

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Keberadaan dari disain logo KFC sangatlah berpengaruh karena dari disain yang ditampilkan, khalayak dengan mudah mengetahui bahwa itu disain logo KFC karena bentuk dari disain yang simpel, dari disain yang simpel itulah masyarakat atau pun khalayak yang melihat mudah untuk mengingatnya.
2. Tingkat beli konsumen terhadap disain logo tersebut tentunya menjadi tolak ukur karena dengan mudahnya mengingat khalayak bisa menjadikan produk tersebut sebagai salah satu referensi untuk membeli produk makanan cepat saji tersebut.
3. Pengaruh dari disain logo terhadap minat beli konsumen berpengaruh sebesar 52% antara korelasi X dan Y yaitu menandakan korelasi yang baik karena dari perhitungan hasil *product moment* dengan metode hitung program SPSS versi 23 dapat diperoleh nilai r hitung $0,529 > r$ tabel $0,2199$ dan taraf signifikansi $0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak sehingga terdapat kesimpulan yakni terdapat pengaruh secara signifikan antara pengaruh disain logo KFC terhadap minat beli konsumen.

B. Saran

Disain logo sebuah produk KFC dapat dijadikan sebagai tolak ukur pembelian produk dari konsumen . Tak hanya itu, disain mampu dijadikan alat untuk menarik

minat beli konsumen melalui komunikasi visual yang disampaikan pada disain logo KFC.

Selain itu, adapun bidang akademik atau penulis dikemudian hari, penelitian ini sebagai acuan dalam rujukan sebagai salah satu sumber untuk mengetahui bagaimnaa perana penting dari disain logo di suatu perusahaan.

Penulis mengharapkan dari penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pembahasan tentang disain logo yang lebih mendalam serta mampu mendapatkan hasil yang jauh lebih bagus agar masyarakat menjadi lebih faham apa fungsi komunikasi visual dari sebuah disain logo suatu produk.