

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN KARYA TULIS ILMIAH	ii
LEMBAR PERSETUJUAN KARYA TULIS ILMIAH	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA TULIS ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Umum	5
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Untuk Peneliti	5
1.4.2 Manfaat Untuk Institusi	5
1.4.3 Manfaat Untuk Masyarakat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pelayanan Kesehatan	7
2.1.1 Definisi	7
2.1.2 Upaya Kesehatan Masyarakat	7
2.1.3 Upaya Pencarian Kesehatan Masyarakat	8

2.1.4	Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Pemilihan Pelayanan Kesehatan	9
2.2	Pelayanan Kefarmasian	10
2.2.1	Definisi.....	10
2.2.2	Kualitas Pelayanan Kefarmasian.....	11
2.2.3	Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	12
2.2.4	<i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	13
2.3	Platform Digital	14
2.3.1	Digital Farmasi.....	15
2.4	Persepsi	15
2.4.1	Definisi Persepsi.....	15
2.4.2	Proses Terbentuknya Persepsi.....	16
2.4.3	Faktor – faktor Penentu Persepsi	16
2.4.4	Cara Mengukur Persepsi	17
2.5	Kerangka Teori.....	17
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1	Kerangka Konsep.....	19
3.2	Jenis dan Desain Penelitian	20
3.3	Populasi dan Sampel.....	20
3.3.1	Populasi.....	20
3.3.2	Sampel	20
3.3.3	Kriteria Inklusi dan Eksklusi.....	20
3.4	Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.5	Definisi Operasional	21
3.6	Pengumpulan Data.....	23
3.7	Pengolahan Data.....	24
3.8	Analisis Data	25
	BAB IV HASIL	26
4.1	Hasil Penelitian.....	26
4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilities	26
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	27

4.1.3	Gambaran Persepsi Masyarakat Yang Berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari Terhadap Pembelian Obat di Platform Digital Berdasarkan Produk	31
4.1.4	Gambaran Persepsi Masyarakat Yang Berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari Terhadap Pembelian Obat di Platform Digital Berdasarkan Harga	33
4.1.5	Gambaran persepsi masyarakat yang berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari Terhadap Pembelian Obat di Platform Digital Berdasarkan Tempat/Platform Digital	34
4.1.6	Gambaran Persepsi Masyarakat Yang Berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari Terhadap Pembelian Obat di Platform Digital Berdasarkan Promosi.....	36
4.1.7	Gambaran Persepsi Masyarakat Yang Berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari Terhadap Pembelian Obat di Platform Digital Berdasarkan Pelayanan Kefarmasian	37
4.1.8	Gambaran Persepsi Masyarakat Yang Berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari Terhadap Pembelian Obat di Platform Digital Berdasarkan Informasi Obat	39
BAB V PEMBAHASAN		41
5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian.....	41
5.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	41
5.2.1	Usia	41
5.2.2	Jenis Kelamin	42
5.2.3	Tingkat Pendidikan.....	42
5.2.4	Pendapatan	43
5.2.5	Lama Menderita	43
5.2.6	Platform Digital Yang Digunakan.....	44
5.3	Gambaran Persepsi Berdasarkan Produk	44
5.4	Gambaran Persepsi Berdasarkan Harga.....	47
5.5	Gambaran Persepsi Berdasarkan Tempat/Platform Digital	48
5.6	Gambaran Persepsi Berdasarkan Promosi	50

5.7	Gambaran Persepsi Berdasarkan Pelayanan Kefarmasian	52
5.8	Gambaran Persepsi Berdasarkan Informasi Obat	54
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN.....		65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		89