

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) PADA AKUN
TIKTOK @SHELVIAEVA24 TERHADAP MINAT BELI DI WARUNG
SERBA NYAMAN BANJARMASIN**



Disusun Oleh :

Muhammad Sailu Ribhan

2010414210028

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN
2025**



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) PADA AKUN TIKTOK
@SHELVIAEVA24 TERHADAP MINAT BELI DI WARUNG SERBA NYAMAN
BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Sailu Ribhan
NIM : 2010414210028
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai (78,6) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 27 November 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Bambang Dwi Waluyo, S.I.P, M. Si
NIP. 198907302019032018
 - b. Sekretaris
Dr. Sri Astuty, S.Sos, M.Si
NIP. 197806192008012008
 - c. Anggota
Muhammad Ainani, S.I.P, M.A.
NIP. 198810282022031003

()
()
()

Banjarmasin, 2 Januari 2026
Ketua Tim Penguji,

()
Bambang Dwi Waluyo, S.I.P, M. Si
NIP. 198907302019032018

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM
()
Wahsyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Muhammad Sailu Ribhan
Tempat/Tanggal Lahir : Sengata, 03 Maret 2003
NIM : 2010414210028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Cempaka Gg. Penawar No. 49, Kec. Martapura Kota
Kab. Banjar

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA AKUN TIKTOK @SHELVIAEVA24 TERHADAP MINAT BELI DI WARUNG SERBA NYAMAN BANJARMASIN”** adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang bukan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 26 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Sailu Ribhan
NIM. 2010414210028



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 Kamis Dua Puluh Tujuh November Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6742/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 25 November 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Sailu Ribhan
NIM : 2010414210028
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Akun Tiktok @Shelviaeva24 Terhadap Minat Beli Di Warung Serba Nyaman Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 14.00 s/d selesai
Nilai : 78,6 (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 : 27 November 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, (Signature)
Muhammad Sailu Ribhan

1. Ketua : Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si (Signature)
2. Sekretaris : Dr. Sri Astuty, S.Ses., M.Si (Signature)
3. Anggota : Muhammad Ainani, S.IP.,MA (Signature)

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

(Signature)

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 : Muhammad Sailu Ribhan
NIM : 2010414210028
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Akun Tiktok @Shelviaeva24 Terhadap Minat Beli Di Warung Serba Nyaman Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si	80	
2.	Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si	80	
3.	Muhammad Ainani, S.IP., MA	77	
Jumlah		237	
Nilai Rata-rata		79	Nilai Akhir = 79,6 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 27 November 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



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 : 6742/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. Dr. Sri Astuty, S.Sos, M.Si
3. Muhammad Ainani, S.IP, MA

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

Nama : Muhammad Sailu Ribhan
NIM : 2010414210028
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Akun
Tiktok @Shelviaeva24 Terhadap Minat Beli Di Warung
Serba Nyaman Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 27 November 2025
J a m : 14.00 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



ABSTRAK

Muhammad Sailu Ribhan, 2010414210028, 2025. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Pada Akun Tiktok @Shelviaeva24 Terhadap Minat Beli Di Warung Serba Nyaman Banjarmasin. Dibawah bimbingan Bambang Dwi Waluyo, S.Ip., M.Si.

Electronic word of mouth merupakan bentuk pemasaran terpadu sebagai bentuk pengembangan komunikasi word of mouth (mulut ke mulut). *Electronic word of mouth* saat ini sangat sering kita jumpai diberbagai media sosial diantaranya Tiktok. @shelviaeva24 adalah salah satu akun yang memanfaatkan platform tersebut dan digunakan untuk mempromosikan produk Warung Serba Nyaman Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh E-WOM pada konten Tiktok tersebut terhadap minat beli konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif dan berlandaskan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response). Sampel dalam penelitian ini adalah *Followers* Tiktok sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,1$) serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.365, Hal ini berarti E-WOM berkontribusi sebesar 36,5% terhadap minat beli, sedangkan 63.5% dipengaruhi faktor lain seperti harga, lokasi, dan promosi offline.

Hasil deskriptif juga menunjukkan bahwa seluruh indikator E-WOM berada pada kategori “sangat baik”. Dengan demikian, konten Tiktok yang dibuat oleh akun @shelviaeva24 dinilai menarik, informatif, dan mampu membangun kepercayaan serta mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk. Strategi E-WOM melalui Tiktok terbukti efektif dalam meningkatkan persepsi positif dan minat beli terhadap Warung Serba Nyaman Banjarmasin.

Kata Kunci : Tiktok, E-WOM, Minat Beli

ABSTRACT

Muhammad Sailu Ribhan, 2010414210028, 2025. *The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on the TikTok Account @Shelviaeva24 on Purchase Interest at Warung Serba Nyaman Banjarmasin. Under the guidance of Bambang Dwi Waluyo, S.Ip., M.Si.*

The rapid development of information and communication technology has encouraged people to obtain information and interact more quickly, including through social media platforms such as TikTok. Currently, TikTok is not only used for entertainment but also leveraged by businesses as a marketing tool through creative content. One account utilizing this platform is @shelviaeva24, which promotes products from Warung Serba Nyaman Banjarmasin through an Electronic Word of Mouth (E-WOM) strategy. This study aims to determine the extent to which E-WOM on TikTok content influences consumer purchase intent.

