

**ABSTRAK**  
**PENGARUH POTONGAN HARGA, INFLUENCER, DAN PEMASARAN**  
**DIGITAL TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN**  
**BISNIS MINUMAN MENANTEA**

Meisella Brilian Handali  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh secara bersama-sama potongan harga, *influencer*, dan pemasaran digital terhadap pembelian impulsif pada Menantea; (2) Pengaruh secara parsial potongan harga terhadap pembelian impulsif pada Menantea; (3) Pengaruh secara parsial *influencer* terhadap pembelian impulsif pada Menantea; (4) Pengaruh secara parsial pemasaran digital terhadap pembelian impulsif pada Menantea. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah pernah melakukan pembelian produk Menantea secara impulsif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Responden yang digunakan sebanyak 100 responden sebagai sampel yang didapati dengan menyebarkan kuisisioner secara *online* menggunakan *google formulir*. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan (1) Potongan harga, *influencer*, dan pemasaran digital secara bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian impulsif Menantea; (2) Potongan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif Menantea; (3) *Influencer* secara parsial tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif Menantea; (4) Pemasaran digital secara parsial berpengaruh terhadap pembelian impulsif Menantea.

**Kata kunci:** Potongan Harga, *Influencer*, Pemasaran Digital, dan Pembelian Impulsif.

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF DISCOUNTS, INFLUENCERS, AND DIGITAL  
MARKETING ON IMPULSIVE BUYING FOR THE BUSSINESS  
CONSUMERS OF MENANTEA BEVERAGE**

Meisella Brilian Handali  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

This study is aimed to know: (1) The influence of Price Discounts, Influencers, and Digital Marketing on the Impulsive Buying of Menantea products; (2) The Partial Influence of Price Discounts on Impulse Buying of Menantea products; (3) The influence of Influencers partially on Impulse Buying of Menantea product; (4) The partial Influence of Digital Marketing on Impulse Buying of Menantea product. The population of this study was the people who had purchased Menantea as impulsive buyers. The sampling technique in this study used non-probability sampling with a purposive sampling method. The respondents were 100 respondents as a sample by distributing online questionnaires using Google form. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis with the SPSS version 25 application. The results showed (1) Discounts, Influencers, and Digital Marketing simultaneously influenced Menantea's impulsive buying; (2) price discounts did not influence Menantea's impulsive buying; (3) influencers did not influence Menantea's impulsive buying; (4) digital marketing partially influenced Menantea's impulsive buying.

**Keywords:** *Discount, Influencer, Digital Marketing, and Impulse Buying.*