

FAKTOR KEPUTUSAN MAHASISWA FARMASI STIFI BHAKTI PERTIWI DALAM PEMBELIAN OBAT BEBAS DI KOTA PALEMBANG

Budi Indrawati^{1*}, Vika Natasia Rahajeng², Viko Duvadilan Wibowo³

¹Prodi Sarjana Farmasi STIFI Bhakti Pertiwi, email: indrawati.budi5@gmail.com

²Prodi Sarjana Farmasi STIFI Bhakti Pertiwi, email: kanara_zone@yahoo.com

³Prodi Sarjana Farmasi STIFI Bhakti Pertiwi, email: dr.vikodw@gmail.com

*Corresponding author email: indrawati.budi5@gmail.com

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah penduduk yang melakukan pengobatan sendiri, dampak ketersediaan obat bebas di apotik, toko obat, minimarket bahkan di warung. Upaya pengobatan sendiri tidak sepenuhnya kurang baik, namun penggunaan obat-obatan dari pengobatan sendiri dalam jangka waktu lama cenderung berbahaya. Strategi komunikasi yang berbasis data mengenai situasi masyarakat, yaitu pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam pemilihan obat yang aman, bermanfaat, dan bermutu perlu dirancang sehingga menghasilkan komunikasi, edukasi yang baik dan komprehensif agar tujuan pemberdayaan masyarakat tercapai. Perilaku dalam membeli dipengaruhi salah satunya faktor psikologis, yaitu faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, serta sikap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian obat bebas di Kota Palembang. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data primer dan skala Likert. Sampel 140 responden mahasiswa farmasi. Alat analisis dengan SPSS v.26. Hasil penelitian dan kesimpulan menunjukkan secara parsial Motivasi dan Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian obat bebas, sedangkan secara parsial Persepsi dan Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian obat bebas, dan secara simultan Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian obat bebas, artinya model penelitian ini layak. Saran untuk penelitian lebih lanjut perlu untuk menambah variabel faktor perilaku konsumen lainnya.

Kata Kunci: *Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Sikap, Keputusan pembelian, Obat Bebas*

PENDAHULUAN

Latar Belakang : Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), persentase penduduk Sumatera Selatan yang melakukan pengobatan sendiri selama sebulan terakhir mencapai 77,27% pada tahun 2021% (BPS, 2022). Persentase tersebut meningkat dibandingkan pada tahun 2020 yang sebesar 65,71(BPS, 2021). Hal ini dapat disebabkan karena ketersediaan obat bebas (obat-obatan yang dapat diperoleh secara bebas) serta kemudahan untuk menemukan tempat penjualan obat bebas apotek, toko obat, dan minimarket atau warung.

Upaya pengobatan secara mandiri tidak sepenuhnya buruk, namun penggunaan obat-obatan dari pengobatan sendiri dalam jangka waktu lama cenderung berbahaya. Jika kesehatan tak kunjung membaik setelah upaya dilakukannya pengobatan sendiri, diharapkan masyarakat melakukan rawat inap dan rawat jalan (Bayu, 2022). Obat yang tidak aman, tidak bermutu dan tidak digunakan dengan benar dapat menimbulkan berbagai masalah bagi kesehatan.

Pada umumnya pengobatan sendiri dilakukan untuk mengatasi penyakit ringan, seperti demam, nyeri, batuk, flu, diare, maag serta beberapa jenis penyakit kulit.

Pengobatan sendiri dapat menjadi alternatif yang diambil masyarakat untuk meningkatkan keterjangkauan pengobatan.

Pemberdayaan masyarakat perlu diupayakan agar masyarakat cerdas dan bertanggung jawab dalam memilih obat dan makanan sehingga peredaran obat dan makanan yang tidak aman dapat ditekan. Strategi komunikasi yang berbasis data mengenai situasi masyarakat, yaitu pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam pemilihan obat yang aman, bermanfaat, dan bermutu perlu dirancang sehingga menghasilkan komunikasi, edukasi yang baik dan komprehensif agar tujuan pemberdayaan masyarakat tercapai.

Obat berdasarkan Undang-undang Kesehatan nomor 36 tahun 2009 adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi untuk manusia (Kementrian Kesehatan, 2009). Penggunaan sediaan farmasi bila tidak tepat sangat berbahaya dan dapat berakibat fatal sampai pada kematian, sehingga diperlukan pengawasan yang ketat terhadap obat dan makanan mulai dari pengawasan sebelum obat beredar, pengawasan obat pasca beredar sampai dengan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan efektifitas pengawasan obat (Selma Siahaan et al., 2017).

