

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* (E-WOM) TERHADAP
PROGRAM *AFFILIATE MARKETING* KOMUNIKASI TIKTOK
REIZUKAARI (@DICTIONAREI) DIKOTA BANJARMASIN**

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



Disusun oleh:

ANNISA AURELLIE ANANDA POETRI

2210414220067

KEMENTRIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN S1 ILMU KOMUNIKASI

2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

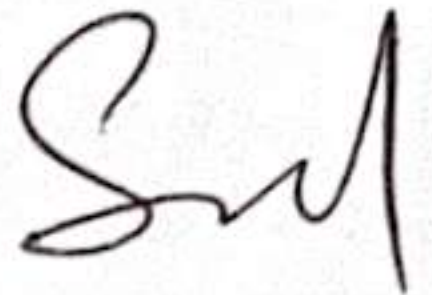
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123

Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* (E-WOM) TERHADAP PROGRAM
AFFILIATE MARKETING KOMUNIKASI TIKTOK REIZUKAARI (@DICTIONAREI)
DIKOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Annisa Aurellie Ananda Poetri
NIM : 2210414220067
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 80,15 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal (29 Juni 2026).
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Sarwani, S.Sos., M.Med. Kom
NIP. 197805212008121002
 - b. Sekretaris
Achmad Bayu Chandrabuwono S.I.Kom., M.A
NIP. 19900108201707104001
 - c. Anggota
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh., S.Pd., M.A
NIP. 199202182019032020

()

()

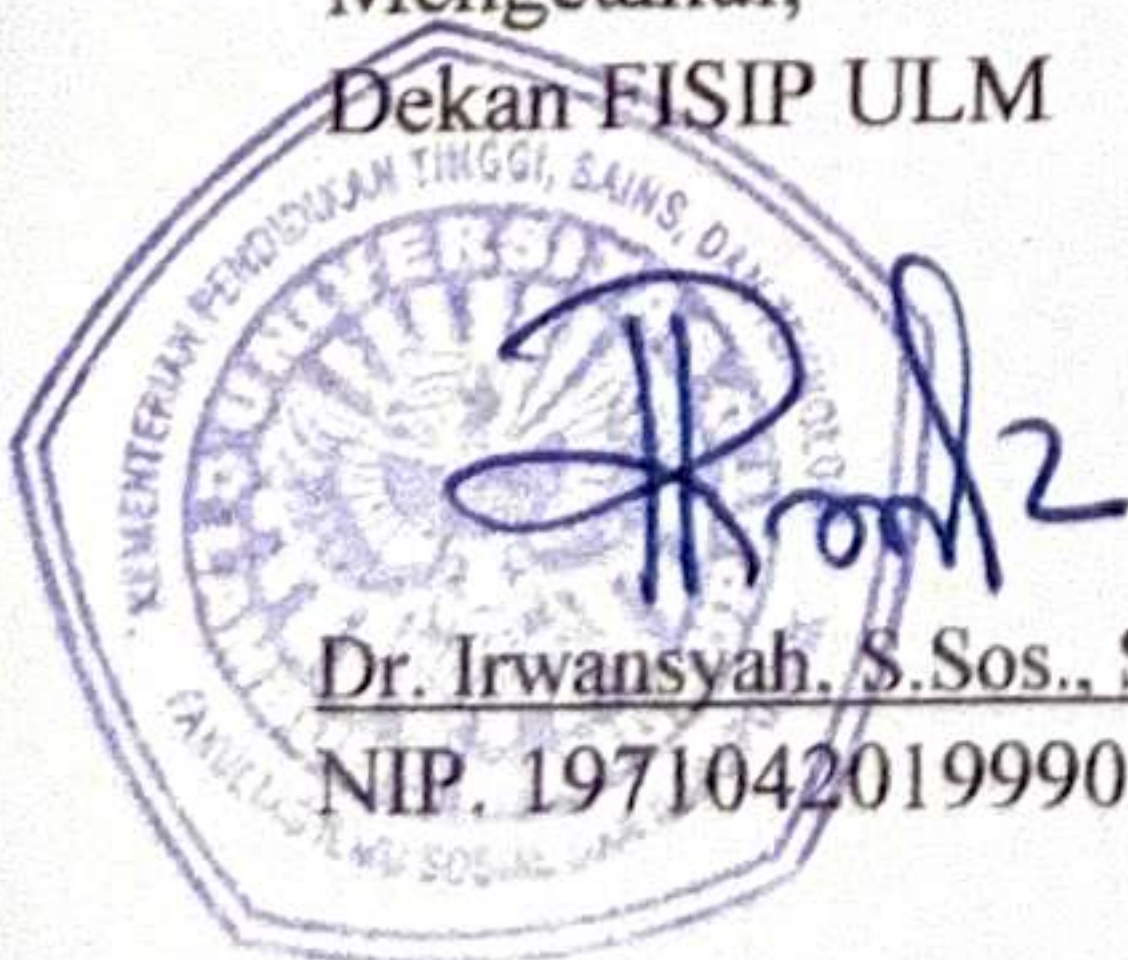
()

