

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 <u>PENDAHULUAN</u>	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Keaslian Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Telaah Pustaka	10
1. Apotek.....	10
2. Macam dan Jenis Apotek	13

3. Definisi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
4. Variabel Bauran Pemasaran 7P	20
5. Keputusan Pelanggan.....	27
B. Landasan Teori	33
C. Kerangka Konsep	36
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Desain Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel Penelitian	37
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
D. Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
E. Definisi Operasional Variabel.....	39
F. Instrumen Penelitian.....	42
a. Uji Validitas	48
b. Uji Reliabilitas	50
G. Proses Jalannya Penelitian	55
1) Tahap Persiapan dan Penyusunan Tesis	55
2) Tahap Perizinan	55
3) Tahap Pelaksanaan	55
4) Tahap Pengolahan Data	56
H. Analisis Data	56
1. Uji Univariat	57
2. Uji Bivariat.....	58
3. Uji Multivariat	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Karakteristik Responden.....	66
1. Usia Responden	67

2. Riwayat Pendidikan Terakhir Responden.....	67
3. Pekerjaan Responden.....	68
4. Faktor Utama Pemilihan Apotek.....	69
B. Gambaran Jawaban Responden Terhadap <i>Marketing Mix 7P</i>.....	69
1. Hasil Deskriptif Variabel <i>Product</i> (Produk).....	70
2. Hasil Deskriptif Variabel <i>Promotion</i> (Promosi)	71
3. Hasil Deskriptif Variabel <i>Price</i> (Harga)	72
4. Hasil Deskriptif Variabel <i>Place</i> (Lokasi).....	74
5. Hasil Deskriptif Variabel <i>People</i> (Sumber Daya Manusia)	75
6. Hasil Deskriptif Variabel <i>Process</i> (Proses)	77
7. Hasil Deskriptif Variabel <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	78
8. Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pelanggan.....	80
C. Analisis Hubungan Variabel <i>Independent</i> Terhadap Variabel <i>Dependent</i>.....	83
1. Variabel <i>Price</i> (Harga)	84
2. Variabel <i>Place</i> (Lokasi).....	84
3. Variabel <i>People</i> (Sumber Daya Manusia)	85
4. Variabel <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	85
5. Variabel <i>Process</i> (Proses)	85
6. Variabel <i>Product</i> (Produk).....	86
7. Variabel <i>Promotion</i> (Promosi)	86
8. Uji Adjusted R ²	87
D. Analisis Pengaruh Variabel <i>Independent</i> Terhadap Variabel <i>Dependent</i>.....	89
E. Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pelanggan Berdasarkan Hasil Uji.....	92
F. Keterbatasan Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA.....	97
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	103
----------------------	------------