

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan menganalisis serta menjelaskan hubungan harga dengan promosi; (2) pengaruh harga terhadap *impulse buying*; (3) Pengaruh promosi terhadap *impulse buying*; (4) Pengaruh harga terhadap *impulse buying* melalui promosi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*) data kuantitatif, yaitu melakukan penyebaran kuesioner di goggle formulir. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2017 yang memiliki aplikasi Tokopedia dan pernah melakukan pembelian masker KN95 di Tokopedia sebanyak 81 Responden. Teknik pengambilan Sampel yaitu *Two Stage Cluster Sampling* yang merupakan menggunakan 2 Teknik Probability Sampling yang pertama Teknik *Cluster Random Sampling* dan yang kedua Teknik *Simple Random Sampling*.

Hasil analisis jalur (*Path Analysis*) menunjukkan bahwa (1) Hubungan Harga (X1) terhadap Promosi (X2) memiliki korelasi kuat (2) Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y), (3) Promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y), (4) Harga (X1) dan Promosi (X2) terhadap *Impulse Buying* (Y) berpengaruh signifikan.

Kata kunci: Harga, promosi, *Impulse Buying*, Masker KN95

