

**Program Studi Sarjana Farmasi
Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan
Agustus, 2025**

ABSTRAK

Fera Handayani

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Obat Generik Dan Obat Paten Dalam Berswamedikasi Oleh Masyarakat Di Apotek Se-Kabupaten Pekalongan

Keputusan penggunaan adalah proses yang melibatkan pertimbangan konsumen untuk memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan berdasarkan faktor-faktor yang ada. Dalam berswamedikasi, keputusan penggunaan merujuk pada proses pengambilan keputusan oleh masyarakat dalam memilih antara obat generik dan obat paten. Menurut data DINKES tahun 2025 data Apotek di Kabupaten Pekalongan sebanyak 127 Apotek. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan obat generik dan paten dalam berswamedikasi oleh masyarakat di Apotek Se-Kabupaten Pekalongan. Faktor-faktor yang diteliti meliputi persepsi harga, persepsi kualitas, dan karakteristik sosiodemografi seperti tingkat pendidikan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif observasional dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling* dengan membagikan kuesioner kepada responden. Hasil penelitian ditemukan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan obat pada indikator keterjangkauan harga dan daya saing harga dengan perolehan Sig. sebesar 0,020 dan 0,037 ($<0,05$). Sedangkan pada Persepsi Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan obat pada indikator Kesan kualitas obat dengan perolehan Sig. 0,000 ($<0,05$). Adapun pada variabel tingkat pendidikan tidak memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan penggunaan obat dengan perolehan Sig. 0,850 ($>0,05$). Hasil temuan persepsi harga mempengaruhi keputusan penggunaan obat generik konsisten dengan konsep *Perceived Benefit* dan *Perceived Barrier* dalam *Theory Health Belief Model*, yang menyatakan bahwa masyarakat melihat harga murah sebagai manfaat, namun ragu terhadap kualitas sebagai hambatan.

Kata Kunci: *Keputusan Penggunaan, Obat Generik, Obat Paten, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas*

Undergraduate Program in Pharmacy
Faculty of Health Sciences
University of Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan
August, 2025

ABSTRACT

Fera Handayani

An Analysis of Factors Influencing People's Decision to Use Generic and Branded Medicines for Self-Medication at Pharmacies in Pekalongan Regency

The decision to use medicines is a process involving consumer considerations in selecting and using a product or service based on various influencing factors. In self-medication, this decision refers to the process by which individuals choose between generic and branded medicines. According to the data from the Health Office in 2025, there are 127 pharmacies in Pekalongan Regency. This study aimed to analyse the factors influencing the decision to use generic and branded medicines for self-medication by the community at pharmacies in Pekalongan Regency. The factors being examined included price perception, quality perception, and sociodemographic characteristics such as education level. This research employed a quantitative approach with descriptive observational design and purposive sampling technique by distributing questionnaires to respondents. The findings indicated that price perception had a positive and significant influence on the decision to use medicines for the indicators of price affordability and price competitiveness, with significance values of 0.020 and 0.037 (<0.05). Quality perception also showed a positive and significant influence on the decision to use medicines for the indicator of perceived drug quality, with a significance value of 0.000 (<0.05). Meanwhile, education level did not show a significant association with the decision to use medicines, with a significance value of 0.850 (>0.05). The finding that price perception affects the decision to use generic medicines aligns with the Perceived Benefit and Perceived Barrier concepts in the Health Belief Model Theory suggesting that the community views low price as a benefit while doubting quality as a barrier.

Keywords: *branded medicines, decision making, generic medicines, price perception, quality perception*