

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGARUH *KEY OPINION LEADER* (KOL)
TERHADAP *BRAND AWARENESS* ASCOTT JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Terapan Pariwisata



Disusun oleh:

Aditty Bayu Pamungkas

NIM: 21700002

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Key Opinion Leader* (KOL) terhadap *Brand Awareness* Ascott Jakarta
Penulis : Aditya Bayu Pamungkas
NIM : 21700002
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Pada hari Selasa, tanggal 8 Juli tahun 2025

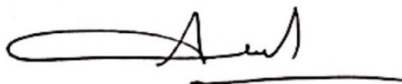
Disahkan oleh :
Ketua Penguji,



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par.
NIP : 198402032019031005

Anggota 1

Anggota 2



Akhmad Guntawan, S.S., M.Pd.
NIP : 197305192024211001



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP : 198605092019032011



Mengetahui, Ketua
Jurusan Pariwisata

Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP : 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Efektivitas Key Opinion Leader Terhadap Brand Awareness
Ascott Jakarta

Penulis : Aditty Bayu Pamungkas

NIM : 21700002

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 18 Juni 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP : 198605092019032011



Carissa Dwilanisusantya, S.K.M., M.Si.
NIP : 199006032020122013

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M
NIP : 198809082022032008

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditty Bayu Pamungkas
NIM : 21700002
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

*PENGARUH KEY OPINION LEADER (KOL) TERHADAP BRAND
AWARENESS ASCOTT JAKARTA*

**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 16 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aditty Bayu Pamungkas
NIM: 21700002

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditty Bayu Pamungkas

NIM : 21700002

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tahun Akademik : 2024/2025

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Key Opinion Leader (KOL) terhadap Brand Awareness Ascott Jakarta (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aditty Bayu Pamungkas

NIM: 21700002

ABSTRAK

This research investigates the influence of Key Opinion Leaders (KOL) on Brand Awareness at Ascott Jakarta. Employing a descriptive quantitative method, it examines the relationship between KOL and Brand Awareness. Data were collected via questionnaires, observations, and literature studies from 100 respondents familiar with Ascott Jakarta, selected using simple random sampling. Data were analyzed using SPSS 26 for MacOS, including classical assumption tests, simple linear regression, t-test, coefficient of determination, and correlation analysis. The results show: (1) KOL is perceived as very strong (overall mean 39.12/45), with expertise (4.47) as the highest-rated aspect. (2) Brand Awareness at Ascott Jakarta is categorized as very good (overall mean 4.36/5), with the highest on Top of Mind Awareness (4.80). (3) A significant positive influence of KOL on Brand Awareness is confirmed ($t_{count} = 12.466 > t_{table} = 1.984$, Sig. $0.000 < 0.05$). (4) KOL explains 60.9% of the variation in Brand Awareness ($Adjusted\ R\text{-squared} = 0.609$). (5) A strong positive correlation is found between KOL and Brand Awareness ($r = 0.783$). These findings highlight the importance of KOL in shaping and increasing Brand Awareness. Therefore, Ascott Jakarta is advised to maintain and optimize KOL collaboration to strengthen its brand position.

Keywords: *Key Opinion Leader, KOL, Brand Awareness, Ascott Jakarta*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Key Opinion Leader* (KOL) terhadap *Brand Awareness* Ascott Jakarta. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif, studi ini menganalisis hubungan antara KOL dan *Brand Awareness*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan studi pustaka dari 100 responden yang mengenal Ascott Jakarta, dengan teknik *simple random sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 26 for MacOS, meliputi uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji t, koefisien determinasi, dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan: (1) KOL dipersepsikan sangat kuat (rata-rata total 39,12/45), dengan aspek *expertise* sebagai yang tertinggi (4,47). (2) *Brand Awareness* Ascott Jakarta berada pada kategori sangat baik (rata-rata keseluruhan 4,36/5), dengan skor tertinggi pada *Top of Mind Awareness* (4,80). (3) Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara KOL terhadap *Brand Awareness* ($t_{hitung} = 12,466 > t_{tabel} = 1,984$, Sig. $0,000 < 0,05$). (4) KOL mampu menjelaskan 60,9% variasi dalam *Brand Awareness* ($Adjusted\ R\ Square = 0,609$). (5) Ditemukan korelasi positif yang kuat antara KOL dan *Brand Awareness* ($r = 0,783$). Temuan ini menegaskan bahwa KOL berperan penting dalam membentuk dan meningkatkan *Brand Awareness*. Oleh karena itu, Ascott Jakarta disarankan untuk terus mempertahankan dan mengoptimalkan kolaborasi dengan KOL guna memperkuat posisi merek.

Kata Kunci: *Key Opinion Leader, KOL, Brand Awareness, Ascott Jakarta*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kekuatan, serta kesabaran yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Key Opinion Leader* (KOL) terhadap *Brand Awareness* Ascott Jakarta”** dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program Diploma IV (D4) Jurusan Pariwisata, Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta Tahun Akademik 2024/2025.

Tersusunnya laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta,
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik,
3. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan
4. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata, dan Pembimbing I,
5. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata,
6. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan,
7. Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par., Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan
8. Carissa Dwilanisusantya, S.K.M., M.Si., selaku Pembimbing II,
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan ilmu, layanan, dan dukungan selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini,

10. Kepada Ibu Vanessa, selaku Manager Marketing Ascott Jakarta, Terima kasih telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama mengerjakan skripsi,
11. Kepada Mama tercinta, yang doa dan dukungannya tak pernah putus serta selalu menjadi sumber semangat terbesar penulis,
12. Kepada kedua kakak dan satu adik saya, serta kucing saya yang telah memberikan dukungan moral maupun motivasi secara langsung maupun tidak langsung,
13. Kepada teman-teman terdekat yang telah menjadi tempat berbagi cerita, saling menyemangati, dan tumbuh bersama selama masa perkuliahan,
14. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah berperan dalam proses penyusunan skripsi ini,
15. Dan khususnya kepada rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Pengelolaan Perhotelan Angkatan 2021, terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan kerja samanya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

Penulis,

Jakarta, 20 Juni 2025



Aditty Bayu Pamungkas

NIM: 21700002

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Teori	7
B. Hasil Penelitian yang Terdahulu	12
C. Kerangka Berpikir	13
D. Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Jenis Atau Desain Penelitian	17
B. Tempat dan Waktu Penelitian	18
C. Populasi dan Sampel	18
D. Definisi Operasional Variabel	20
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	22
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	24
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Observasi	33
B. Gambaran Profil Perusahaan	33
C. Deskripsi Responden	34
D. Hasil Teknik Analisis Data	38
E. Pembahasan Hasil Penelitian	45
F. Keterbatasan Penelitian	53
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Implikasi	55
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58

LAMPIRAN.....	60
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Data BPS DKI Jakarta 2023	1
Gambar 2.	<i>Dimensions of Brand awareness</i>	10
Gambar 3.	Kerangka Berpikir	13
Gambar 4.	<i>Engagement Instagram</i> Ascott Jakarta per tahun 2024	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian yang Terdahulu	12
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	20
Tabel 3. Skala Likert.....	22
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	26
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	27
Tabel 6. Kategori Reabilitas.....	28
Tabel 7. Uji Reabilitas Variabel X.....	29
Tabel 8. Uji Reabilitas Variabel Y	29
Tabel 9. Interpretasi Interval Mean Variabel.....	30
Tabel 10. Katagori Korelasi Pearson.....	32
Tabel 11. Deskripsi Jenis Kelamin.....	34
Tabel 12. Deskripsi Usia	35
Tabel 13. Pekerjaan.....	35
Tabel 14. Domisili.....	36
Tabel 15. Frekuensi Penggunaan Instagram	37
Tabel 16. Hasil Rata – Rata <i>Key Opinion Leader</i> (KOL).....	38
Tabel 17. Hasil Rata – Rata <i>Brand Awareness</i>	40
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 19. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	42
Tabel 20. Hasil Uji t	43
Tabel 21. Hasil Uji Determinasi.....	44
Tabel 22. Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Correlation</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	60
Lampiran 2. Salinan Lembar Bimbingan TA	61
Lampiran 3. Dokumentasi Seminar Proposal TA	63
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian	64
Lampiran 5. Data Pendukung <i>Engagement</i> Social Media Ascott Jakarta.....	65
Lampiran 6. Dokumentasi dengan Manager Marketing Ascott jakarta	65
Lampiran 7. Bukti Jawaban <i>Google Form</i>	66
Lampiran 8. <i>Draft</i> Pernyataan Kuesioner	67
Lampiran 9. Jawaban Kuesioner	71
Lampiran 10. Tabel R	77
Lampiran 11. Tabel T	78
Lampiran 12. Hasil Pengujian SPSS Asli	81
Lampiran 13. Bukti Pelaksanaan Bimbingan.....	84
Lampiran 14. Sertifikat Praktik Industri	85
Lampiran 14. Sertifikat Bahasa Inggris	87