

Doctors' perceptions towards domestic and multinational pharmaceutical products: an investigation from developing country

Jashim Uddin Ahmed, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20443388&lokasi=lokal>

Abstrak

This exploratory study focuses on doctors' perception towards domestic and multinational pharmaceutical products. Doctors can heavily influence drug purchase decisions by performing the roles of users (sometimes), influencer, gatekeepers and deciders, while patients perform the role of buyers and users. The difference in perception was measured in terms of products, brand image and pricing. Data were collected from a sample of 15 doctors (n=15) using a questionnaire comprised of 12 questions measured in Likert scales. The study reveals that brand image is the most influential factor for price of medicines and brand image is highly related to quality and the level of promotion for the underlying product. Furthermore, doctors perceive multinational products to be different and better than domestic products due to their stronger brand image. This study highlights that doctors' preferences are not fully unbiased and can be influenced by pharmaceutical companies. Due to its exploratory nature, findings might need to be validated in a further study with a larger sample.

Studi yang bersifat eksplorasi ini fokus pada persepsi dokter terhadap produk farmasi domestik dan multinasional. Dokter dapat mempengaruhi keputusan pembelian obat dengan menjalankan peran sebagai pengguna (user), pemberi pengaruh (influencer), penjaga arus informasi (gatekeeper) dan pembuat keputusan (deciders), sedangkan pasien melakukan peran sebagai pembeli (buyer) dan pengguna (user). Perbedaan persepsi diukur dalam hal produk, citra merek dan harga. Data dikumpulkan dari sampel 15 dokter (n = 15) dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 12 pertanyaan yang diukur dalam skala Likert. Penelitian ini mengungkapkan bahwa citra merek merupakan faktor yang paling mempengaruhi harga obat-obatan dan citra merek sangat berkaitan dengan kualitas dan tingkat promosi untuk produk yang mendasarinya. Selain itu, dokter menganggap produk multinasional berbeda dan lebih baik dari produk dalam negeri karena citra merek yang lebih kuat. Penelitian ini juga memberikan kesimpulan bahwa preferensi dokter tidak sepenuhnya bebas bias dan dapat dipengaruhi oleh perusahaan obat-obatan. Karena penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi, maka temuan penelitian ini perlu divalidasi dalam studi lanjutan dengan sampel yang lebih besar.