

SKRIPSI

**PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER KF94
PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE*
DI ERA PANDEMI COVID-19**



Di Ajukan Oleh:

Ulfah Fatin Nafi'ah

NBI: 1211800020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER KF94 PADA
SITUS JUAL BELI *ONLINE* DI ERA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan
Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

Ulfah Fatin Nafi'ah

1211800020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Ulfah Fatin Nafi'ah
NBI : 1211800020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER KF94
PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* DI ERA
PANDEMI COVID-19.

Surabaya, 1 Juli 2022

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,

Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan
dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal,2022

TIM PENGUJI:

TANDA TANGAN:

1.Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM.	Ketua :
2. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM.	Anggota :
3. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM.	Anggota :

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

D e k a n,

Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si.,Ak., CA

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Nama Lengkap (KTP) | : Ulfah Fatin Nafi'ah |
| 2. NBI | : 1211800020 |
| 3. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : 3521116912960004 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Sidowayah, RT 003/RW 002,
Jenggrik, Kedunggalar, Ngawi,
Jawa Timur |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER KF94 PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* DI ERA PANDEMI COVID-19

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya,,, 2022

Yang Membuat,

(Ulfah Fatin Nafi'ah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfah Fatin Nafi'ah
NBI/ NPM : 1211800020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan~~
~~Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free
Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh E-WOM, Persepsi Harga dan Gaya Hidup Terhadap
Keputusan Pembelian Masker KF94 Pada Situs Jual Beli Online Di Era
Pandemi Covid-19”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free
Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah
dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan
karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal :

Yang Menyatakan,

*Coret yang tidak perlu

(Ulfah Fatin Nafi'ah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Samino dan Ibu Srikutmawati, atas kasih sayang, materi, semangat dan motivasi serta selalu mendoakan peneliti agar diberi kemudahan selama kuliah dan mengerjakan skripsi.
2. Suami tercinta, Mustofa Arie Saputro, atas kasih sayang, dukungan, materi serta keridhaannya yang telah mengizinkan peneliti kembali menimba ilmu sehingga peneliti diberi kemudahan sampai tahap ini.
3. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Peneliti sangat berterima kasih atas waktu

yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.

4. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada peneliti selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga peneliti ucapkan

karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan peneliti.

7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang banyak membantu kelancaran proses perkuliahan peneliti.
8. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu peneliti dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
9. Teman-teman dari awal perkuliahan Della Vitasari, Yuyun Nilawatul P, Dimas Cahyono P, Dhebby Cendekia A.H, Metteu Natael K, dan Khotibul Umam yang telah menemani, membantu, dan memberikan semangat sehingga peneliti dapat menjalani proses perkuliahan dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
10. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada adik, Alfiyana Dewi Khasanah, yang telah menjaga dan menemani ibu dirumah Ngawi selama peneliti mengerjakan skripsi di perantauan.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, peneliti menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dalam skripsi ini dan

peneliti terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto hidup peneliti adalah “tuntutlah ilmu dari buaian sampai liang lahat”.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, Juli 2022

Peneliti

RINGKASAN

Masker KF94 adalah masker kesehatan produksi negara Korea Selatan yang direkomendasikan oleh WHO (*World Health Organization*). Masker KF94 dapat digunakan oleh masyarakat umum, khususnya ketika berada di lingkungan berisiko penularan rendah sampai sedang. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh E-WOM (X1), persepsi harga (X2) dan gaya hidup (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) masker KF94 pada situs jual beli *online* di era pandemi covid-19.

Dalam penelitian ini jenis yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 75 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan alat pengolahan data SPSS.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda diperoleh $Y = 2,410 + 0,479X1 + 0,466X2 + 0,652X3 + e$. Hasil hipotesis uji F menunjukkan bahwa E-WOM, persepsi harga dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis uji t menunjukkan bahwa variabel E-WOM (X1) berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dengan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H1 diterima. Variabel Persepsi Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H2 diterima. Variabel Gaya Hidup (X3) hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H3 diterima.

Berdasarkan penjelasan tersebut konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini menilai bahwa penyebaran informasi, harga yang ditawarkan serta produk yang mengikuti gaya hidup saat ini mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian masker KF94 pada situs jual beli *online*. Diharapkan bagi perusahaan masker KF94 pada situs jual beli *online* dapat meningkatkan dan mengelola dengan baik E-WOM, harga dan terus mengikuti *trend* gaya hidup masyarakat karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian bagi konsumen.

SUMMARY

The KF94 mask is a health mask produced by the South Korean state recommended by the WHO (World Health Organization). KF94 masks can be used by the general public, especially when they are in an environment with low to moderate risk of transmission. This study aims to prove and analyze the effect of E-WOM (X1), price perception (X2) and lifestyle (X3) on purchasing decisions (Y) for KF94 masks on online buying and selling sites in the era of the covid-19 pandemic.

In this research, the type used is quantitative research. This research was conducted by distributing questionnaires to 75 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling. The method of data collection is using a questionnaire. Data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis technique with SPSS data processing tool.

Based on the results of multiple linear regression analysis obtained $Y = 2.410 + 0.479X1 + 0.466X2 + 0.652X3 + e$. The results of the F test hypothesis show that E-WOM, price perception and lifestyle simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The results of the t-test hypothesis indicate that the E-WOM variable (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y), with a

significance value of $0.012 < 0.05$ and it is stated that H1 is accepted. Price Perception Variable (X2) has a positive and significant effect on Purchase Decisions (Y) with a significance value of $0.014 < 0.05$ and it is stated that H2 is accepted. Lifestyle variable (X3) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y) with a significance value of $0.002 < 0.05$ and it is stated that H3 is accepted.

Based on this explanation, consumers who were respondents in this study considered that the dissemination of information, prices offered and products that followed the current lifestyle influenced consumers in purchasing decisions for KF94 masks on online buying and selling sites. It is hoped that KF94 mask companies on online buying and selling sites can improve and manage E-WOM well, prices and continue to follow people's lifestyle trends because they can influence purchasing decisions for consumers.

ABSTRAK

PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER KF94 PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* DI ERA PANDEMI COVID-19

Masker KF94 adalah masker kesehatan produksi negara Korea Selatan yang direkomendasikan oleh WHO (*World Health Organization*). Masker KF94 ini diklaim mampu menyaring partikel aerosol hingga 94 persen. Istilah KF pada masker KF94 merupakan singkatan dari *Korean Filter* atau filter Korea. Angka 94 pada istilah KF94 merupakan angka tingkat filtrasi atau penyaringan pada masker. Masker KF94 dapat digunakan oleh masyarakat umum, khususnya ketika berada di lingkungan berisiko penularan rendah sampai sedang.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh E-WOM, persepsi harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian masker KF94 pada situs jual beli *online* di era pandemi covid-19. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 75 responden.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan koefisien determinan. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda diperoleh $Y = 2,410 + 0,479X_1 + 0,466X_2 + 0,652X_3 + e$. Hasil hipotesis uji F menunjukkan bahwa E-WOM, persepsi harga dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis uji t menunjukkan bahwa variabel E-WOM, persepsi harga dan gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : E-WOM, Persepsi Harga, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF E-WOM, PRICE PERCEPTIONS AND LIFESTYLE ON DECISION TO PURCHASE KF94 MASK ON ONLINE BUYING SITES IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC

The KF94 mask is a health mask produced by the South Korean state recommended by the WHO (World Health Organization). This KF94 mask is claimed to be able to filter aerosol particles up to 94 percent. The term KF on the KF94 mask stands for Korean Filter or Korean filter. The number 94 in the term KF94 is the number of the filtration level or filtering on the mask. KF94 masks can be used by the general public, especially when they are in an environment with low to moderate risk of transmission.

