

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DI BANJARMASIN**

**(Studi Pada Pengikut Akun Tiktok @Skintific\_Id)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

Elma Maulida

2010414220024

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
BANJARMASIN**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,  
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

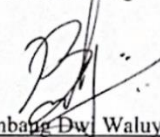
### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

#### PENERAPAN KODE ETIK JURNALISTIK MEDIA ONLINE PADA JURNALIS PORTAL BERITA KANALKALIMANTAN.COM


- A. Nama Mahasiswa : Elma Maulida  
NIM : 2010414220024
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai  $78,96$  (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 01 Desember 2025.
- C. Tim Penguji:
- Ketua  
Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si.  
NIP. 199506252022031008
  - Sekretaris  
Noviana Sari, S.IP., M.A.  
NIP. 198511072015042001
  - Anggota  
Muhammad Ainani S.I.P., M.A.  
NIP. 198810282022031003

()  
()  
()

Banjarmasin, 08 Desember 2025  
Ketua Pembimbing

()  
Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si.  
NIP. 199506252022031008

Mengetahui  
Dekan FISIP ULM

()  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.  
NIP.197301221998021001

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elma Maulida

NIM : 2010414220024

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Sosial Media  
TikTok @skintific\_id Terhadap Minat Beli Produk Skintific di  
Banjarmasin (Studi Pada Pengikut Akun TikTok @skintific\_id)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dari pemikiran dan penelitian sendiri, serta masukan dari pembimbing dan penguji. Semua referensi yang digunakan pada penelitian ini tercantum dalam naskah dan daftar pustaka. Bila ditemukan ketidakbenaran dalam pernyataan ini saya siap menerima saksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya.

Banjarmasin, 09 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Elma Maulida

NIM. 2010414220024

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,  
SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin Satu Desember Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6770/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 25 November 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Elma Maulida  
NIM : 2010414220024  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Sosial Media Tiktok @Skintific\_id Terhadap Minat Beli Produk Skintific Di Banjarmasin (Studi Pada Pengikut Akun Tiktok @Skintific id)

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi  
Waktu Ujian : 15.00 s/d selesai  
Nilai : 78,96 (A-)  
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

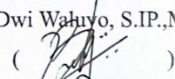

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 1 Desember 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Elma Maulida

1. Ketua : Bambang Dwi Wahyu, S.IP.,M.Si  
()
2. Sekretaris : Noviana Sari, S.IP.,M.A  
()
3. Anggota : Muhammad Ainani, S.IP.,M.A  
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si  
NIP. 198208212006042002

## DAFTAR NILAI RATA-RATA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,  
SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

### DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Elma Maulida  
NIM : 2010414220024  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Sosial Media Tiktok @Skintific\_id Terhadap Minat Beli Produk Skintific Di Banjarmasin (Studi Pada Pengikut Akun Tiktok @Skintific\_id)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si	81	
2.	Noviana Sari, S.IP.,M.A	79	
3.	Muhammad Ainani, S.IP.,MA	79	
Jumlah		239	
Nilai Rata-rata		79,67	Nilai Akhir = 78,96 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 1 Desember 2025

*Catatan :*

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

## SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 6770/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara / i :

1. Bambang Dwi Waluyo, M.Si
2. Noviana Sari, S.IP, MA
3. Muhammad Ainani, S.IP, MA

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Elma Maulida  
NIM : 2010414220024  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Sosial Media  
Tiktok @Skintific\_id Terhadap Minat Beli Produk Skintific  
Di Banjarmasin (Studi Pada Pengikut Akun  
Tiktok @Skintific\_id)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 01 Desember 2025  
J a m : 15.00 wita s/d selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 25 November 2025

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021002



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSRE.

