

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
1. <i>Digital health</i> .....	5
2. <i>Apotek online</i> .....	8
3. Intensi Pembelian Berulang.....	12
4. Kepuasan Konsumen .....	13
5. Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Internet.....	15
F. Landasan Teori.....	18
G. Kerangka Konsep Penelitian .....	20
H. Hipotesis.....	21

BAB II.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis dan Rancangan Penelitian .....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	22
C. Populasi dan Sampel .....	23
1. Kriteria inklusi.....	23
2. Kriteria eksklusi .....	24
D. Cara Pengambilan Sampel .....	24
E. Variabel Penelitian .....	25
1. Variabel bebas .....	25
2. Variabel terikat .....	26
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
1. Variabel bebas .....	26
2. Variabel terikat .....	28
G. Cara Pengumpulan Data.....	28
H. Instrumen Penelitian.....	29
1. Bagian Karakteristik Sociodemografi dan Status Kesehatan .....	29
2. Bagian Pengalaman Pembelian Obat melalui Internet .....	31
3. Bagian Jenis Informasi Obat .....	34
4. Bagian Intensi Pembelian Berulang dan Kepuasan Pembelian Obat .....	35
I. Uji Validitas Kuesioner Sebagai Alat Ukur .....	37
1. <i>Content Validity</i> .....	37
2. <i>Pilot Study</i> dan <i>Face Validity</i> .....	42
K. Analisis Data .....	44
A. Analisis univariat.....	44
B. Analisis bivariat.....	44
BAB III .....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
A. Hasil Uji Normalitas .....	45

B. Gambaran Sosiodemografi dan Status Kesehatan Responden.....	46
C. Pengalaman Pembelian Obat Responden melalui Apotek <i>Online</i> .....	50
D. Gambaran Intensi Pembelian Berulang Responden.....	60
E. Informasi Obat dalam Pembelian Obat melalui Internet .....	64
F. Hubungan Faktor Sosiodemografi terhadap Intensi Pembelian Berulang Obat melalui Internet.....	67
G. Keterbatasan Penelitian .....	79
BAB IV .....	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	90