

Pengaruh exposure, benefit, dan barrier terhadap perilaku penggunaan obat bebas (otc) = Influence of exposures, benefits, and barriers toward otc medicines behaviour

Listya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20480070&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini meneliti faktor-faktor yang berpengaruh dalam perilaku penggunaan obat bebas (OTC) dengan melihat juga *perceived benefit* dan *perceived barrier* responden terhadap obat bebas (OTC) dan obat herbal. Variabel yang digunakan pada riset ini berdasarkan *Health Belief Model* dan modifikasinya terutama melalui model dari penelitian yang dilakukan oleh Jones et al pada 2016 yang memperlihatkan pengaruh *exposure* selain variabel yang sudah ada seperti *barriers*, *benefit*, *efficacy*, dan *threat* terhadap perilaku terhadap kampanye vaksin H1N1. Hasil *Focus Group Discussion* terhadap 4 grup pengguna obat bebas (OTC) dan pengguna Non-OTC dengan pembeda kelas ekonomi memperlihatkan adanya pengaruh variabel *exposure*, *benefit*, dan *barrier* dalam perilaku pemilihan obat bebas (OTC) dan Non-OTC. Hasil ini kemudian direkonfirmasi melalui uji kuantitatif terhadap 404 responden diambil dengan metode *convenience sampling* di media digital. Hasil kuantitatif kemudian diuji statistik melalui *Structural Equation Model* (SEM) untuk menentukan besarnya pengaruh variabel *benefit*, *barrier*, dan *perceived trust towards exposure* terhadap pemilihan obat bebas (OTC).

This thesis examines factors that involved in consumer behaviour towards OTC medicine by also study respondent's *perceived benefit* and *perceived barrier* towards OTC and herbal medicines. Variables that uses in this research based on existing The Health Belief Model and its derivatives, particularly the result from Jones et all on 2016 that also include exposure besides existing variables, barrier, benefit, efficacy, and threat influence on behaviour at H1N1 vaccine campaign. Focus Group Discussion to 4 OTC and Non-OTC users groups showed that exposure, benefit, and barriers have influences in consumer behaviour towards OTC and Non-OTC drug medicines. The FGD result then reconfirmed to 404 respondents that select using convenience sampling in digital media. Quantitative result then statistically test by Structural Equation Model (SEM) to determined influence and relation between benefit, barrier, and perceived trust towards exposure variable to behaviour towards OTC medicine.