## ABSTRAK

**Elma Maulida, 2010414220024, 2025. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Sosial Media TikTok @skintific\_id Terhadap Minat Beli Produk Skintific di Banjarmasin (Studi Pada Pengikut Akun TikTok @skintific\_id). Dibawah bimbingan Bambang Dwi Waluyo, S.Ip., M.Si.**

Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan media sosial telah mengubah cara konsumen memperoleh informasi sebelum membeli produk. TikTok menjadi salah satu platform yang memengaruhi perilaku konsumen melalui *electronic word of mouth* (E-WOM). Akun TikTok @skintific\_id sebagai *brand skincare* yang sedang populer aktif membagikan konten ulasan, edukasi, serta interaksi dengan pengikutnya sehingga berpotensi membentuk persepsi dan meningkatkan minat beli, khususnya di Kota Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh E-WOM pada akun TikTok @skintific\_id terhadap minat beli pengikutnya.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal dan berlandaskan teori S-O-R. Sampel ditentukan melalui teknik *purposive sampling* hingga diperoleh 100 responden yang berdomisili di Banjarmasin dan mengikuti akun tersebut. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring dan dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Persamaan regresi  $Y = 6,497 + 0,332X$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis alternatif diterima. Nilai R Square sebesar 0,572 menunjukkan bahwa E-WOM memengaruhi minat beli sebesar 57,6%, sedangkan 42,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, *electronic word of mouth* pada akun TikTok @skintific\_id terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan minat beli produk Skintific di Banjarmasin.

**Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, TikTok, Minat Beli, Skincare, Skintific.**

## ABSTRACT

***Elma Maulida, 2010414220024, 2025. The Influence of Electronic Word of Mouth Through TikTok @skintific\_id on Purchase Intention of Skintific Products in Banjarmasin (Study on Followers of TikTok Account @skintific\_id). Supervisor: Bambang Dwi Waluyo, S.Ip., M.Si.***

*The development of information technology and the increasing use of social media have transformed how consumers obtain information prior to purchasing products. TikTok has become a platform that strongly influences consumer behavior through electronic word of mouth (E-WOM). As a popular skincare brand, the TikTok account @skintific\_id actively shares review-based and educational content as well as interacts with its followers, which has the potential to shape perceptions and increase purchase intention, particularly among users in Banjarmasin. This study aims to determine the extent to which E-WOM on the TikTok account @skintific\_id influences followers' purchase intention.*

*This study employed a quantitative causal approach based on the S-O-R theory. The sample was selected using a purposive sampling technique and consisted of 100 respondents domiciled in Banjarmasin who follow the TikTok account @skintific\_id. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using validity and reliability tests as well as simple linear regression.*

*The research findings indicate that electronic word of mouth has a significant influence on purchase intention. The regression equation obtained was  $Y = 6.497 + 0.332X$ , with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , which means the alternative hypothesis is accepted. The R Square value of 0.572 shows that E-WOM influences purchase intention by 57.6%, while the remaining 42.4% is influenced by other variables not examined in this research. Therefore, electronic word of mouth on the TikTok account @skintific\_id plays a substantial role in increasing consumers' purchase intention toward Skintific products in Banjarmasin.*

***Keywords: Electronic Word of Mouth, TikTok, Purchase Intention, Skincare, Skintific.***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan penulis kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan nikmat berupa kesehatan dan kesempatan sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Melalui Sosial Media Tiktok @Skintific\_Id Terhadap Minat Beli Produk Skintific Di Banjarmasin (Studi Pada Pengikut Akun Tiktok @Skintific\_Id)” dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Sebagai bentuk pemenuhan kualifikasi akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom), penyusunan karya ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Atas segala bentuk bimbingan, perhatian, dan kerja sama yang diberikan, penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang mendalam kepada pihak-pihak yang dianggap berjasa, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat;
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Univesitas Lambung Mangkurat;
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
4. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si. Selaku dosen pembimbing akademik;
5. Ibu Noviana Sari, S.IP., M.A. Selaku dosen penguji skripsi I.
6. Bapak Muhammad Ainani, S.IP., M.A. Selaku dosen penguji skripsi II.