Banjarmasin, 03 Agustus 2026
Ketua Tim Penguji,



Sarwani, S.Sos., M.Med. Kom
NIP. 197805212008121002

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos., SH, M.Si.
NIP. 197104201999031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan:

Bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "Pengaruh Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) Terhadap Program Affiliate Marketing Komunikasi TikTok Reizukaari (@Dictionarei) Di Kota Banjarmasin" adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian peneliti bukan hasil plagiasi. Adapun bagian dalam penelitian ini yang merupakan acuan karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain telah dicantumkan secara tertulis dengan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 7 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,



Annisa Aurellie Ananda Poetri

NIM. 2210414220067



**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

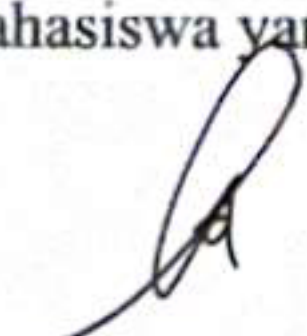
Pada hari ini Senin Dua Puluh Sembilan Juni Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2022/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 18 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

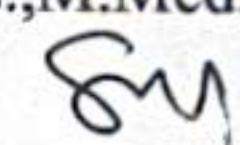
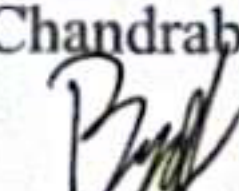
Nama	: Annisa Aurellie Ananda Poetri
NIM	: 2210414220067
Jurusan/Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) terhadap Affiliate Marketing Komunikasi TikTok Reizukaari di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian	: Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian	: 11.00 s/d selesai
Nilai	: 80,15
Dinyatakan	: Lulus / Tidak Lulus

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

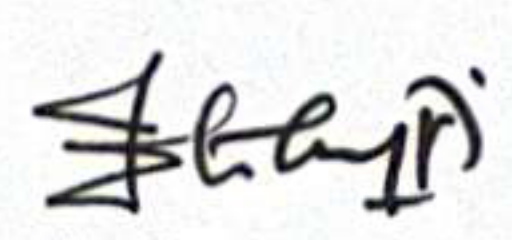
Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 29 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Annisa Aurellie Ananda Poetri

1. Ketua : Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom
()
2. Sekretaris : Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A
()
3. Anggota : Putri Ayu Hidayat Rafiqoh,S.Pd.,MA
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


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



**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 : Annisa Aurellie Ananda Poetri
NIM : 2210414220067
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) terhadap
Affiliate Marketing Komunikasi TikTok Reizukaari di Kota
Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom	82	
2.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	79,5	
3.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	80	
Jumlah		241,5	
Nilai Rata-rata		80,5	Nilai Akhir = 80,5

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 29 Juni 2026

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



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

SURAT TUGAS

Nomor : 2022/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Sarwani, S.Sos, M.Med.Kom
2. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, MA
3. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA

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

Nama : Annisa Aurellie Ananda Poetri
NIM : 2210414220067
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) terhadap Affiliate Marketing Komunikasi TikTok Reizukaari di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 29 Juni 2026
J a m : 11.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



ABSTRAK

Annisa Aurellie Ananda Poetri, 2210414220067, 2026. *Pengaruh Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) terhadap Program Affiliate Marketing Komunikasi TikTok Reizuka Ari (@Dictionarei) di Kota Banjarmasin*. Di bawah bimbingan Sarwani.

Perkembangan TikTok sebagai media pemasaran digital mendorong pemanfaatan program affiliate marketing. Salah satu faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi dalam program tersebut adalah *Electronic Word-of-Mouth*. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* terhadap Program Affiliate Marketing Komunikasi pada akun TikTok Reizuka Ari (@dictionarei) di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 349 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana, uji *t*, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Program Affiliate Marketing Komunikasi. Variabel E-WOM memperoleh nilai rata-rata 3,29, sedangkan Program Affiliate Marketing Komunikasi memperoleh nilai rata-rata 3,36, keduanya termasuk kategori sangat tinggi. Nilai koefisien determinasi sebesar 67,4% menunjukkan bahwa E-WOM memberikan kontribusi terhadap Program Affiliate Marketing Komunikasi, sedangkan 32,6% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Semakin baik E-WOM yang diterima audiens, semakin efektif Program Affiliate Marketing Komunikasi pada akun TikTok @dictionarei.

Kata Kunci: *Electronic Word-of-Mouth*, Program Affiliate Marketing Komunikasi, TikTok, Media Sosial, Reizuka Ari.

ABSTRACT

Annisa Aurellie Ananda Poetri, 2210414220067, 2026. The Influence of Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) on TikTok Reizuka Ari's Affiliate Marketing Communication Program (@Dictionarei) in Banjarmasin City. Below Sarwani's guidance.

The development of TikTok as a digital marketing medium is encouraging utilization of affiliate marketing programs. One of them influencing factors effectiveness communication in the program is Electronic Word-of-Mouth. Study This aim know influence Electronic Word-of-Mouth towards the Affiliate Marketing Communication Program on Reizuka Ari's TikTok account (@dictionarei) in Banjarmasin City.

Study This use approach quantitative with type study associative. Research sample A total of 349 respondents were selected use technique purposive sampling. Data collected through questionnaire Likert scale and analyzed using validity, reliability and assumption tests classical, simple linear regression, t -test, and coefficient determination.

Research result show that E-WOM has an influence positive and significant on the Affiliate Marketing Communication Program. The E-WOM variable obtained average value of 3.29, while the Affiliate Marketing Communication Program get average value of 3.36, both including very high category. The coefficient value determination 67.4 % shows that E-WOM provides contribution towards the Affiliate Marketing Communication Program, while 32.6% were influenced other external factors research. The more both E-WOM received audience, increasingly Effective Affiliate Marketing Communication Program on the TikTok account @dictionarei.

Keywords: *Electronic Word-of-Mouth, Affiliate Marketing Program Communication, TikTok, Social Media, Reizuka Ari.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu wa taalla atas berkat, rahmat, dan nikmat berupa kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* (E-WOM) Terhadap *Affiliate marketing* Komunikasi TikTok Reizukaari (@Dictionarei) Di Kota Banjarmasin” dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan guna memenuhi syarat penulis dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini telah melibatkan berbagai pihak dalam memberikan bantuan, dukungan, bimbingan serta masukan dan saran-sarannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat;
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., SH., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat;
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat;
4. Bapak Muhammad Ainani, S.I.P., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan masukan terkait perkuliahan;
5. Bapak Sarwani., S.Sos., M.Med.Kom., selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini serta telah

meluangkan waktunya dalam memberikan arahan, saran, dan masukan selama proses penulis menyelesaikan skripsi ini hingga akhir;

6. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono. selaku dosen penguji I yang telah membimbing dan memberikan saran dalam pengerjaan skripsi ini;
7. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A. selaku dosen penguji II yang telah membimbing dan memberikan saran dalam pengerjaan proposal skripsi ini;
8. Segenap Dosen dan staff akademis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, khususnya Dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi atas semua ilmu yang diajarkan selama kuliah;

Penulis menyadari bahwa penulisan dalam penelitian ini mungkin belum memenuhi harapan, namun penulis berupaya semaksimal mungkin, meskipun masih jauh dari kata sempurna. Dengan kata pengantar ini penulis sampaikan, semoga Allah SWT memberikan kebaikan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.

