

BAB V

RINGKASAN HASIL PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data serta diskusi yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa desain grafis dalam periklanan memiliki dampak yang signifikan pada efektivitas promosi, tetapi tidak secara langsung meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk kopi Janji Jiwa. Ini menunjukkan bahwa meskipun visual yang menarik dalam promosi dapat memperkuat penyampaian informasi lewat media, terdapat faktor lain diluar desain visual yang juga mempengaruhi keputusan konsumen, seperti harga, rasa, bentuk produk, dan ulasan dari pembeli lain. Oleh karena itu, pengaruh desain grafis lebih dominan terhadap persepsi media promosi lain dibandingkan dengan niat beli secara langsung. dan berdasarkan rumusan masalah dapat diambil tiga Kesimpulan ,

1. Pengaruh Desain Grafis Visual terhadap Minat Beli Konsumen: Desain grafis visual yang terdiri dari elemen-elemen seperti tipografi, ilustrasi, fotografi, logo, dan warna memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen produk kopi Janji Jiwa. Informasi yang disampaikan melalui visual yang menarik mampu mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumen dalam memilih produk, baik melalui media promosi digital maupun cetak.

2. Pengaruh Media Promosi terhadap Minat Beli Konsumen: Media promosi yang digunakan oleh Kedai Kopi Janji Jiwa, baik secara online seperti Instagram maupun secara offline seperti banner dan pamflet, terbukti efektif dalam menjangkau konsumen dan membangun citra produk. Media promosi berfungsi sebagai saluran komunikasi antara brand dan konsumen yang memberikan informasi yang dapat memicu keinginan membeli.

Pengaruh Simultan Desain Grafis Visual dan Media Promosi terhadap Minat Beli Konsumen: Secara simultan, kedua variabel, yaitu desain grafis visual dan media promosi, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Keduanya saling melengkapi dan memperkuat persepsi positif konsumen terhadap produk, menciptakan daya tarik visual dan memperluas jangkauan informasi produk, sehingga meningkatkan potensi pembelian dari konsumen. Di samping itu, jika dalam penulisan atau penelitian ini terdapat kekurangan atau kesalahan, mohon untuk dimaafkan, karena penulis adalah seorang manusia biasa yang tidak lepas dari kesalahan dan bukan sosok yang sempurna, mengingat kesempurnaan hanyalah milik Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT. Akhir kata penulis sampaikan, wabillahi taufiq'wallhidayyah wassalamualaikum'warrahmatullahi wabbaraqatuh.

5.2 Saran

Bagi pelaku usaha, khususnya Janji Jiwa, disarankan agar tidak hanya fokus pada estetika desain promosi, tetapi juga memperhatikan elemen lain seperti kualitas produk, strategi harga yang kompetitif, serta interaksi langsung dengan pelanggan.

Untuk desainer grafis, penting untuk memahami bahwa visual yang menarik perlu dibarengi dengan pesan yang relevan dan mudah diterima oleh audiens sasaran, serta disesuaikan dengan platform yang digunakan (media sosial, cetak, dan sebagainya).

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen, seperti persepsi kualitas, brand image, atau kepercayaan konsumen terhadap merek.