7. Bapak Bambang Dwi Waluyo S.I.P. M.Si. Selaku dosen pembimbing skripsi;
8. Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
9. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan, waktu, dan perhatiannya untuk penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Terakhir kepada semua sahabat dan teman-teman penulis yang menemani dan memberikan waktu serta dukungan untuk penulis ketika proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwasanya penyusunan skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan, terutama terkait kedalaman pemahaman dan penguasaan konsep yang dimiliki. Atas dasar itu, penulis membuka diri terhadap kritik konstruktif serta saran yang membangun guna meningkatkan kualitas karya ini. Harapannya, naskah skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak yang memerlukan maupun bagi pengembangan pengetahuan di bidang terkait.

Banjarmasin, 01 Desember 2025

Elma Maulida  
NIM. 2010414220024

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR NILAI RATA-RATA.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT TUGAS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2. Manfaat Praktis .....	13
1.4.3. Manfaat Sosial .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>

2.1. Penelitian Sejenis .....	15
2.2. Tinjauan Konseptual .....	21
2.2.1. Komunikasi.....	22
2.2.2. Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.3. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> .....	23
2.2.3. Minat Beli .....	31
2.2.4. Media Sosial .....	34
2.2.5. <i>Sosial Media Marketing</i> .....	37
2.2.6. Tiktok.....	38
2.3. Tinjauan Teori .....	42
2.3.1. Teori S-O-R ( <i>Stimulus- Organism- Response</i> ) ( <i>Grand Theory</i> )	42
2.4. Kerangka Berpikir .....	44
2.5. Hipotesis Penelitian.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	47
3.2. Jenis Penelitian.....	48
3.3. Lokasi Penelitian .....	48
3.4. Populasi & Sampel.....	48
3.4.1. Populasi.....	48
3.4.2. Sampel .....	49
3.5. Definisi Operasional.....	51
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6.1. Sumber Primer .....	56

3.6.2. Sumber Sekunder.....	56
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	56
3.7.1. Uji Validitas.....	57
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	59
3.8. Metode Analisis Data.....	61
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	62
3.9.1. Uji Normalitas.....	62
3.9.2. Uji Linearitas .....	62
3.10. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	63
3.11. Uji Hipotesis T .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1. Gambaran Umum Skintific .....	65
4.1.1. Profil Skintific.....	65
4.1.2. Logo Skintific .....	66
4.2. Hasil Penelitian .....	66
4.2.1. Karakteristik Responden.....	66
4.2.2. Analisis Deskripsi Jawaban Responden .....	68
4.3. Uji Asumsi Klasik .....	81
4.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	81
4.3.2. Hasil Uji Linearitas.....	82
4.4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	83
4.5. Hasil Uji Hipotesis T .....	86
4.6. Pembahasan Penelitian.....	87

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis .....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	51
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	58
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	59
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dan Minat Beli .....	60
Tabel 3.5 Keterangan Skor Skala Likert .....	62
Tabel 4. 2 Frekuensi karakteristik Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Domisili .....	68
Tabel 4. 4 Interval Skor.....	69
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X).....	69
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y).....	77
Tabel 4. 7 Tabulasi Interpretasi Nilai R .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Sosial Media.....	2
Gambar 1.2 Pengguna Tiktok Di Indonesia 2023 .....	5
Gambar 1. 3 Umur Pengguna Tiktok 2024 .....	6
Gambar 1. 4 Survei Preferensi Konsumen Indonesia .....	7
Gambar 1. 5 Konten Tiktok Skintific.....	9
Gambar 1. 6 Komentar pada video tiktok @Skintific_id .....	10
Gambar 2.1 Model Komunikasi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	26
Gambar 2.2 Logo Tiktok 2024.....	38
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	45
Gambar 3.1 Rumus Uji Validitas .....	57
Gambar 3.2 Rumus Uji Reliabilitas .....	60
Gambar 3.3 Rumus Garis Regresi.....	64
Gambar 4. 1 Logo Skintific.....	66
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data .....	82
Gambar 4. 3 Hasil Uji Linearitas Data.....	83
Gambar 4. 4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	83
Gambar 4. 5 Hasil Uji Determinasi.....	84
Gambar 4. 6 Titik Presentase Distribusi T.....	86
Gambar 4. 7 Hasil Uji T.....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	108
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Data Kuisisioner.....	112
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	113
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	116
Lampiran 6 Hasil Hipotesis T .....	118