Banjarmasin, 11 Juni 2026

Annisa Aurellie Ananda Poetri

NIM. 2210414220067

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta keberkahan kepada saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada orang-orang yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi dalam setiap Langkah kehidupan penulis:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua saya tercinta, Karmo Salimin dan Zuspita Eka Safitri, S.E., terima kasih yang tak terhingga atas limpahan kasih sayang, kesabaran, nasihat, dan doa yang tiada putus-putus. Terima kasih telah selalu berjuang sekuat tenaga untuk kehidupan saya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bakti dan terima kasih kepada Papah dan Mamah tercinta;
2. Kepada Kakak tersayang, Muhammad Althariq Rizky Akbar, S.T.P., terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala betuk dukungan, motivasi, serta bantuan moral yang telah diberikan dan selalu meyakinkan penulis bahwa skripsi ini pasti akan selesai tepat waktu:
3. Kepada seluruh keluarga besar tercinta, penulis persembahkan karya kecil ini. Terima kasih atas setiap doa yang dipanjatkan, motivasi yang tiada putus, cinta dan kasih sayang yang selalu diberikan. Gelar ini adalah persembahan bakti penulis untuk kalian semua;
4. Ketiga keponakan tersayang, Kautsar, Humaira, dan Azzahra. Terima kasih sudah menjadi *mood booster* atas tingkah lucu dan keceriaan yang selalu

menjadi obat lelah serta pembawa kebahagiaan bagi penulis di kala jenuh menyusun skripsi ini;

5. Sahabat-sahabat terbaik penulis selama perkuliahan: Dwi Annisa dan Eka Rahimah. Terima kasih telah menjadi teman berjuang dari semester awal, tempat bertukar pikiran, berbagi tawa, dan saling menguatkan hingga kita dapat menyelesaikan masa studi ini bersama-sama. Bertemu dengan kalian adalah salah satu rasa bersyukur yang selalu penulis ucapkan;
6. Untuk Andini Aura Fitria, terima kasih karena telah menjadi teman berjuang yang sesungguhnya, Terima kasih atas segala motivasi, diskusi, tawa, dan air mata yang kita lewati sepanjang perjalanan akademik ini. Kelulusan ini adalah kemenangan kita bersama;
7. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Muhammad Arsyad Dimas Putra. Terima kasih telah menjadi rumah untuk melepas keluh kesah dan dengan ketulusan telah menjadi penyemangat, pendukung emosional, Terima kasih atas kehadiran dan dukungan yang diberikan, baik dalam bentuk motivasi dan pengertian, sudah selalu mendukung, menghibur, menyaksikan setiap tangisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
8. Teman baik penulis, Atira, Heges, Jesi, Ica, Alyaa, Palma, Kezia, Ghina, Pute. Terima kasih telah memberikan dukungan, motivasi, dan menghibur penulis selama ini. Terima Kasih untuk setiap kebersamaan, canda tawa yang menjadi
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, nasihat, dorongan, dan pemberian semangat untuk penulis selama Menyusun skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	<i>iii</i>
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Konseptual	26
2.2.1 Komunikasi.....	26
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	26
2.2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	27
2.2.1.3 Fungsi-fungsi Komunikasi	28
2.2.1.4 Komunikasi dalam Era Digital	30
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	32
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	32
2.2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	32
2.2.3 <i>Word-of-Mouth</i>.....	35
2.2.3.1 Definisi Word-of-Mouth.....	35

2.2.3.2 Electronic word-of-mouth	36
2.2.3.3 Indikator <i>Electronic word-of-mouth</i>	37
2.2.3.4 Peran Electronic word-of-mouth dalam Pemasaran Digital ..	38
2.2.4 Program <i>Affiliate Marketing</i>	39
2.2.5 Indikator Program <i>Affiliate Marketing</i>	40
2.3 Tinjauan Teoritis	42
2.3.1 Teori SMCR (<i>Grand Theory</i>)	42
2.3.2 Teori IACM (<i>Middle Theory</i>)	44
2.3.3 Teori Social Commerce (<i>Applied Theory</i>)	47
2.4 Kerangka Pemikiran	49
2.5 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Pendekatan Penelitian	51
3.2 Tipe Penelitian	51
3.3 Lokasi/Objek Penelitian	51
3.4 Sumber Data	52
3.4.1 Sumber Data Primer	52
3.4.2 Sumber Data Sekunder	52
3.5 Populasi dan Sampel	53
3.5.1 Populasi Penelitian	53
3.5.2 Sampel Penelitian	53
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	54
3.6 Definisi Operasional Variabel	55
3.6.1 <i>Electronic word-of-mouth</i> (X)	55
3.7 Teknik Pengumpulan Data	62
3.7.1 Kuisiонер atau Angket	62
3.7.2 Studi Kepustakaan	63
3.8 Teknik Penentuan Skor	63
3.9 Uji Validitas dan Reabilitas	64
3.9.1 Uji Validitas	64

