

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi pameran berjenis *business to business* saat ini adalah kurangnya komunikasi dalam pemasaran, sehingga tidak tercapainya target pengunjung yang diharapkan. Penelitian ini menggunakan variabel *viral marketing* sebagai variabel *independent* yang dapat mempengaruhi variabel *image* pameran sebagai variabel *dependent*. Diharapkan dapat membuktikan bahwa pada zaman digital *marketing* saat ini, penting bagi perusahaan untuk dapat menggunakan alat bauran promosi yang baru yaitu internet khususnya untuk memasarkan produk dan jasanya menggunakan facebook agar konten digital tersebut menjadi *viral*. Variabel *viral marketing* pada penelitian ini diukur dengan sub-sub variabel diantaranya *Audience Reach*, *Diffusion of Speed*, dan *Peer to Peer Transmission*. Populasi pada penelitian ini adalah potensial pengunjung yang kemudian diambil sample sebanyak 100 orang. sample tersebut kemudian dianalisis validitas dan reabilitasnya. Analisis selanjutnya adalah uji model yang menggunakan metode SEM, untuk uji hipotesis selanjutnya data responden kembali diuji dengan metode statistik *non-hierarchical (K-means)*. Dari uji analisis yang telah dilalui bahwa Dengan demikian hipotesis yang diujikan diterima, dan membuktikan bahwa *viral marketing* dengan variabelnya *Audience of reach*, *Diffusion of Speed* dan *Peer-to-Peer Transmission* dapat mempengaruhi *image* pameran yang berjenis *business to business Franchise And Lisence Expo*. Dari hasil didapatkan, diharapkan adanya penelitian selanjutnya yang melengkapi pembahasan yang lebih memperkaya kajian tentang *viral marketing*.

Keywords: Viral, Digital Marketing, Bauran Promosi, *image*, Pameran.

ABSTRACT

Problems that facing business to business exhibition today is the lack of communication in marketing, so as not achieving the target visitors expected. This study uses viral marketing variables as independent variables that can affect the image exhibits variable as the dependent variable. Expected to prove that at the time of the digital marketing today, it is important for companies to be able to use the new tool is the promotional mix especially the internet to market their produks and services using facebook so that digital content has become viral. Viral marketing variables in this study were measured with sub variables including Audience Reach, Diffusion of Speed, and Peer to Peer Transmission. The population in this study is the potential visitor is then taken as many as 100 responden.sample samples is then analyzed validity and reliability. Subsequent analysis is a test model using SEM, to test hypotheses respondent data subsequently re-tested by the statistical methods of non-hierarchical (K-means). The analysis of the test has been passed that thus accepted hypothesis is tested, and proved that viral marketing with variable Audience of reach, Diffusion of Speed and Peer-to-Peer Transmission may affect the Image exhibition manifold And Business to Business Franchise License Expo. From the results obtained, it is expected the next research that complements the discussions that further enrich the study of viral marketing.

Keywords: Viral, Digital Marketing, Promotion Mix, Image, Exhibition.