

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Latar Belakang Perusahaan	1
1.1.2 Profile Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Fitur Layanan Alodokter	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Rangkuman Teori	9

2.1.1	Komunikasi Terapeutik	9
2.1.2	Tujuan dan Manfaat Komunikasi Terapeutik	9
2.1.3	Teknik Komunikasi Terapeutik	10
2.1.4	Syarat-syarat Komunikasi Terapeutik	11
2.1.5	Faktor Pengambat dalam Komunikasi Terapeutik	11
2.1.6	<i>Brand</i>	12
2.1.7	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	12
2.1.8	Indikator Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	13
2.2	Kerangka Pemikiran	14
2.3	Hipotesis Penelitian	15
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	15
2.4.1	Variabel Penelitian	15
2.4.2	Lokasi dan Objek Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN		17
3.1	Jenis Penelitian	17
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	17
3.2.1	Operasional Variabel.....	17
3.2.2	Skala Pengukuran	20
3.3	Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1	Populasi	21
3.3.2	Sampel.....	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data	22
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
3.5.1	Uji Validitas.....	22
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.6	Teknik Analisis Data	26

3.6.1	Analisis Data Deskriptif	26
3.6.2	Uji Normalitas	27
3.6.3	Korelasi Pearson Product Moment	28
3.6.4	Koefisien Determinasi	29
3.6.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	29
3.6.6	Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Karakteristik Responden.....	31
4.1.1	Pengguna Aplikasi Alodokter.....	31
4.1.2	Usia.....	32
4.1.3	Jenis Kelamin	32
4.2	Hasil Penelitian.....	32
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	33
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel X (Komunikasi Terapeutik) Melalui Aplikasi Mobile Alodokter	33
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Brand Loyalty	38
4.3	Uji Asumsi Klasik	42
4.3.1	Uji Normalitas	42
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	43
4.3.3	Koefisien Determinasi	44
4.3.4	Regresi Linier Sederhana.....	45
4.4	Uji Hipotesis	47
4.4.1	Uji T (Parsial).....	47
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
4.5.1	Hasil Analisis Deskriptif Komunikasi Terapeutik.....	49
4.5.2	Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Merek	51

4.5.3 Hasil Analisis Deskriptif Komunikasi Terapeutik terhadap Loyalitas Merek.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan Alodokter.....	53
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	56