The research objectives to be achieved in accordance with the formulation of the problem and research objectives, are to prove and analyze the effect of E-WOM, price perception and lifestyle on the decision to purchase KF94 masks on online buying and selling sites in the era of the covid-19 pandemic. This research was conducted by distributing questionnaires to 75 respondents.

Analysis of the data in this study using the SPSS program. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and determinant coefficient. Hypothesis testing using t test and F test. Based on the results of multiple linear regression analysis obtained $Y = 2.410 + 0.479X_1 + 0.466X_2 + 0.652X_3 + e$. The results of the F test hypothesis show that E-WOM, price perception and lifestyle simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The results of the t-test hypothesis indicate that the E-WOM variable, price perception and lifestyle partially have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: E-WOM, Price Perception, Lifestyle and Purchase Decision.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	. ii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT iii
KATA PENGANTAR iv
RINGKASAN v
<i>SUMMARY</i> vi
ABSTRAK.....	. xi
<i>ABSTRACT</i> xii
DAFTAR ISI.....	. xvii
DAFTAR TABEL.....	. xvii
DAFTAR GAMBAR.....	. xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	. xviii
BAB I.....	. 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
BAB II.....	. 7
KAJIAN PUSTAKA.....	. 7
2.1 Landasan Teori.....	. 7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 7
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	. 7
2.1.3 Pengertian E-WOM (Electronic Word Of Mouth) 8

2.1.4 Pengertian Harga.....	9
2.1.5 Pengertian Gaya Hidup.....	11
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Hubungan Antar Variabel	15
2.3.1 E-WOM terhadap Keputusan Pembelian	15
2.3.2 Harga terhadap Keputusan Pembelian	16
2.3.3 Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	16
2.3.4 E-WOM, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.4 Kerangka Konseptual.....	17
2.5 Hipotesis	18
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.3.1 Jenis Data.....	19
3.3.2 Sumber Data	20
3.4 Populasi dan Sampel	20
3.4.1 Populasi.....	20
3.4.2 Sampel	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	22
3.6.1 Definisi Variabel.....	22
3.6.2 Definisi Operasional	24
3.7 Proses Pengolahan Data	26
3.8 Metode Analisis Data dan Analisis Data	28

3.8.1 Metode Analisis Data.....	28
3.8.2 Analisis Data.....	28
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	29
3.9.1 Uji Validitas	29
3.9.2 Uji Reabilitas	30
3.9.3 Uji t (Uji Parsial).....	30
3.9.4 Uji F (Uji Simultan).....	31
3.9.5 Koefisien Determinasi (R)	32
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1 Bentuk Masker KF94	32
4.1.2 Gambaran Umum Masker KF94.....	32
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	35
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel E-WOM (X1)	35
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)	36
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X3).....	37
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
4.3 Uji Instrumen	39
4.3.1 Uji Validasi	39
4.3.2 Uji Reabilitas	42
4.4 Analisis Data.....	43
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.4.3 Uji t (Uji Parsial).....	48

4.4.4 Uji F (Uji Simultan)	49
4.4.5 Koefisien Determinasi (R)	51
4.5 Pengujian Hipotesis	51
4.5.1 Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..	51
4.5.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.5.4 Pengaruh E-EOM, Persepsi Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	52
4.7 Implikasi Penelitian	54
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	55
BAB V	57
KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Rata-rata Jawaban Responden	35
Tabel 4.4 Rata-rata Jawaban Responden Variabel E-WOM (X1)	35
Tabel 4.5 Rata-rata Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X2)	35
Tabel 4.6 Rata-rata Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X3)...	36
Tabel 4.7 Rata-rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (X1)	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2)	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X3).....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Uji Parsial)	49
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Covid-19 di Surabaya	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 4.1 Bentuk Masker KF94	33
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	44
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Tabel Penelitian Terdahulu.....	68
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	73
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner	75
Lampiran 5 Karakteristik Responden	84
Lampiran 6 Uji Validitas	85
Lampiran 7 Uji Reabilitas.....	89
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi.....	93
Lampiran 11 Hasil Turnitin	94