

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin maju, maka banyak inovasi alat dalam bertransaksi yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi yaitu dengan *e-Money*. PT.Telekomunikasi Seluler adalah salah satu perusahaan yang mengeluarkan layanan *digital money* dengan meluncurkan TCASH yang dapat digunakan pelanggan Telkomsel untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran secara digital dengan menggunakan ponsel di *Merchant* yang berlogo TCASH.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui implementasi promosi penjualan terhadap keputusan pembelian menggunakan TCASH menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan regresi linier sederhana.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah hasil analisis variabel promosi penjualan sebesar 79,02% yang berarti termasuk dalam kategori Cukup Baik pada garis kontinum, kemudian hasil analisis variabel keputusan pembelian sebesar 81,3% yang berarti termasuk dalam kategori Baik pada garis kontinum dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian menggunakan TCASH sebesar 65,3%.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian