



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH PESERTA *CLASH OF CHAMPIONS* SEBAGAI *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* PROGRAM STYLE SCHOTERS

WILDA MUHAMMAD ALULU'I



**PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pengaruh Peserta *Clash of Champions* sebagai *Influencer Marketing* terhadap *Brand Awareness* Program STYLE Schoters” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Wilda Muhammad Alulu'i
K1401211011

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

WILDA MUHAMMAD ALULU'I. Pengaruh Peserta *Clash of Champions* sebagai *Influencer Marketing* terhadap *Brand Awareness* Program STYLE Schoters. Dibimbing oleh NUR HASANAH dan FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN.

Pesatnya pertumbuhan wisata edukasi mendorong Schoters meluncurkan program STYLE dan memanfaatkan peserta *Clash of Champions* sebagai *influencer marketing* untuk meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi *followers* terhadap *influencer* dan *brand awareness* program STYLE, serta menguji pengaruh *influencer marketing* terhadap *brand awareness*. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 100 responden *followers* @schoters.exchange dan analisis SEM-PLS, hasil menunjukkan bahwa seluruh dimensi *influencer marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness*. Dimensi paling dominan adalah kesamaan, yang mencerminkan pentingnya relevansi nilai dan gaya komunikasi antara *influencer* dan *audiens*. Disarankan agar STYLE memilih *influencer* yang memiliki karakteristik serupa dengan target pasar, membagikan kisah inspiratif yang *relatable*, serta memperkuat eksposur melalui *retargeting*, kampanye *offline*, dan kompetisi konten dari pengguna.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Influencer Marketing*, Instagram, SEM-PLS

ABSTRACT

WILDA MUHAMMAD ALULU'I. The Influence of Clash of Champions Participants as Influencer Marketing on Brand Awareness of STYLE Schoters Program. Supervised by NUR HASANAH and FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN.

The rapid growth of educational tourism encouraged Schoters to launch the STYLE program and utilize Clash of Champions participants as marketing influencers to increase brand awareness. This study aims to analyze followers' perceptions of influencers, measure brand awareness of the STYLE program, and test the influence of influencer marketing on brand awareness. Using a quantitative approach with 100 respondents of @schoters.exchange followers and SEM-PLS analysis, the results show that all dimensions of influencer marketing have a significant positive effect on brand awareness. The most dominant dimension is similarity, which reflects the importance of value relevance and communication style between influencers and audiences. It is recommended that STYLE choose influencers who have similar characteristics to the target market, share relatable inspirational stories, and strengthen exposure through retargeting, offline campaigns, and content competitions from users.

Keywords: Brand Awareness, Influencer Marketing, Instagram, SEM-PLS



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH PESERTA *CLASH OF CHAMPIONS* SEBAGAI INFLUENCER MARKETING TERHADAP *BRAND AWARENESS* PROGRAM STYLE SCHOTERS

WILDA MUHAMMAD ALULU'I

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Sarjana Bisnis

**PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.
2. Sendy Watazawwadu'Ilmi, S.E., M.M.



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Judul Skripsi : Pengaruh Peserta *Clash of Champions* sebagai *Influencer Marketing* terhadap *Brand Awareness* Program *STYLE* Schoters
Nama : Wilda Muhammad Alulu'i
NIM : K1401211011

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng



Pembimbing 2:
Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian: 12 Juni 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan selama periode Januari hingga April 2025 dengan judul “Pengaruh Peserta *Clash of Champions* sebagai *Influencer Marketing* terhadap *Brand Awareness* Program STYLE Schoters.”

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Sebagai bentuk penghargaan, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ubaidillah Alulu'i, S.H, dan Ibu Eny Listiana, S.Sos., selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan materi serta doa yang tidak pernah berhenti untuk penulis.
2. Rayya Syauqi Alulu'i, selaku adik penulis yang selalu memberikan apresiasi dan semangat untuk penulis.
3. Ibu Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng., selaku ketua komisi pembimbing skripsi, atas segala ilmu, waktu, dan komitmen yang telah diberikan dalam membimbing penulis.
4. Bapak Fuad Wahdan Muhibbudin, S.Pi., M.M., sebagai anggota komisi pembimbing skripsi yang memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Ibu Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M., selaku dosen seminar, atas saran, arahan, dan masukan yang membangun pada skripsi ini.
6. Bapak Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M. dan Ibu Sendy Watazawwadu'Ilmi, S.E., M.M. selaku dosen penguji ujian skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
7. Bapak Reza Maulana, selaku *Academic Operations Coordinator* di Schoters by Ruangguru, atas kesediaannya menjadi informan dalam proses wawancara yang berkaitan dengan program STYLE Schoters yang menjadi objek observasi penulis pada tahap pra-penelitian.
8. Seluruh dosen Sekolah Bisnis IPB University, yang telah memberikan pengalaman dan ilmu yang sangat bermanfaat.
9. Zaidan, Aida, Abel, Indri, Marwan, Okta, dan Aurelio (CSA) yang merupakan sahabat-sahabat seperjuangan di bangku kuliah yang memberikan kebersamaan, tawa, diskusi, dan segala bentuk dukungan yang telah kita bagikan selama ini.
10. Teman-teman SMA (Tsabita, Fauzan, Melani) yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan perhatian kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
11. Akbar, Rahman, Hilmi, Dedi, Arnelia, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan yang sudah memberikan dukungan untuk penulis.
12. Terima kasih kepada diri sendiri atas ketekunan, kesabaran, dan semangat yang terus dijaga dalam menyelesaikan skripsi ini, meskipun sering kali dihadapkan pada rasa lelah, keraguan, dan tantangan. Terima kasih telah tetap bertahan, belajar dari proses, dan tidak menyerah meski jalan yang dilalui tidak selalu mudah. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat

bahwa usaha yang tulus dan konsisten pada akhirnya akan membuahkan hasil.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Wilda Muhammad Alulu'i

@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pemasaran	7
2.2 <i>Educational Tourism</i>	8
2.3 <i>Influencer Marketing</i>	8
2.4 Persepsi	10
2.5 Instagram	11
2.6 <i>Brand Awareness</i>	11
2.7 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	12
2.8 Penelitian Terdahulu	14
2.9 Kerangka Pemikiran	17
2.10 Hipotesis	19
III METODE	21
3.1 Objek dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Teknik Penentuan Responden	22
3.5 Definisi Operasional Variabel	23
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	25
IV PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum	30
4.2 Karakteristik Responden	39
4.3 Persepsi <i>followers</i> adanya peserta <i>Clash of Champions</i> sebagai <i>influencer marketing</i> pada program STYLE Schoters melalui platform Instagram	41
4.4 Persepsi <i>Followers</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> Program STYLE Schoters melalui Platform Instagram	45
4.5 Uji Validitas dan Realibilitas	49
4.6 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> Program STYLE Schoters	50
4.7 Rekomendasi Strategi	59
V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP	79



DAFTAR TABEL

1	Jumlah pengikut dan <i>engagement rate</i> peserta <i>Clash of Champions</i>	2
2	Jumlah pendaftar <i>fully funded</i> Program STYLE Schoters	4
3	Hasil observasi jumlah pengikut Instagram terbanyak pada program EduTrip di Indonesia (10 terbanyak)	4
4	Penelitian terdahulu	15
5	Ukuran skala likert	22
6	Definisi operasional variabel	23
7	Interpretasi persentase indeks	26
8	Karakteristik responden Instagram program STYLE Schoters	40
9	Persepsi Responden mengenai peserta <i>Clash of Champions</i> sebagai <i>Influencer Marketing</i>	44
10	Tanggapan responden terhadap <i>unaware of brand program STYLE Schoters</i>	45
11	Tanggapan responden terhadap <i>brand recognition program STYLE Schoters</i>	46
12	Tanggapan responden terhadap <i>brand recall program STYLE Schoters</i>	47
13	Tanggapan responden terhadap <i>top of mind program STYLE Schoters</i>	47
14	Persepsi Responden mengenai <i>brand awareness program STYLE Schoters</i>	48
15	Uji Validitas	49
16	Uji Realibilitas	50
17	Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE) pada tingkat dimensi	52
18	<i>Cross loading</i> tingkat dimensi	52
19	<i>Fornell-lacker criterion</i> tingkat dimensi	54
20	<i>Composite reliability</i> tingkat dimensi	54
21	Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE) pada tingkat variabel	56
22	<i>Fornell-lacker criterion</i> tingkat dimensi	56
23	<i>Cross loading</i> tingkat variabel	56
24	<i>Composite reliability</i> tingkat variabel	57
25	Hasil perhitungan nilai <i>R-square</i>	57
26	<i>Path Coefficient</i>	58



DAFTAR GAMBAR

1	Ukuran dan pangsa pasar pariwisata pendidikan global	1
2	Penggunaan media sosial yang paling aktif digunakan di Indonesia	2
3	Piramida <i>brand awareness</i>	12
4	Kerangka penelitian	18
5	Model <i>reflective-reflective</i> pada <i>first-order construct</i> dan <i>second order construct</i>	19
6	Hipotesis penelitian	20
7	Formatif dan reflektif multidimensional <i>construct models</i>	27
8	Logo Schoters by Ruangguru	30
9	Logo Program STYLE Schoters	32
10	Poster dan <i>Reels</i> Xaviera Putri	33
11	Poster dan <i>Reels</i> Maxwell	34
12	Poster dan <i>Reels</i> Sandy	35
13	Poster dan <i>Reels</i> Kevin Lius Bong	36
14	Poster dan <i>Reels</i> Axel Giovanni	37
15	Poster dan <i>Reels</i> Christopher	38
16	Peneliti menghubungi <i>followers</i> Instagram @schoters.exchange melalui <i>direct message</i> (DM)	39
17	Model penelitian SEM-PLS <i>first order construct</i>	51
18	Nilai <i>loading factor</i> pada <i>stage II</i> setelah penghapusan	55



DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil perhitungan persentase indeks dimensi <i>influence marketing</i>	70
2	Kuesioner penelitian	72
3	Uji Validitas dan Realibilitas SPSS	77

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.