



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh pemilihan *merchant T-Cash* terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini kriteria PT Telkomsel dalam pemilihan *merchant T-Cash* yaitu *merchant* yang familiar (dikenal), ramai atau memiliki banyak pengunjung, banyak diminati oleh anak muda dan merupakan tempat yang *co working space*. Penelitian ini akan melihat pengaruh pemilihan *merchant T-Cash* terhadap keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden dengan menggunakan skala likert dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2018 di Yogyakarta. Semua data dianalisis dengan metode analisis regresi linear. Berdasarkan hasil uji F, didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pemilihan *merchant T-Cash* terhadap keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji T, menunjukkan bahwa signifikansi sebesar $0,000$ yang berarti $< 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa pemilihan *merchant T-Cash* benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, berdasarkan hasil analisis regresi, dapat dilihat pula bahwa variabel pemilihan *merchant T-Cash* (X) berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Artinya, setiap kenaikan yang terjadi pada variabel independen akan diikuti pula oleh kenaikan variabel dependen.

Kata kunci : Pemilihan *Merchant T-Cash*, Keputusan Pembelian, Analisis Regresi, *T-Cash*, PT. Telkomsel



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze how big the influence of T-Cash merchant selection to purchase decision. In this research the criteria of PT Telkomsel in the selection of merchant T-Cash is a familiar merchant (known), crowded or have many visitors, much in demand by young people and is a place of co working space. This study will look at the influence of T-Cash merchant selection on purchasing decisions. Data collection techniques used were questionnaires distributed to 60 respondents by using Likert scale and sampling technique used is purposive sampling. The study was conducted in May 2018 in Yogyakarta. All data were analyzed by multiple linear regression analysis method. Based on the result of F test, the result of sign value is $0.000 < 0,05$, meaning H_0 is rejected and H_1 accepted, so it can be concluded that there is significant influence of T-Cash merchant selection on purchasing decision. While based on T test results, indicating that the significance of 0.000 which means < 0.05 , so it can be said that the selection of T-Cash merchant really significantly influence the purchase decision In addition, based on the results of multiple regression analysis, it can be seen also that variable the selection of T-Cash merchant (X) has a positive effect on the dependent variable ie purchasing decision (Y). That is, any increase that occurs in the independent variable will be followed by the increase of the dependent variable.

Keywords: Selection of Merchant T-Cash, Purchase Decision, Regression Analysis, T-Cash, PT. Telkomsel