

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	I
PENGESAHAN SKRIPSI .....	III
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR .....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	X
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
INTISARI.....	XIII
ABSTRACT .....	XIV
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Pentingnya Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Telemedicine.....	6
2. Penyelenggara Sistem Elektronik Farmasi (PSEF) .....	13
3. Obat.....	15
4. Alasan Pembelian Obat Melalui Telefarmasi.....	19
5. Persepsi.....	20
6. Intensi Pembelian Kembali.....	21
7. Kepuasan Konsumen.....	22
8. Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta.....	23
9. Kerangka Konsep Penelitian.....	24
10. Keterangan Empiris.....	24

BAB II.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis dan Rancangan Penelitian.....	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
C. Populasi dan Sampel.....	26
1. Kriteria Inklusi.....	27
2. Kriteria Eksklusi.....	27
D. Cara Pengambilan Sampel.....	27
E. Variabel Penelitian.....	29
1. Variabel Bebas.....	29
2. Variabel Terikat.....	29
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
1. Variabel Bebas.....	30
2. Variabel Terikat.....	31
G. Cara Pengumpulan Data.....	31
H. Instrumen Penelitian.....	31
1. Bagian Identitas Responden.....	32
2. Bagian Pengalaman Responden.....	33
3. Bagian Alasan Responden.....	34
4. Bagian Persepsi Responden.....	35
5. Bagian Intensi Pembelian Kembali dan Kepuasan Responden.....	36
I. Uji Validitas Kuesioner Sebagai Alat Ukur.....	37
1. Content Validity.....	37
2. Pilot Study dan Face Validity.....	41
J. Prosedur Jalannya Penelitian.....	42
1. Tahap Persiapan (September 2022 – Desember 2022) .....	42
2. Tahap Pelaksanaan (Desember 2022 – Januari 2023) .....	42
3. Tahap Penyelesaian (Januari 2023 – Februari 2023) .....	43
K. Analisis Data.....	44
1. Analisis Univariat.....	44
2. Analisis Bivariat.....	44

BAB III.....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Identitas Responden.....	45
B. Pengalaman Responden Dalam Membeli Obat Melalui Telefarmasi.....	48
C. Alasan Responden Dalam Membeli Obat Melalui Telefarmasi.....	55
D. Persepsi Responden Terhadap Telefarmasi.....	56
E. Kepuasan Responden Terhadap Telefarmasi.....	58
F. Intensi Pembelian Kembali Responden.....	59
G. Hubungan Persepsi dan Intensi Pembelian Kembali.....	59
1. Persepsi Keamanan.....	61
2. Persepsi Risiko.....	62
3. Persepsi Manfaat.....	62
H. Hubungan Kepuasan dan Intensi Pembelian Kembali.....	63
I. Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB IV.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
1. Pemerintah.....	65
2. Apoteker.....	65
3. Peneliti Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
DAFTAR LAMPIRAN.....	71