

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR SAMPUL LUAR.....	i
LEMBAR SAMPUL DALAM .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
BIODATA PENULIS .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN .....	vii
LEMBAR PERNYATAAN .....	viii
MOTTO .....	ix
PERSEMBAHAN .....	x
KATA PENGANTAR .....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Ruang Lingkup.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pelayanan Kefarmasian.....	8
B. Apotek.....	8
C. Obat dan Keaslian Obat .....	10
D. Kepuasan.....	11
E. Kualitas .....	16
F. Kerangka Teori .....	19
G. Kerangka Konsep .....	20
H. Definisi Operasional.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Rancangan Penelitian.....	24
B. Subjek Penelitian .....	24
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
D. Pengumpulan Data .....	26
E. Pengolahan dan Analisis Data .....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
A. Hasil Penelitian .....	30
B. Pembahasan.....	46

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Simpulan .....	54
B. Saran .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN .....	59

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Definisi Operasional .....	21
Tabel 3.1 Kategori Kepuasan.....	28
Tabel 3.2 Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 a Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen offline dan harapan konsumen offline pada dimensi bukti langsung ( <i>tangibles</i> ) ....	31
Tabel 4.2 b Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen online dan harapan konsumen online pada dimensi bukti langsung ( <i>tangibles</i> ).....	32
Tabel 4.3 a Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen offline dan harapan konsumen offline pada dimensi kehandalan ( <i>reliability</i> ).....	33
Tabel 4.4 b Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen online dan harapan konsumen pada dimensi kehandalan ( <i>reliability</i> ) .....	35
Tabel 4.5 a Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen offline dan harapan konsumen pada dimensi daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ).....	37
Tabel 4.6 b Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen online dan harapan konsumen online pada dimensi daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) .....	38
Tabel 4.7 a Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen offline dan harapan konsumen offline pada dimensi jaminan ( <i>assurance</i> ) .....	40
Tabel 4.8 b Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen online dan harapan konsumen online pada dimensi jaminan ( <i>assurance</i> ) .....	41
Tabel 4.9 a Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen offline dan harapan konsumen offline pada dimensi empati ( <i>emphaty</i> ) .....	42
Tabel 4.10 b Perhitungan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen offline dan harapan konsumen offline pada dimensi empati ( <i>emphaty</i> ) .....	43

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Konsep .....	20
Gambar 4.1 Grafik rata-rata kenyataan yang dirasakan konsumen offline terhadap 5 dimensi kepuasan .....	44
Gambar 4.2 Grafik rata-rata harapan yang dirasakan konsumen offline terhadap 5 dimensi kepuasan .....	45
Gambar 4.3 Grafik rata-rata kenyataan yang dirasakan konsumen online terhadap 5 dimensi kepuasan .....	45
Gambar 4.4 Grafik rata-rata harapan yang dirasakan konsumen online terhadap 5 dimensi kepuasan .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 a. Hasil Perhitungan Persentase Nilai Kepuasan Yang Dirasakan Maupun Yang Di Harapkan dan Jawaban 75 Responden Offline Maupun 25 Responden Online Pada Dimensi Bukti Langsung ( <i>tangible</i> ).....	60
Lampiran 2 b. Hasil Perhitungan Persentase Nilai Kepuasan Yang Dirasakan Maupun Yang Di Harapkan dan Jawaban 75 Responden Offline Maupun 25 Responden Online Pada Dimensi Keandalan ( <i>reliability</i> ).....	63
Lampiran 3 c. Hasil Perhitungan Persentase Nilai Kepuasan Yang Dirasakan Maupun Yang Di Harapkan dan Jawaban 75 Responden Offline Maupun 25 Responden Online Pada Dimensi Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> ).....	66
Lampiran 4 d. Hasil Perhitungan Persentase Nilai Kepuasan Yang Dirasakan Maupun Yang Di Harapkan dan Jawaban 75 Responden Offline Maupun 25 Responden Online Pada Dimensi Jaminan ( <i>assurance</i> )	70
Lampiran 5. Lembar Kuesioner Konsumen Offline.....	75
Lampiran 6. Lembar Kuesioner Konsumen Online .....	79
Lampiran 7. Dokumentasi Saat Pengambilan Data di Apotek K-24 Jagabaya .....	90
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian .....	93
Lampiran 9. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian.....	94
Lampiran 10. Data Konsumen Online Yang Mengisi Kuesioner.....	95
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	96
Lampiran 12. Lembar Konsultasi Laporan Tugas Akhir .....	98
Lampiran 13. Lembar Perbaikan Seminar Proposal Tugas Akhir.....	103
Lampiran 14. Lembar Perbaikan Seminar Hasil Tugas Akhir .....	104
Lampiran 15. Lembar Pengecekan Turnitin .....	105