

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
RINGKASAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Tinjauan Umum Tentang Pemasaran.....	12
B. Tinjauan Umum Tentang <i>Digital marketing</i>	16
C. Tinjauan Umum Tentang <i>Digital marketing Hospital</i>	27
D. Tinjauan Umum Tentang Keputusan Pembelian.....	29
F. Kerangka Teori.....	38
BAB III KERANGKA KONSEP	39
A. Dasar Pemikiran Variabel yang akan diteliti	39
B. Kerangka Konsep.....	41

C. Hipotesis	41
D. Definisi Operasional dan Kriteria Objektif	42
BAB IV METODE PENELITIAN	51
A. Jenis Penelitian	51
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
C. Populasi dan Sampel Penelitian	51
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Sumber Data	53
F. Pengolahan dan Data	54
G. Penyajian Data	55
H. Langkah-Langkah Penelitian	56
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
B. Hasil Penelitian	59
C. Pembahasan	70
D. Keterbatasan Penelitian	83
BAB VI PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN