

DAFTAR ISI

INTISARI	2
ABSTRACT	4
DAFTAR ISI	5
BAB I PENDAHULUAN	7
Latar Belakang Masalah	7
Rumusan Masalah	12
Pertanyaan Riset	13
Tujuan Penelitian	14
Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
Landasan Teori	16
Persepsi akan Risiko	16
Persepsi akan Keuntungan (Manfaat)	18
Kepercayaan Merek	22
Retensi	23
Pengembangan Hipotesis	25
Pengaruh Persepsi risiko pada kepercayaan konsumen obat swamedikasi	25
Pengaruh Persepsi keuntungan pada kepercayaan konsumen obat swamedikasi	25
Pengaruh Persepsi risiko pada retensi konsumen obat swamedikasi	26
Pengaruh persepsi keuntungan pada retensi konsumen obat swamedikasi	27
Pengaruh kepercayaan pada retensi konsumen obat swamedikasi	28
Efek mediasi kepercayaan pada hubungan persepsi risiko dengan retensi konsumen obat swamedikasi	28
Efek mediasi kepercayaan pada hubungan keuntungan yang dipersepsikan dengan retensi konsumen obat swamedikasi	29
Kerangka Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
Desain Penelitian	31
Metode Pengumpulan Data	31
Jenis Data	31
Populasi dan Sampel	32
Populasi	32
Sampel	32
Definisi Operasional Variabel Penelitian.	33
3.3.1. Persepsi Risiko	33
3.3.2. Persepsi keuntungan	35
3.3.3. Kepercayaan	36
3.3.4. Retensi	37
Pengujian Instrumen Penelitian	37
Uji Validitas	37
Uji Reliabilitas	45
Pengujian Hipotesis	46
3.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.5.2. Uji Hipotesis H1 sampai H5 dengan Uji t	47
3.5.3. Uji Hipotesis Mediasi (H6) dengan Uji Sobel	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	49
Analisis Data	49
Karakteristik Responden	49
Uji Asumsi Klasik	51
Pembahasan	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
SIMPULAN	68
SARAN	69
DAFTAR PUSTAKA	70
KUESIONER PENELITIAN	76



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN PERSEPSI KEUNTUNGAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN
PENGGUNA OBAT**

SWAMEDIKASI

FERIKO ILHAM AZHARI, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>