This study uses a quantitative approach with an explanatory survey research type and is based on the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory. The population in this study are TikTok followers who view @shelviaeva24 content related to Warung Serba Nyaman Banjarmasin products. Data analysis was performed using simple linear regression and the F-test. The results of the study indicate that E-WOM has a positive and significant effect on consumer purchase interest, as evidenced by a significance value of 0.000 (< 0.1) and a coefficient of determination (R^2) of 0.365. This means that E-WOM contributes 36.5% to changes in purchase intention, while 63.5% is influenced by other factors such as price, location, and offline promotions. Descriptive results also show that all E-WOM indicators are in the “very good” category. Thus, the TikTok content created by the @shelviaeva24 account is considered interesting, informative, and capable of building trust and encouraging consumers to buy products. The E-WOM strategy through TikTok has proven to be effective in increasing positive perceptions and purchasing interest in Warung Serba Nyaman Banjarmasin.

Keywords: TikTok, E-WOM, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Pada Akun Tiktok @Shelviaeva24 Terhadap minat beli di Warung Serba Nyaman Banjarmasin”. Skripsi ini disusun sebagai suatu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari jika penyusunan skripsi ini tidak bisa diselesaikan tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sekitar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.I.P., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., Ma, selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas arahan dan dukungan selama masa perkuliahan.
5. Bapak Bambang Dwi Waluyo, S.Ip., M.Si, selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar memberikan waktu, tenaga, bimbingan, serta arahan yang sangat

berharga hingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.

6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhusus di Program Studi Ilmu Komunikasi, yang sudah membagikan ilmu, pengalaman, dan motivasi selama masa perkuliahan hingga penyusunan penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak M. Sibawaihi dan Ibu Siti Rukayah, atas kasih sayang yang tulus, perhatian, dukungan, serta doa yang tak pernah putus, senantiasa menguatkan penulis sejak awal perkuliahan.
8. Sahabat dan teman-teman terdekat yang senantiasa mendampingi penulis sejak awal penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini. Terima kasih atas semangat dan dukungan yang tak henti diberi.
9. Kepada pemilik NIM. 202110490311010 yang senantiasa mendukung peneliti sejak dibangku SMA hingga Perkuliahan, Terima kasih atas waktu, tenaga, dukungan, dan doa yang selalu dipanjatkan kepada peneliti, Terima kasih juga sudah kebersamai perjalanan penulis yang penuh hiruk pikuk dari 2019 hingga sekarang. Semoga doa-doa baik yang dipanjatkan juga berbalik kepada dirimu.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, doa, dan dukungan yang sudah diberi. Penulis menyadari jika skripsi ini masih memiliki kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Maka dari itu, saran dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian ini.

Banjarmasin, 3 Maret 2025

Muhammad Sailu Ribhan
NIM. 2010414210028

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Sejenis	13
2.2 Tinjauan Konseptual	29
2.2.1 Komunikasi	29
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	31
2.2.3 Social Media Marketing	33
2.2.4 Electronic Word Of Mouth (E-WOM)	34
Faktor-Faktor Penggunaan <i>Electronic Word of Mouth</i>	38
2.2.5 Minat Beli	38
2.2.6 Faktor-Faktor Minat Beli.....	40
2.2.1 Dampak <i>electronic word of mouth</i> pada minat beli	41
2.2.2 Media Sosial.....	41
2.2.3 Tiktok.....	44
2.3 Tinjauan Teori.....	47
2.4 Kerangka Berpikir.....	48

BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Pendekatan Penelitian	51
3.2 Tipe penelitian.....	51
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	52
3.4 Jenis dan Sumber Data	54
3.4.1 Jenis Data	54
3.4.2 Sumber Data.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5.1 Definisi Operasional.....	57
3.5.2 Variabel Bebas (Independent)	61
3.5.3 Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	64
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	66
3.6.1 Uji Validitas	66
3.6.2 Uji Realibilitas	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif.....	70
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	70
3.7.2.1 Uji Normalitas	70
3.7.2.2 Uji Linearitas.....	71
3.7.2.3 Uji Regresi Linier Sederhana	71
3.8 Uji Hipotesis	72
3.9 Waktu Penelitian	73
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Warung Serba Nyaman Banjarmasin	74
4.2 Hasil Penelitian	75
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	92
4.3.2 Uji Linearitas.....	94
4.3.3 Uji Regresi Linear Sederhana.....	95
4.4 Hasil Uji Hipotesis	98
4.5 Pembahasan.....	101
BAB V PENUTUP	105

5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
5.3 Penutup	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Sosial Media di Indonesia Tahun 2017-2026	2
Gambar 1.2 Konten yang dibagikan akun tiktok @Shelviaeva24	7
Gambar 1.3 Perbandingan jumlah followers dengan pesaing	11
Gambar 4. 1 Persentase Distribusi T	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase pengguna Tiktok berdasarkan usia.....	4
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Kategori dan pembobotan Skala Likert	57
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	61
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	68
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabelitas	69
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	76
Tabel 4.3 Tabel Interval Skor.....	78
Tabel 4.4 Tabel Distribusi Indikator X1 sampai X3.....	78
Tabel 4.5 Tabel Distribusi Indikator X4 sampai X6.....	80
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Indikator X7 sampai X8.....	82
Tabel 4.7 Tabel Distribusi Indikator X9 sampai X11	84
Tabel 4.8 Tabel Distribusi Indikator X12 sampai X14.....	86
Tabel 4.9 Tabel Distribusi Indikator X15 sampai X17	88
Tabel 4.10 Tabel Distribusi Indikator Y1 sampai Y4.....	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data	92
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 4.15 Tabulasi Interpretasi Nilai	98

Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	116
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel X & Y	119
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	126