Banyaknya masalah dalam penggunaan obat oleh masyarakat maupun tenaga kesehatan, akibat minimnya pengetahuan dan informasi tentang penggunaan obat secara benar, melatarbelakangi diluncurkannya Gerakan Masyarakat Cerdas Menggunakan Obat (GeMa CerMat) oleh Kementerian Kesehatan RI.

GeMa CerMat merupakan upaya bersama pemerintah dan masyarakat melalui serangkaian kegiatan dalam rangka meningkatkan kepedulian, kesadaran, pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam penggunaan obat secara tepat dan benar. Dirjen Farmalkes (Direktorat Jenderal

Kefarmasian dan Alat Kesehatan) mengajak masyarakat untuk bersama “Gunakan Obat secara Tepat, Baca Informasi dengan Cermat”. (Dirjen Farmalkes, 2019).

Green (1980) dalam (Puji Ningrum Pratiwi, Liza Pristianty, Gusti Noorizka V.A, 2014) menyatakan bahwa perilaku kesehatan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, keyakinan, nilai-nilai (*predisposing factor*); fasilitas kesehatan, sarana kesehatan, sumber daya (*enabling factor*); dan tokoh masyarakat, pelayanan petugas kesehatan, teman, keluarga (*reinforcing factor*). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Supardi *et.al*, yang menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan pengetahuan maka jumlah individu yang memiliki sikap dan berperilaku pengobatan sendiri sesuai aturan juga meningkat (Sudibyo Supardi, Ondri Dwi Sampurno, 2004).

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler - Keller, 2009).

Perilaku seseorang dalam membeli dipengaruhi oleh banyak faktor, yaitu faktor strategi pemasaran perusahaan, faktor ekonomi, teknologi, politik, juga dipengaruhi oleh faktor karakteristik pembeli yaitu : faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor psikologis meliputi : faktor motivasi, persepsi, pengetahuan (pembelajaran), serta sikap (Schiffman-Kanuk, 2007).

Rumusan Masalah: apakah ada pengaruh secara parsial dan simultan faktor Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian obat bebas di Kota Palembang.

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan faktor Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian obat bebas di Kota Palembang.

Kebaharuan : Kebaharuan penelitian adalah respondennya mahasiswa farmasi khusus semester akhir, sehingga diharapkan dapat

memberikan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya dibidang farmasi.

Penelitian Sebelumnya : Penelitian Felisitas *et. al* menunjukkan responden memiliki tingkat pengetahuan yang masuk dalam kategori kurang (40,5%) dan perilaku swamedikasi yang tepat (97,4%). Variabel tingkat pengetahuan dan tingkat perilaku memiliki hubungan signifikan (p-value=0,006) (Felisitas & , Liza Pratiwi, 2022).

Hasil penelitian Daulay dan Putri, bahwa secara parsial variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah (Raihanah Daulay, 2018). Hasil penelitian Merna bahwa variabel motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian KFC (Merna M. M. Tompunu, 2014), Demikian pula penelitian Helmy bahwa secara simultan motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian Air Minum Isi Ulang, (Muhammad Helmy Reza1, 2021).

Kontribusi Penelitian : Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi masyarakat konsumen obat bebas dan produsen obat bebas serta PBF (Pedagang Besar Farmasi).

METODE DAN PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian : Lokasi penelitian dilakukan di STIFI Bhakti Pertiwi Kota Palembang.

Alat dan Bahan : Data penelitian diolah menggunakan alat uji aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* atau *Statistical Product for Service Solutions*) Versi 26.

Prosedur Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2014) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu kebenaran melalui pengujian hipotesis tentang sebab akibat antara berbagai variabel yang diteliti

atau yang dikenal dengan penelitian *explanatory*. Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh responden.

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa farmasi STIFI Bhakti Pertiwi semester 7 (S1) dan semester 5 (D3), dengan sampel 140 responden. Analisis data menggunakan uji instrumen penelitian (uji validitas, uji reliabilitas), uji regresi (koefisien regresi, koefisien determinasi), uji hipotesis (uji t, uji F), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi) dengan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* atau *Statistical Product for Service Solutions*) Versi 26, dan terakhir menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden berdasarkan Gender menunjukkan bahwa responden terbesar adalah perempuan yaitu sebesar 94,3 persen. Karakteristik responden berdasarkan Usia menunjukkan bahwa kelompok usia terbesar adalah responden yang rentang usia 21 - 25 tahun sebesar 52,1%. Karakteristik responden berdasarkan Tingkat Pendidikan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden terbesar adalah tingkat pendidikan SMA/SMU yaitu 99,3 persen. Untuk kelompok Program Studi yang terbanyak menjadi responden adalah Prodi S1 Farmasi sebesar 75,7 persen.

