

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, kemudahan penggunaan, dan selebriti pendukung terhadap minat pembelian pasta gigi Sasha di Lazada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempromosikan produk pasta gigi Sasha agar bisa dikenal oleh konsumen salah satunya melalui *platform* jual beli *online*. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 konsumen Lazada yang pernah membeli pasta gigi Sasha di Lazada. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara harga dan minat beli pasta gigi Sasha di Lazada.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan minat beli pasta gigi Sasha di Lazada.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan dan minat beli pada gigi Sasha di Lazada.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara selebriti pendukung dan minat beli pada pasta gigi Sasha di Lazada.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil kesimpulan yang telah disajikan oleh penulis. Maka penulis menyampaikan saran saran yang memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang terkait pada penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti lain yang hendak meneliti dengan topik yang sama hendaknya menambah jumlah responden agar dapat memperluas kemampuan generalisasi agar hasil penelitian lebih maksimal.
2. Untuk penelitian-penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat pembelian.