

**THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING, SOCIAL COMMERCE  
PROMOTION, AND LIFESTYLE TOWARDS PURCHASING  
INTENTION OF BMW 3 SERIES “E36” USED CAR**

**By Muhammad Ryan Firmansyah**

**Abstract**

*At this 22.century, there are tight competition between sellers that made them have to think hard to reach more buyers with more unique ways, one of which is to utilize viral marketing to raise the price of an item so the price climbs up above the market price or its fair price, by using social commerce of Facebook Marketplace to sell the stuff or service they offer. Using social commerce of Facebook Marketplace to sell stuffs that are related with lifestyle, in this instance is the BMW series 3 “E36” used car, could help sellers to reach more potential buyers easily. The population in this study are a total of 68 respondents, which consists of potential buyers and owners of BMW 3 Series “E36” used car in Jabodetabek area who utilize Facebook Marketplace to just window shopping or even bought that car. The results of smartPLS3.0 test are (1)there is a positive and significant influence of viral marketing on purchasing intention with 0.884 original sample score, (2)there is a not significant influence of social commerce promotion on purchasing intention with 0.107 original sample score, (3)there is a not significant influence of lifestyle on purchasing intention with 0.009 original sample score.*

*Keywords: viral marketing, social commerce promotion, lifestyle, purchasing intention*

# **PENGARUH *VIRAL MARKETING*, PROMOSI *SOCIAL COMMERCE*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL BEKAS BMW SERI 3 “E36”**

**Oleh Muhammad Ryan Firmansyah**

## **Abstrak**

Pada abad ke-22 ini, terjadi persaingan yang ketat antar pelaku usaha yang membuat mereka harus berpikir keras untuk meraih pelanggan sebanyak mungkin dengan usaha seunik mungkin, salah satunya adalah dengan memanfaatkan *viral marketing* yang bertujuan untuk menaikkan harga suatu barang hingga harganya melambung tinggi melebihi harga pasaran atau harga normalnya dengan menggunakan *social commerce* Facebook Marketplace untuk menjual barang atau jasa yang ditawarkan. Menggunakan *social commerce* Facebook Marketplace untuk menjual barang yang berhubungan dengan gaya hidup yang dimana dalam penelitian ini adalah mobil bekas BMW seri 3 “E36”, dapat membantu penjual untuk meraih calon konsumen secara lebih luas dan mudah. Populasi dalam penelitian ini adalah 68 responden para calon dan pemilik mobil bekas BMW seri 3 “E36” di area Jabodetabek yang menggunakan Facebook Marketplace untuk sekedar mencari atau membeli mobil tersebut. Hasil dari pengujian menggunakan smartPLS3.0 diperoleh (1)terdapat pengaruh positif dan signifikan *viral marketing* terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* 0.884, (2)terdapat pengaruh tidak signifikan pada promosi *social commerce* terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.107, (3)terdapat pengaruh tidak signifikan pada gaya hidup terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.009.

**Kata kunci:** viral marketing, promosi social commerce, gaya hidup, dan minat pembelian