

**PERAN *INFLUENCER MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA BAYLEAF.ID KEDIRI**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

MILAYUN KHUSNA

931309318

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025

**Peran *Influencer Marketing* Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam
Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Bayleaf.id Kediri**

**MILAYUN KHUSNA
931309318**

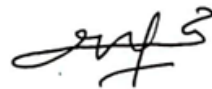
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 19730113 20312 2 001

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 19 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Milayun Khusna
NIM : 931309318
Judul : Peran *Influencer Marketing* Melalui Media Sosial
Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada
Bayleaf.id Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM

NIP. 19730113 20312 2 001

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy

NIP. 19860310 201903 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 17 Juni 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Milayun Khusna
NIM : 93130318
Judul : Peran *Influencer Marketing* Melalui Media Sosial
Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada
Bayleaf.id Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal... kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 19730113 20312 2 001

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN *INFLUENCER MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA
BAYLEAF.ID KEDIRI**

**MILAYUN KHUSNA
9.313.093.18**

Telah diujikan didepan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
(FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 17 Juni 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Sayekti Indah K., M.Akun
NIP. 19910717 201903 2 020


(.....)

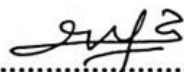
2. Penguji I

Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 19730113 20312 2 001


(.....)

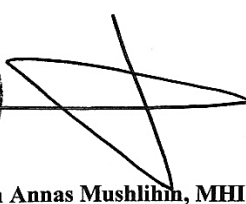
3. Penguji II

Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007


(.....)

Kediri, 25 Juni 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri




Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

“It will pass, everything you've gone through it will pass”

-Rachel Vennya-

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan"

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

"Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi
takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu"

(Umar bin Khattab)

"Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin
tahu hanya bagian success stories nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri
meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan
sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

Jadi tetap berjuang ya!

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT semoga kita senantiasa mendapat rahmat dan hidayah-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang telah memberikan cinta kasih, perhatian, serta memberikan semangat selama proses dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

1. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Kediri yang telah memberikan ilmu dan juga do'a kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Ibu Dr. Andriani SE., MM dan Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy yang selalu meluangkan waktu dan dengan sabar dalam membimbing saya sampai skripsi ini selesai.
3. Untuk kedua orang tua saya, terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran, kebesaran hati, menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang.
4. Teruntuk adikku Neha Eka Duwiyana. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat ya adik.
5. Sahabatku Alfina Widia yang selalu memberikan semangat, memberikan banyak bantuan, dan mengisi hari saya dengan penuh canda tawa sehingga saya menyelesaikan perkuliahan dan tugas skripsi ini dengan mudah dan nyaman.

6. Serta, keluarga besar saya yang selalu mendoakan terbaik untuk saya agar terus berusaha dan pantang menyerah dalam menyelesaikan perkuliahan ini hingga selesai.
7. Yang bersedia dijadikan tempat peneliti oleh saya, Ibu Lia Bagus Kristianingrum selaku pemilik Bayleaf.id, serta seluruh karyawan yang berpartisipasi membantu saya mengumpulkan data sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Teruntuk Sahabat-sahabat tercinta Luluk, Nasya, Disa, Icha, Candra, Innty dan Vanessa terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terimakasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian. See you on top, guys!
9. Terakhir, terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar. namun terkadang sulit diumengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri. Milayun Khusna. Terimakasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri Mila. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah selalu meridhai setiap langkahinimu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiin

SURAT HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Milayun Khusna
NIM : 931309318
Tempat/Tanggal Lahir : Kediri, 15 Mei 1999
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jl Raung Gg Kanthil Banjarmlati Kota
Kediri
Email : milayk50@gmail.com

Menyatakan dengan sungguh-sungguh dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya sendiri. Jika suatu saat nanti terbukti merupakan duplikat, tiruan, atau plagiat, atau dibuat oleh orang lain baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima konsekuensi bahwa skripsi ini dan gelar yang saya peroleh akan dinyatakan batal demi hukum.

Kediri, 19 Mei 2025

Yang Menyatakan



Milayun Khusna

ABSTRAK

Milayun Khusna, 2025. Peran *Influencer Marketing* Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Bayleaf.Id Kediri. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dosen Pembimbing (1) Dr. Andriani SE., MM (2) Adin Fadilah, M.E.Sy.

Kata Kunci : *Influencer, Instagram, Brand Awareness*

Dalam era digital yang semakin kompetitif, media sosial menjadi salah satu strategi utama dalam pemasaran, khususnya bagi *brand fashion* lokal. Salah satu metode yang tengah populer digunakan adalah *influencer marketing* melalui *platform instagram*, yang dinilai mampu membangun *brand awareness* secara efektif. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan *influencer* dalam mempromosikan produk, termasuk oleh *brand fashion* Bayleaf.id Kediri. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana karakteristik *influencer* dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap *brand*, terutama dalam konteks *fashion* yang sangat visual dan berbasis kepercayaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada informan yang terdiri dari pihak *brand* Bayleaf.id serta pengikut akun *instagram* mereka yang menjadi target audiens. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan mengacu pada teori dari Shimp mengenai elemen-elemen karakteristik *endorser*. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami peran masing-masing indikator dalam membentuk kesadaran merek di benak konsumen.

