

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pola persepsian obat anti kolesterol oleh dokter. Desain riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan desain riset kausal dengan metode survei yang menggunakan 150 responden dokter spesialisasi yang meresepkan obat anti kolesterol (dokter umum, dokter ahli penyakit dalam, dokter ahli jantung, dokter ahli syaraf) di Jakarta dan Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive random sampling.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pola persepsian obat anti kolesterol oleh dokter. Variabel yang diteliti adalah pertimbangan harga, pengaruh persepsi profil produk, pengaruh persepsi medical representative dan perusahaan, persepsi mengenai rekomendasi dokter ahli dan pengalaman klinis, ketersediaan obat.

Hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis biplot didapatkan gambaran mengenai kedekatan atribut dengan merek obat anti kolesterol yang diamati. Sedangkan dengan analisis faktor dan regresi linier, diperoleh kesimpulan bahwa faktor pengaruh persepsi profil produk, pengaruh persepsi medical representative dan perusahaan, persepsi mengenai rekomendasi dokter ahli dan pengalaman klinis, harga yang ekonomis dan ketersediaan obat adalah mempengaruhi dokter dalam keputusan meresepkan obat anti kolesterol. Sedangkan faktor yang mempengaruhi secara simultan dan signifikan terhadap keputusan meresepkan obat anti kolesterol adalah persepsi profil produk, pengaruh persepsi medical representative dan perusahaan, persepsi mengenai rekomendasi dokter ahli dan pengalaman klinis dan ketersediaan obat.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA