head-services-container sebagai link navigasi ke tampilan List-services. Berikut adalah tampilan services pada TBS :

Head-services-container

Tampilan Head-services-container menampilkan menu service yang tersedia pada TBS yang berguna sebagai link navigasi menuju ke List-Service.

Gambar 7. Tampilan Head-services-container.

List-services-contianer 1

Pada List-services-contianer1 menampilkan layanan Haircut dan Hair Color Dye.

Gambar 8. Tampilan List-services-container 1.

List-services-contianer 2

List-services-contianer2 menampilkan layanan Smooting dan Hair Treadment.

Gambar 9. Tampilan List-services-container 2.

List-services-contianer 3

List-services-contianer3 menampilkan layanan Body Treatment dan Facial Treatment.

Gambar 10. Tampilan List-services-container 3.

Product

Tampilan ini menampilkan produk yang sedang ditawarkan menggunakan splide_slide_container, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 11.

Gambar 11. Tampilan product.

Footer

Footer merupakan akhir halaman atau last-page yang mencakup informasi media social, informasi pemilik, dan lokasi spesifik TBS yang dapat di akses menggunakan aplikasi Google Maps. Tampilan Footer ditunjukkan pada Gambar 12.

Gambar 12. Tampilan Footer.

Pengujian Website

Pengujian Sistem

Pengujian **perangkat lunak bertujuan untuk memastikan, bahwa perangkat lunak yang telah dikembangkan sudah berjalan sesuai dengan fungsionalitas yang diharapkan pengguna akhir** [10]. Pengujian sistem sangat perlu dilakukanguna guna mengetahui kelemahan sistem untuk diperbaiki dan meminimalisir eror pada sistem.

Data pengujian sistem dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 3. Pengujian Tampilan Sistem.

No Deskripsi Status

1	Tampilan Home	Baik
2	Tampilan Profile	Baik
3	Tampilan Services	Baik
4	Tampilan Product	Baik
5	Tampilan Contact Person	Baik

Tabel 4. Pengujian Fungsional Sistem.

No Deskripsi Status

1	Navigasi Bar pada tampilan Home	Baik
2	Navigasi Bar pada tampilan Services	Baik

- 3 Tombol Order Now! Direct to Whatsapp pada tampilan Product Baik
- 4 Tombol Chat Now! Direct to Whatsapp pada tampilan Contact Person Baik
- 5 Floating Button Direct to Whatsapp Baik
- 6 Floating Button Back to top Baik
- 7 Tombol Sosial Media Facebook Baik
- 8 Tombol Sosial Media Instagram Baik
- 9 Tombol Sosial Media TikTok Baik
- 10 Tombol Sosial Media Whatsapp Baik
- 11 Google Maps Baik

Pengujian Kuisioner

Pengujian kuisioner ditujukan pada pelanggan atau calon pelanggan Tata Beauty Salon yang bertujuan untuk mengetahui respon pengguna terhadap pemanfaatan Website Tata Beauty Salon dengan cara membagikan dan menyertakan Link Website Tata Beauty Salon pada Google Form kemudian responden diminta untuk mengisi pertanyaan kuisioner mengenai website yang telah di akses sebelumnya.

Pertanyaan yang diajukan ditunjukkan pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Pengujian Fungsional Sistem.

No Pertanyaan Kuisioner JAWABAN

TS KS S SS

- 1 Website yang dibangun memiliki tampilan yang jelas dan menarik ?
- 2 Fitur-fitur yang tersedia sesuai dengan fungsinya.
- 3 Dengan website ini pengguna dapat menemukan informasi mengenai Tata Agustin Salon dengan mudah dan cepat.
- 4 Tingkat akurasi informasi yang di sajikan sudah sesuai dengan data sesungguhnya.
- 5 Navigasi website memudahkan pengguna dalam pengoperasian website tanpa mengalami kesulitan.
- 6 Tampilan website nyaman digunakan bagi pengguna.
- 7 Website yang dibangun sangat mudah dipelajari dan digunakan bagi pengguna.
- 8 Menurut anda, apakah website yang dibangun dapat membantu mempercepat memasarkan produk dan pelayanan dengan penyajian informasi yang lengkap serta akurat ?
- 9 Apakah website ini bermanfaat bagi pengguna ?
- 10 Apakah website ini memiliki kemampuan, fungsi, dan fitur sudah sesuai dengan yang diharapkan pengguna sebagai Media Informasi dan Promosi Tata Agustin Salon ?