Hasil uji validitas pertama ditemukan satu pernyataan kuesioner yang nilainya berada di bawah 0,1660, sehingga pernyataan kuesioner tersebut dihapus dari daftar kuesioner. Kemudian dilakukan uji validitas kembali yang memberikan hasil bahwa semua butir-butir atau item pernyataan kuesioner valid, karena nilainya berada di atas nilai r tabel 0,1660 (Sujarweni, 2018).

Tabel 1. Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	27

(Sumber.: Output SPSS)

Pada tabel. 1 di atas, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,899 berada di atas 0.7, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel. Sehingga kuesioner yang digunakan layak untuk mengukur variabel (Sugiyono, 2013).

Tabel 2. Hasil uji regresi berganda & koefisien determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.584 ^a	.341	.321	2.586	1.855

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3
 b. Dependent Variable: Y

(Sumber.: Output SPSS)

Dari hasil uji regresi persamaan model penelitian pada tabel 2 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,341 yang berarti variabel Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap mampu menjelaskan variabel Keputusan Pembelian hanya sebesar 34 persen, sedangkan sisanya 66 persen dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

$$Y = 8,657 + 0,607 X_1 - 0,074 X_2 + 0,066 X_3 + 0,300 X_4 + e$$

Uji - t (Sig.)	:	(0,021)	(0,769)	(0,578)	(0,000)
Uji - F (Sig.)	:	0,000			
R^2	:	0,341			

Dari hasil uji normalitas menggunakan Kolmogrov-Smimov pada tabel 3 dapat dilihat bahwa diperoleh Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, nilai tersebut lebih besar dari 0.05. hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal (Heryanto, 2018). Berarti model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

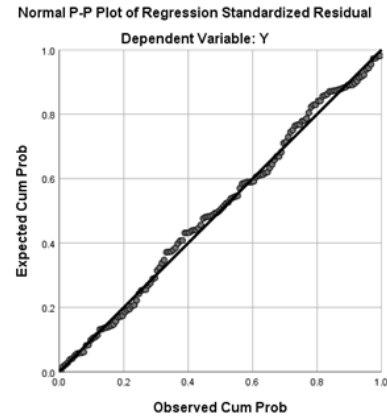
Tabel 3. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54839818
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.032
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

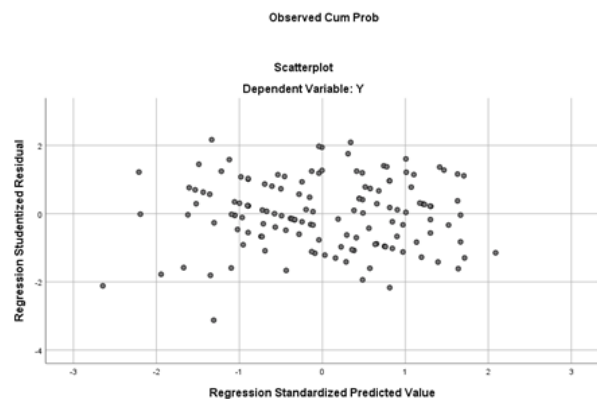
(Sumber.: Olahan Data SPSS)

Dari hasil grafik gambar 1 di bawah, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi layak dipakai untuk prediksi variabel dependen berdasarkan masukan variabel independen.



Gambar Grafik 1. Hasil uji normalitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas, pada grafik gambar 2 di bawah, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Santoso, Singgih, 2018), sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi Keputusan Pembelian berdasarkan variabel independen (motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap).



Gambar Grafik 2. Hasil uji heteroskedastisitas

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai Tolerance untuk Variabel Motivasi (X_1) sebesar 0,919 dan nilai Tolerance untuk Persepsi (X_2) = 0,794 dan

nilai Tolerance untuk pengetahuan (X3) = 0,647 dan Sikap (X4) sebesar 0,614, dan nilai Tolerance tersebut masing-masingnya lebih besar dari 0,1 berarti bebas dari multikolineritas (Sujarweni, 2018).