3.9.1.1 Uji Validitas Kuesioner <i>Electronic word-of-mouth</i>	65
3.9.1.2 Uji Validitas Kuesioner Program Affiliate Marketing Komunikasi.....	66
3.9.2 Uji Reabilitas	67
3.10 Teknik Analisis Data	69
3.10.1 Analisis Deskriptif	69
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	69
3.10.2.1 Uji Normalitas.....	70
3.10.2.2 Uji Linieritas	70
3.10.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	71
3.10.4 Uji Signifikansi (Uji t).....	71
3.10.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
4.1.1 Profile Reizuka Ari.....	72
4.2 Hasil Penelitian	74
4.2.1 Karakteristik Responden	74
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	75
4.2.1.3 Karakteristik Responden Pengguna Aktif Media Sosial TikTok	77
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Akun TikTok Reizuka Ari (@dictionary)	78
4.2.1.5 Karakteristik Responden Frekuensi Menonton Konten TikTok Reizuka Ari (@dictionary) dalam Seminggu	79
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif	81
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	81
4.2.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Electronic word-of-mouth</i>	82
4.2.2.3 Distribusi Frekuensi Variabel Program Affiliate marketing Komunikasi.....	94
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	108

4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	108
4.2.3.2 Hasil Uji Linearitas	109
4.2.4 Hasil Uji Regresi Sederhana	110
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	112
4.2.5.1 Hasil Uji Signifikansi (Uji T)	112
4.2.6 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	113
4.3 Pembahasan Penelitian	114
4.3.1 <i>Electronic word-of-mouth</i> pada Akun TikTok Reizuka Ari (@dictionary)	115
4.3.2 Program <i>Affiliate Marketing</i> Komunikasi pada Akun TikTok Reizuka Ari (@dictionary)	118
4.3.3 Pengaruh <i>Electronic word-of-mouth</i> Terhadap Program <i>Affiliate Marketing</i> Komunikasi	123
4.3.4 Penerapan Teori <i>Source Message Channel Receiver</i>	134
4.3.5 Penerapan Information Acceptance Model (IACM)	137
4.3.6 Penerapan Teori Kemungkinan Elaborasi	138
BAB V PENUTUP	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN	149

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis	19
Tabel 3. 1 Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%.....	55
Tabel 3. 2 Skala likert.....	63
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia	74
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	76
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pengguna aktif media sosial TikTok.....	77
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan mengetahui akun TikTok Reizuka Ari	78
Tabel 4. 5 Karakteristik responden frekuensi menonton konten TikTok Reizuka Ari	80
Tabel 4. 6 Interval skor	81
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Electronic word-of-mouth (X) berdasarkan Indikator Kualitas Informasi	82
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Electronic word-of-mouth (X) berdasarkan Indikator Kredibilitas Informasi	85
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Electronic word-of-mouth (X) berdasarkan Indikator Kesesuaian Kebutuhan Informasi	87
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Electronic word-of-mouth</i> (X) berdasarkan Indikator Sikap terhadap Informasi	90
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel Electronic word-of-mouth (X)	93
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Affiliate marketing</i> Komunikasi (Y) berdasarkan Indikator Informativeness.....	94
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Affiliate marketing</i> Komunikasi (Y) berdasarkan Indikator Incentive	97

Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Affiliate marketing</i> Komunikasi (Y) berdasarkan Indikator Perceived Trust	99
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Affiliate marketing</i> Komunikasi (Y)	101
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Affiliate marketing</i> Komunikasi (Y) berdasarkan Indikator Perceived Ease Locate.....	104
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel <i>Affiliate marketing</i> Komunikasi (Y)	106
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	109
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas.....	110
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	111
Tabel 4. 21 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	113
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet	1
Gambar 1. 2 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia	4
Gambar 1. 3 Profil TikTok Reizuka Ari (@dictionarei).....	5
Gambar 1. 4 Aktivitas EWOM di TikTok Reizuka Ari	6
Gambar 1. 5 Podcast Reizuka Ari dengan BUND Lifetainment.....	8
Gambar 1. 6 Populasi masyarakat Kota Banjarmasin Tahun 2024	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4. 1 Konten TikTok Reizuka Ari	72
Gambar 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	75
Gambar 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan domisili	76
Gambar 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan mengetahui akun TikTok Reizuka Ari.....	78
Gambar 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan mengetahui akun TikTok Reizuka Ari.....	79
Gambar 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan mengetahui akun TikTok Reizuka Ari.....	80
Gambar 4. 7 Output SPSS Uji Normalitas P-Plot	108