Dari ke empat penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan *influencer* berpengaruh terhadap kenaikan *brand awareness* suatu produk, dan satu penelitian terdahulu menunjukkan keterhubungan penggunaan *platform instagram* sangat berperan penting terhadap iklan yang dipasang pada sosial media dalam peningkatan omzet penjualan. Dan pada hasil penelitian ini *Influencer* yang dipilih Bayleaf.id dinilai memiliki citra yang sesuai dengan *brand* dan mampu membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya. Serta kelima indikator berperan signifikan dalam membentuk *brand awareness*, dengan indikator *trustworthiness* dan *attractiveness* sebagai faktor dominan yang paling memengaruhi persepsi audiens dalam membeli suatu produk.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa pemilihan *influencer* yang tepat, dengan karakteristik yang relevan terhadap *brand*, sangat penting dalam strategi pemasaran *digital*. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur pemasaran *digital* serta dapat menjadi acuan praktis bagi pelaku usaha *fashion* lokal dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis media sosial. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar mencakup variabel lain seperti *engagement rate* dan analisis konten untuk memperluas pemahaman tentang efektivitas *influencer marketing*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, sujud syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang tidak pernah berhenti memberikan nikmat dan rahmat-Nya sampai skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa kita ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi yang membawa kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni agama islam. Semoga dengan membaca sholawat kita dapat memperoleh syafaatnya di hari akhir nanti, Aamiin. Skripsi ini mengungkapkan tentang — Peran *Influencer Marketing* Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Bayleaf.id Kediri

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri. Dalam penulisan skripsi ini, segala hambatan yang ada dapat teratasi berkat bimbingan, pengarahan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak yang membantu, terutama yang terhormat kepada:

1. Bapak Prof. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihah, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I, M.Hum. selaku ketua program studi ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri.

4. Ibu Dr. Andriani, SE, MM dan Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan dan bimbingan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Pihak Bayleaf.id Kota Kediri yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian untuk terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang terus mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini dengan untaian doa dan deretan nasehat-nasehatnya yang membangkitkan ketika putus asa dan lengah.
7. Teman-teman program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 seperjuangan, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Akhir kata saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mensupport saya selama ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Kediri, 19 Mei 2025

Yang Menyatakan



Milayun Khusna

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error!
	Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I: PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Konteks Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Fokus Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Telaah Pustaka	15
BAB II: LANDASAN TEORI.....	20
A. <i>Influencer Marketing</i>	20
1. Definisi <i>Influencer Marketing</i>	20
2. Jenis -Jenis <i>Influencer Marketing</i>	22
3. Indikator <i>Influencer Marketing</i>	23
B. Media Sosial.....	24
1. Definisi Media Sosial.....	24

2. Manfaat Media Sosial	26
C. <i>Instagram</i>	26
1. Definisi <i>Instagram</i>	26
2. Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	28
D. <i>Brand Awareness</i>	31
1. Definisi <i>Brand Awareness</i>	31
2. Indikator <i>Brand Awareness</i>	32
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	34
B. Kehadiran Peneliti dan Lokasi Penelitian	35
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Data dan Sumber Data	35
E. Metode Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Pengecekan Pengesahan Data	40
H. Tahapan Penelitian	41
BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Paparan Data	51
1. <i>Peran Influencer</i> dalam Mempromosikan Media Sosial <i>Instagram</i> Bayleaf.id	51
2. <i>Peran Influencer Marketing</i> dalam Media Sosial <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	63
C. Temuan Penelitian.....	72
BAB V: PEMBAHASAN	75

A. Peran <i>Influencer</i> dalam Mempromosikan Media Sosial <i>Instagram</i>	
Bayleaf.id.....	75
B. Peran <i>Influencer Marketing</i> dalam Media Sosial <i>Instagram</i> dalam	
Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	80
BAB VI: PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Brand Fashion</i> di Kediri yang Aktif di Media Sosial <i>Instagram</i> ..	4
Tabel 1.2 Data Perbandingan <i>Online Fashion</i> Kediri	7
Tabel 1.3 Data Nama <i>Influencer</i> yang Bekerjasama dengan Bayleaf.id	10
Tabel 1.4 Data Omzet Penjualan Bayleaf.id Tahun 2019-2023	12
Tabel 4.1 Jenis Produk dan Rentan Harga	45
Tabel 5.1 Jumlah Interaksi Postingan Bayleaf.id Tahun 2024.....	85
Bagan 5.2 Volume Produk yang Terjual Tahun 2024	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Platform</i> Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Oleh Masyarakat Indonesia	2
Gambar 4.1 Store Bayleaf.id	43
Gambar 4.2 Konten Planner Bayleaf.id	55
Gambar 4.3 Akun <i>Instagram</i> Bayleaf.i	57
Gambar 4.4 Postingan Konten <i>Influencer</i>	59
Gambar 4.5 Postingan Konten Bayleaf.id	61
Gambar 4.6 Data <i>Insight Instagram</i> Bayleaf.id	62
Gambar 4.7 Postingan Foto <i>Influencer</i>	65
Gambar 4.8 Postingan Konten <i>Influencer</i>	65
Gambar 4.9 Postingan <i>Storys Influencer</i> dan Pembagian <i>Link Affiliate</i>	68
Gambar 4.10 Postingan <i>Review</i> Pelanggan	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran II Dokumentasi

Lampiran III Surat Izin Penelitian

Lampiran IV Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran V Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran VI Daftar Riwayat Hidup