Keterangan :

TS : Tidak Setuju = 0 - 1

KS : Kurang Setuju = 1,1 - 2

S : Setuju = 2,1 - 3

SS : Sangat Setuju = 3,1 - 4

Perolehan hasil kuisioner terhadap **20 responden dapat dilihat pada** Tabel 5.

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Pengujian Kuisioner.

Responden **Pertanyaan** **Kuisioner** **Hasil**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Rata-rata Keterangan	
1	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3,4 Sangat Setuju
2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3,1 Sangat Setuju	
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,2 Sangat Setuju	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Setuju
5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3,5 Sangat Setuju	
6	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3,5 Sangat Setuju	
7	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,8 Sangat Setuju
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Sangat Setuju
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Sangat Setuju
10	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3,3 Sangat Setuju	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Sangat Setuju
12	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3,1 Sangat Setuju	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Setuju
14	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3,3 Sangat Setuju	
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Setuju
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Setuju
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Sangat Setuju
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Setuju
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Setuju
20	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3,5 Sangat Setuju	

Persentasi hasil pengujian kuisioner terhadap responden dapat dirumuskan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil dari data tabel diatas, maka diperoleh perhitungan persentase sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) : 14 Responden = $\frac{14}{20} \times 100\% = 70\%$

Setuju (S) : 6 Responden = $\frac{6}{20} \times 100\% = 30\%$

Kurang Setuju (KS) : 0 Responden = $\frac{0}{20} \times 100\% = 0\%$

Tidak Setuju (TS) : 0 Responden = 0%

Dari perhitungan persentase terhadap 20 responden diperoleh hasil Sangat Setuju sebanyak 70%, Setuju sebanyak 30%, sementara Krurang Setuju dan Tidak Setuju sebanyak 0%. Dengan perolehan hasil kuisioner tersebut Website Tata Beauty Salon dapat dinyatakan sangat bermanfaat bagi pengguna dan layak digunakan sebagai Media Promosi pada Tata Beauty Salon.

Simpulan

Website single-page pada dasarnya bertujuan untuk mempercepat proses pemuatan halaman tanpa harus memuat ulang halaman pada setiap aksinya. Hal ini memungkinkan untuk mempercepat dan memudahkan developer dalam membangun sebuah website dengan tampilan front-end yang menarik dan responsif secara dinamis. Selain itu juga dapat meningkatkan user experience terkait tampilan maupun dalam pengoperasian website. Oleh sebab itu, penerapan website single-page sebagai media promosi pada TBS (Tata Beauty Salon) sangat berpengaruh positif bagi developer, pelaku usaha, maupun bagi pengguna yang mengaksesnya.

Berdasarkan kesimpulan dan hasil implementasi sistem yang telah dilakukan, adapun saran gagasan lanjutan untuk pengembangan lebih lanjut pada website media promosi TBS (Tata Beauty Salon) yaitu :

1. Pemeliharaan secara moderate jika ada permintaan baru terkait komponen, desain dan fitur pada website TBS.
2. Menambahkan form admin untuk Input, edit dan hapus data pada sistem informasi jika diperlukan.
3. Penambahan Event promosi jika form admin telah dibuat guna memposting promosi berupa poster image.
4. Memperbarui tampilan agar lebih menarik sesuai dengan kebutuhan.

Ucapan Terima Kasih

1. Terimakasih saya sampaikan kepada Bapak/Ibu Dosen UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO yang telah membimbing dan membantu saya hingga sampai di titik ini. Kepada semua pihak yang telah membantu khususnya orang tua saya dan Pramesty Ardea Nur Dianta sekeluarga selaku owner TBS(Tata Beauty Salon) saya ucapkan terimakasih banyak atas support serta kesempatan yang diberikan kepada saya untuk melakukan penelitian di TBS (Tata Beauty Salon) dengan lapang dan penuh kesabaran.

- 2.
- 3.
- 4.
- 5.