

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Kredibilitas endorser (X1) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan (Y) produk *E-Money* OVO.
2. Kreatifitas iklan (X2) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan (Y) produk *E-Money* OVO.
3. Kredibilitas endorser (X1) dan kreatifitas iklan (X2) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan (Y) produk *E-Money* OVO.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan keputusan menggunakan produk *E-Money* OVO maka disarankan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Saran yang disampaikan kepada perusahaan oleh peneliti dari hasil penelitian yang didapatkan adalah PT. Visionet Internasional dapat tetap mempertahankan strategi promosi *E-Money* OVO dengan menggunakan Kredibilitas *Endoser* dan Kreativitas Iklan untuk tetap menjadi pemimpin dalam persaingan *E-Money* di Indonesia.

2. Bagi Penulis Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan bagi peneliti dapat memakai atau menambahkan variabel-variabel lain dan menambahkan metode-metode lain untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.