

## 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.