Tabel 4. Hasil uji multikolineritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.657	3.053			2.836	.005		
X1	.607	.259	.170		2.340	.021	.919	1.088
X2	-.074	.251	-.023		-.294	.769	.794	1.259
X3	.066	.118	.048		.558	.578	.647	1.546
X4	.300	.054	.497		5.577	.000	.614	1.628

a. Dependent Variable: Y
(Sumber: Output SPSS)

Demikian pula nilai VIF untuk Variabel Motivasi sebesar 1,088 dan nilai untuk Persepsi = 1,259 dan nilai untuk Pengetahuan sebesar 1,546 dan nilai untuk Sikap = 1,628 nilai masing-masing VIF semuanya di bawah 10, berarti bebas dari masalah multikolineritas (Widarjono, 2015). Berarti tidak ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian berdasarkan variabel independen.

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai DW = 1,855 (Lihat tabel 2), jika menggunakan $\alpha = 5\%$, dan dengan sampel (n)=140 dan jumlah variabel independen (k) = 4, maka nilai dL = 1.6803 dan nilai dU = 1.7678. (Tabel DW).

Untuk mengetahui tidak ada autokorelasi menurut Algifari yaitu : $dU < DW < (4 - dU)$ yaitu $1.7678 < 1.855 < (4 - 1.7678 = 2.2322)$, berarti tidak ada autokorelasi karena 1.855 berada diantara 1.7678 dan 2.2322 (Algifari, 2017).

Menurut Santoso untuk deteksi mengetahui tidak ada autokorelasi, yaitu angka DW di antara -2 sampai 2, berarti tidak ada autokorelasi karena 1.855 berada diantara -2 dan 2. (Santoso Singgih, 2018). Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi.

Dari tabel 4 dapat diketahuhi hasil uji-t, yaitu memberikan nilai sig. Motivasi (X1) sebesar 0,021 lebih kecil daripada $\alpha=0,05$, berarti hipotesis H1 diterima, maka secara

parsial Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas.

Nilai sig. Persepsi (X2) sebesar 0,769 lebih besar dari $\alpha=0,05$, berarti hipotesis H2 ditolak, maka secara parsial Persepsi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk nilai sig. Pengetahuan (X3) sebesar 0,578 lebih besar daripada $\alpha=0,05$, berarti hipotesis H3 ditolak, maka secara parsial Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas.

Dari hasil uji-t juga memberikan nilai sig. Sikap (X4) sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$, Berarti hipotesis H4 diterima, maka secara parsial Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dari hasil uji-F pada Tabel 5 secara simultan memberikan nilai sig.F sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Berarti hipotesis H5 diterima, maka secara simultan Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian obat bebas oleh mahasiswa farmasi.

Tabel 5. Hasil uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	466.831	4	116.708	17.454	.000 ^b
Residual	902.712	135	6.687		
Total	1369.543	139			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3
(Sumber: Olahan Data SPSS)

Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

Berdasarkan hasil uji-t, menunjukkan bahwa secara parsial variabel Motivasi berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian obat bebas. Artinya tanpa pengaruh bersama-sama dengan variabel independen lainnya, variabel Motivasi tetap mempunyai pengaruh sendiri dalam keputusan pembelian obat bebas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Daulay dan Putri, yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Raihanah Daulay, 2018). Demikian pula hasil penelitian Merna, bahwa secara parsial motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Merna M. M. Tompunu, 2014), dan demikian pula penelitian Helmy menunjukkan bahwa secara

parsial Motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Muhammad Helmy Reza1, 2021).

Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

Hasil uji-t menunjukkan bahwa secara parsial variabel Persepsi tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian obat bebas, berarti Hipotesis H2 ditolak. Dapat diartikan bahwa tanpa pengaruh faktor variabel independen lainnya, maka faktor Persepsi mahasiswa farmasi sebagai kosumen, tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas.

Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

Hasil uji-t menunjukkan secara parsial tidak ada pengaruh variabel Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian obat bebas, berarti Hipotesis H3 ditolak. Dapat diartikan bahwa tanpa pengaruh faktor variabel independen lainnya, maka faktor Pengetahuan mahasiswa farmasi sebagai kosumen, tidak berpengaruh kepada keputusan pembelian obat bebas.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Helmy yang menunjukkan bahwa secara parsial Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Muhammad Helmy Reza1, 2021).

Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

Hasil uji-t menunjukkan ada pengaruh variabel Sikap secara parsial terhadap Keputusan Pembelian obat bebas. Artinya tanpa pengaruh bersama-sama dengan variabel independen lainnya, variabel Sikap tetap mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian obat bebas.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Merna, bahwa secara parsial sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Merna M. M. Tompunu, 2014).

Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian secara simultan

Hasil uji-F menunjukkan bahwa ada pengaruh faktor Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan

Sikap secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Artinya faktor-faktor psikologis perilaku konsumen teori Kotler serta Schiffman-Kanuk terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas di Palembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Merna yang memberi hasil bahwa variabel motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Merna M. M. Tompunu, 2014), Demikian pula penelitian Helmy bahwa secara simultan motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (Muhammad Helmy Reza1, 2021).

SIMPULAN

Kesimpulan: 1). Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 2). Persepsi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 3). Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 4). Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 5). Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian obat bebas di Palembang.

Implikasi: bagi konsumen perlu memahami faktor-faktor psikologis perilaku konsumen bersama-sama dalam keputusan pembelian obat bebas. Bagi produsen obat bebas, dapat mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen, sehingga menjadi perhatian dalam sosialisasi dan promosinya.

Batasan: sampel dalam penelitian ini terbatas 140 responden.

SARAN

Penelitian ini dapat diteliti lebih lanjut dengan menambah variabel dari faktor-faktor perilaku konsumen lainnya .

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2017). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Ketiga). BPFE Yogyakarta.
- Bayu, D. (2022). Makin Banyak Orang Indonesia Pilih Berobat Sendiri saat

Sakit Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul “Makin Banyak Orang Indonesia Pilih Berobat Sendiri saat Sakit”. Author: Dimas Bayu. Editor: Dimas Bayu. Klik selengkapnya di sini: [ht. DataIndonesia.Id.](https://dataindonesia.id/ragam/detail/makin-banyak-orang-indonesia-pilih-berobat-sendiri-saat-sakit)

- <https://dataindonesia.id/ragam/detail/makin-banyak-orang-indonesia-pilih-berobat-sendiri-saat-sakit>
- BPS. (2021). *Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>
- BPS. (2022). *Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>
- Dirjen Farmalkes. (2019). *Cerdas Menggunakan Obat*. <https://farmalkes.kemkes.go.id/2019/08/cerdas-menggunakan-obat-2/>
- Felisitas, & , Liza Pratiwi, S. R. (2022). Analisis Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Program Studi Farmasi Terhadap Swamedikasi Obat Bebas dan Bebas Terbatas. *Journal Syifa Sciences and Clinical Research (JSSCR)*, 4.
- Heryanto, I. et al. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel*. Informatika Bandung.
- Kementrian Kesehatan. (2009). *UU Kesehatan*. https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/UU_36_2009_Kesehatan.pdf
- Kotler-Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler - Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Merna M. M. Tomponu. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Mall Menado. *Jurnal EMBA*, 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/ember/article/view/5626>
- Muhammad Helmy Reza1, F. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Air Isi Ulang Pada Depot Air Minum Bale Syiar Kec. Kuripan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 4. <https://aliansi.ugr.ac.id/index.php/aliansi/article/view/209/182>
- Puji Ningrum Pratiwi, Liza Pristianty , Gusti Noorizka V.A, A. I. S. (2014). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Swamedikasi Obat Anti – Inflamasi Non – Steroid Oral Pada Etnis Thionghoa di Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 1. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jfk2f9c08f4e9full.pdf>
- Raihanah Daulay, R. E. P. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah’ Aisyiah*. <http://www.appptma.org/wp-content/uploads/2019/07/48.978-623-90018-0-3.pdf>
- Santoso Singgih. (2018). *Mahir Statistik Parametrik, Konsep dasar dan aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Schiffman-Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Indeks, Jakarta.
- Selma Siahaan, T. U., Pujiati, S., Tarigan, I. U., Murhandini, S., Isfandari, S., & Tiurdinawati. (2017). Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Masyarakat dalam Memilih Obat yang Aman di Tiga Provinsi di Indonesia. *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 7. <https://media.neliti.com/media/publications-test/178574-pengetahuan-sikap-dan-perilaku-masyaraka-cd75e2e2.pdf>
- Sudibyo Supardi, Ondri Dwi Sampurno, M. N. (2004). Pengaruh Penyuluhan Obat Terhadap Peningkatan Perilaku PengobatanSendiri Yang Sesuai Dengan Aturan. *Buletin Penelitian Kesehatan*,

32.

<https://media.neliti.com/media/publications-test/65362-pengaruh-penyuluhan-obat-terhadap-pening-02a7a198.pdf>

dan SmartPLS. YKPN Yogyakarta.

Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian*. Alfabeta Bandung.

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, Amos*