

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK.....	V
<i>ABSTRACT</i>	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Gambaran PT. Kimia Farma Tbk	1
1.1.2 Visi, Misi, dan <i>Core Values</i> PT. Kimia Farma Tbk	1
1.1.3 Gambaran <i>Kimia Farma Mobile</i>	3
1.1.4 Visi Kimia Farma Mobile.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah	16
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.6.1 Aspek Akademis	18
1.6.2 Aspek Bisnis	18
1.7 Cakupan Penelitian	19
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	19
1.8 Sistematika Penulisan	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	21
2.1.1 Pemasaran Digital.....	21

2.1.2	Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3	Aplikasi <i>M-Health</i>	23
2.1.4	<i>Positioning</i>	24
2.1.5	Perbandingan Metode <i>Positioning</i>	26
2.1.6	<i>Perceptual Mapping</i>	27
1.	Atribut Produk	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.4	Model Konseptual.....	51
BAB III		55
METODOLOGI PENELITIAN		55
3.1	Karakteristik Penelitian.....	55
3.2	Pengukuran Operasional dan Variabel	57
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	57
3.2.2	Skala Pengukuran	67
3.3	Tahapan Penelitian.....	68
3.4	Populasi, Sampel & Teknik <i>Sampling</i>	70
3.4.1	Populasi.....	70
3.4.2	Sampel	71
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	72
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	73
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
3.6.1	Uji Validitas.....	73
3.6.2	Uji Reliabilitas	77
3.7	Teknik Analisis Data	78
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	78
3.7.2	<i>Multidimensional Scaling</i>	80
BAB IV		87
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		87
4.1	Gambaran Umum Responden.....	87
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
4.2	Hasil Penelitian	90
4.2.1	Analisis Deskriptif Dimensi-Dimensi <i>e-SERVQUAL</i>	90
4.2.2	<i>Multidimensional Scaling</i>	109
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	143
4.3.1	Pembahasan Hasil Analisis Dekskriptif	143
4.3.2	Pembahasan Hasil Peringkat dan Perbaikan <i>Positioning</i> Pada Dimensi Variabel untuk Aplikasi <i>m-Health Kimia Farma Mobile</i>	143
BAB V		165
KESIMPULAN DAN SARAN		165
5.2	SARAN	167
5.2.1	SARAN ASPEK PRAKTIS	167
5.2.2	SARAN ASPEK TEORITIS	171
DAFTAR PUSTAKA		172
LAMPIRAN		179