

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Persepsi.....	6
2. Apoteker	7
3. Siklus Manajemen Obat	9
4. Strategi Bauran Pemasaran.....	11
5. Perusahaan Farmasi	15
6. Apotek	16
F. Landasan Teori.....	16
G. Kerangka Konsep Penelitian	20
H. Keterangan Empiris.....	20
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	21
A. Jenis Rancangan Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian	21
C. Populasi dan Sampel Penelitian	22

D. Cara Pengambilan Sampel	24
E. Cara Pengumpulan Data.....	25
F. Definisi Operasional Variabel.....	25
1. Faktor Demografi	25
2. Strategi Bauran pemasaran	26
G. Instrumen Penelitian.....	27
H. Uji Validitas Instrumen	32
1. Uji Validitas.....	32
2. <i>Pilot Study</i>	33
I. Pengolahan dan Analisis Data.....	34
J. Alur Penelitian	35
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Data Karakteristik Sociodemografi Responden.....	39
B. Gambaran Persepsi Apoteker tentang Strategi Bauran pemasaran Obat dalam Pengadaan Obat di Apotek	41
C. Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. Kerangka Konsep Penelitian.....	20
Gambar II. Alur Penelitian.....	35

DAFTAR TABEL

Tabel I. Definisi Operasional Variabel	26
Tabel II. Penilaian Jawaban <i>Likert Scale</i>	28
Tabel III. Karakteristik Sosiodemografi Apoteker.....	29
Tabel IV. Daftar Pertanyaan dan Sumber Kuesioner Parameter Produk	30
Tabel V. Daftar Pertanyaan dan Sumber Kuesioner Parameter Harga	30
Tabel VI. Daftar Pertanyaan dan Sumber Kuesioner Parameter Tempat	31
Tabel VII. Daftar Pertanyaan dan Sumber Kuesioner Parameter Promosi.....	31
Tabel VIII. Daftar Perubahan <i>Content Validity</i>	33
Tabel IX. Daftar Perubahan <i>Pilot Study</i>	33
Tabel X. Gambaran Karakteristik Sosiodemografi Responden	39
Tabel XI. Distribusi Jawaban Persepsi Apoteker tentang Strategi Bauran Pemasaran “Produk”	43
Tabel XII. Distribusi Jawaban Persepsi Apoteker tentang Strategi Bauran Pemasaran “Harga”	46
Tabel XIII. Distribusi Jawaban Persepsi Apoteker tentang Strategi Bauran Pemasaran “Tempat”	49
Tabel XIV. Distribusi Jawaban Persepsi Apoteker tentang Strategi Bauran Pemasaran “Promosi”	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Informasi dan Persetujuan Keterlibatan dalam Penelitian (<i>Informed Consent</i>).....	67
Lampiran 2. Lembar Kuesioner.....	69
Lampiran 3. Lembar Ethical Approval.....	74