

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. <i>Digital marketing</i>	6
2. Pelayanan Kefarmasian.....	16
3. <i>Digital marketing</i> di Pelayanan Kefarmasian	16
F. Landasan Teori.....	20
G. Kerangka Konsep Penelitian	22
H. Keterangan Empiris dan Hipotesis.....	22
BAB II METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis dan Rancangan Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel Penelitian	24

D. Cara Pengambilan Sampel	26
E. Cara Pengumpulan Data.....	26
F. Variabel Penelitian	27
G. Definisi Operasional Variabel.....	27
H. Instrumen Penelitian.....	30
I. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
J. Analisis Data	46
K. Etika Penelitian	46
L. Alur Penelitian	47
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Karakteristik Apotek	48
B. Gambaran Penerapan Digital Marketing di Apotek di Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	51
C. Persepsi Apoteker terhadap Manfaat Digital marketing di Apotek di Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	53
D. Persepsi Apoteker terhadap Kendala Digital marketing di Apotek di Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	61
E. Hubungan Karakteristik Apotek terhadap Penerapan Digital marketing di Apotek di Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	70
F. Hubungan Persepsi Apoteker pada Manfaat Digital Marketing terhadap Penerapan Digital Marketing di Apotek di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	77
G. Hubungan Persepsi Apoteker pada Kendala Digital Marketing terhadap Penerapan Digital Marketing di Apotek di Daerah Istimewa Yogyakarta	78
H. Keterbatasan Penelitian.....	79
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. KESIMPULAN	80
B. SARAN	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86