

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
1. Digital Marketing.....	6
2. Pelayanan Kefarmasian .....	11
3. <i>Pharmaceutical Digital Marketing</i> .....	16
4. Media Sosial.....	20
5. Apoteker.....	23
6. Apotek.....	23
7. Persepsi .....	24
F. Landasan Teori.....	26
G. Kerangka Penelitian .....	28
H. Keterangan Empiris.....	29

<b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Rancangan Penelitian .....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	31
1. Populasi .....	31
2. Sampel .....	32
D. Cara Pengambilan Sampel .....	36
E. Cara Pengumpulan Data .....	36
F. Variabel Penelitian .....	38
G. Definisi Operasional Variabel .....	38
H. Instrumen Penelitian .....	39
I. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	42
1. <i>Content Validity</i> .....	43
2. <i>Construct Validity</i> .....	44
3. Uji Reliabilitas .....	47
J. Analisis Data .....	48
1. Karakteristik Sociodemografi Responden .....	49
2. Persepsi terhadap <i>Digital Marketing</i> pada Pelayanan Kefarmasian .....	50
K. Etika Penelitian .....	53
L. Alur Penelitian .....	54
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
A. Deskripsi Karakteristik Responden .....	55
B. Persepsi Apoteker terhadap Media Sosial pada Pelayanan Kefarmasian .....	61
C. Persepsi Apoteker terhadap <i>Digital Channel</i> pada Pelayanan Kefarmasian ..	72
D. Persepsi Apoteker terhadap <i>Digital Product</i> pada Pelayanan Kefarmasian ...	83
E. Keterbatasan Penelitian .....	91
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian .....	29
Gambar 2. Alur Penelitian .....	54
Gambar 3. Distribusi Jenis Kelamin Apoteker .....	56
Gambar 4. Distribusi Umur Apoteker .....	57
Gambar 5. Distribusi Lama Melakukan Praktik Apoteker .....	58
Gambar 6. Distribusi Jabatan Apoteker di Apotek .....	59
Gambar 7. Distribusi Wilayah Apoteker Praktik .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel I. Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
Tabel II. Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel III. Instrumen Penelitian .....	40
Tabel IV. Skor Skala <i>Likert</i> Pertanyaan <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i> .....	42
Tabel V. Hasil Uji <i>Construct Validity</i> Persepsi Apoteker terhadap Media Sosial dalam Pelayanan Kefarmasian .....	45
Tabel VI. Hasil Uji <i>Construct Validity</i> Persepsi Apoteker terhadap <i>Digital Channel</i> dalam Pelayanan Kefarmasian .....	46
Tabel VII. Hasil Uji <i>Construct Validity</i> Persepsi Apoteker terhadap <i>Digital Product</i> dalam Pelayanan Kefarmasian .....	46
Tabel VIII. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	47
Tabel IX. Tabel Kategorisasi Hasil Nilai <i>Mean</i> .....	51
Tabel X. Klasifikasi Tingkat Persepsi Apoteker .....	53
Tabel XI. Karakteristik Responden .....	55
Tabel XII. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Persepsi Apoteker terhadap Media Sosial pada Pelayanan Kefarmasian di Apotek .....	61
Tabel XIII. Klasifikasi Tingkat Persepsi Apoteker terhadap Pengaruh Media Sosial pada Pelayanan Kefarmasian .....	67
Tabel XIV. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Persepsi Apoteker terhadap <i>Digital Channel</i> Pada Pelayanan Kefarmasian di Apotek .....	73
Tabel XV. Klasifikasi Tingkat Persepsi Apoteker terhadap Pengaruh <i>Digital Channel</i> pada Pelayanan Kefarmasian .....	78
Tabel XVI. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Persepsi Apoteker terhadap <i>Digital Product</i> pada Pelayanan Kefarmasian di Apotek .....	83
Tabel XVII. Klasifikasi Tingkat Persepsi Apoteker terhadap Pengaruh <i>Digital Product</i> pada Pelayanan Kefarmasian .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Ethical Clearance</i> .....	102
Lampiran 2. Lembar Informasi dan Persetujuan Keterlibatan dalam Penelitian .....	103
Lampiran 3. Lembar Kuesioner .....	104
Lampiran 4. Uji Validitas Instrumen .....	112
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	127
Lampiran 6. Uji Validitas Expert Judgement.....	129