

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan tahun 2020 seluruh bangsa di dunia sedang dilanda wabah virus covid-19, namun tidak di Indonesia saja di berbagai negara dunia pun terkena dampak virus yang pertama kali ditemukan di Negara Cina. Oleh karena itu, sejak awal munculnya virus tersebut, Presiden Indonesia menghimbau masyarakat agar memperhatikan kesehatan mereka, terlebih untuk meningkatkan imunitas tubuh.

Akibat penyebaran virus tersebut, penduduk Indonesia menjadi lebih sadar akan kesehatan serta kebersihan. Studi Nielsen mengemukakan bahwa 44% pelanggan lebih cenderung mengonsumsi produk kesehatan serta 37% lebih cenderung mengonsumsi vitamin. Berdasarkan industri teknologi medis mClinica, permintaan obat-obatan serta vitamin telah meningkat lebih dari 100% dibandingkan awal pandemi. Menurut peninjauan yang dilakukan, salah satu penyebab tingginya permintaan tersebut adalah karena banyak orang yang merasa lebih aman serta nyaman membeli obat di Apotek daripada pergi ke rumah sakit untuk berobat.

Keputusan pembelian ialah "*Consumer behavior is the study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*" maksudnya perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, serta organisasi dimana mereka dapat memilih, membeli, memakai barang, jasa, ide serta pengalaman buat memuaskan keperluan serta harapan mereka (Kotler & Amstrong, 2016:177).

Keputusan pembelian ialah keputusan pembeli dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, serta proses (Buchari Alma, 2013:96). Dengan demikian, sikap pembeli terhadap pengolahan seluruh keterangan serta menarik ketetapan berbentuk tanggapan yang seolah-olah merupakan produk yang dibeli.

Proses mengevaluasi dan memilih dari berbagai alternatif menurut keperluan tertentu dengan mengidentifikasi opsi yang di duga sangat bermanfaat (Machfoedz, 2013:44).

Pada dunia farmasi dan obat-obatan, terdapat dua tipe obat yang beredar, yakni obat generik serta obat paten. Obat generik ialah obat yang biasanya hanya berlogo "Generik" tanpa nama perusahaan pembuat obat tersebut. Obat generik berlogo tidak dikenakan biaya iklan, jadi mempunyai harga jual yang pasti terjangkau. Sedangkan obat paten yakni obat baru yang dibuat dan dijual oleh industri farmasi yang sudah memiliki hak paten. Hal inilah yang membuat harga obat generik lebih rendah dibandingkan harga obat paten, sebab obat generik tidak harus lagi membayar pengeluaran buat mematenkan obat.

Selama sakit, banyak pasien meminta dokter untuk membuat resep obat paten daripada obat generik. Sebab, obat paten lebih bisa diandalkan apalagi harganya relatif tinggi serta formulasinya lebih kuat daripada obat generik. Besarnya orang berpikir obat paten lebih bagus daripada obat generik akibatnya obat generik memiliki harga rendah serta kualitasnya rendah. Hanya karena lebih rendah, tidak berarti obat generik tidak lebih bagus dari obat paten.

Dalam manajemen pemasaran, harga ialah salah satu variabel bauran pemasaran yang sangat utama. Harga yakni satu-satunya komponen bauran

pemasaran yang menimbulkan keuntungan penjualan, sementara itu, komponen lain namun merupakan elemen biaya (Assauri, 2014:223).

Tempat penjualan obat yang legal di Indonesia lazimnya disebut Apotek, salah satu gerai yang menjual obat-obatan baik obat generik ataupun obat paten di Surabaya adalah Apotek Jambangan. Menurut hasil observasi, bahwa banyak sekali konsumen yang memutuskan untuk membeli obat paten dibanding obat generik, sementara khasiat antara obat generik maupun obat paten sebenarnya sama. Hal ini yang memotivasi pengkaji untuk menganalisis apakah keputusan pembelian konsumen itu didasarkan dari harga, gengsi dan sebagainya. Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti apakah jenis obat generik dan obat paten berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau dari harga obat generik dan obat paten yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian?

Menurut latar belakang yang sudah dijelaskan, jadi pengkaji memberi judul penelitian ini "Pengaruh Citra Obat Generik, Citra Obat Paten, Harga Obat Generik dan Harga Obat Paten Terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Jambangan"

1.2 Rumusan Masalah

Seperti dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam analisis ini meliputi:

1. Apakah citra obat generik dan citra obat paten berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Apotek Jambangan?
2. Apakah harga obat generik dan harga obat paten berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Apotek Jambangan?
3. Manakah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di Apotek Jambangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan tujuannya untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra obat generik dan citra obat paten secara parsial terhadap keputusan pembelian di Apotek Jambangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga obat generik dan harga obat paten secara parsial terhadap keputusan pembelian di Apotek Jambangan.
3. Untuk mengetahui manakah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Apotek Jambangan.

1.4 Manfaat penelitian

1. Aspek akademis

Hasil analisis bisa dibuat referensi untuk mahasiswa khususnya mahasiswa manajemen pemasaran yang melakukan penelitian tentang pengaruh citra obat generik, citra obat paten, harga obat generik serta harga obat paten di Apotek Jambangan.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Sebagai acuan untuk pengkaji selanjutnya yang kemudian memakai konsep yang lebih lengkap serta memberikan tambahan pengetahuan bagi rakyat mengenai obat generik serta obat paten.

3. Aspek praktis

Hasil analisis ini mampu menambah pengetahuan baru dan pemahaman yang lebih luas, maka dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pengadaan publik saat memilih jenis obat, baik obat generik ataupun obat paten. Serta dapat memberi kontribusi untuk Apotek Jambangan serta Apotek lainnya.