

ABSTRAKSI

Pola hidup yang sehat saat ini merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh masyarakat. Banyak dari masyarakat mengkonsumsi suplemen, salah satunya suplemen otak untuk menunjang kesehatan mereka. Proses fisiologis dan juga proses psikologis pasien dibutuhkan dalam efektifitas dari suplemen otak. Pengaruh atas keyakinan dan stimuli tersebut dikenal dengan efek plasebo. Efek plasebo muncul akibat keyakinan atas harapan/ekspektasi konsumen. Selain itu efek plasebo juga muncul akibat dari adanya persepsi harga kualitas dari konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain 2x2 eksperimental dan dianalisis pengaruhnya terhadap efektifitas suplemen otak. Partisipan dalam penelitian ini melibatkan 120 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga yang diberikan suplemen dan diberikan uji *word-puzzle* untuk melihat efektifitas dari suplemen otak tersebut. Jawaban partisipan selanjutnya ditabulasi dan dianalisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan efek plasebo suplemen otak pada harga tinggi dan harga rendah, kemudian terdapat perbedaan efek plasebo pada ekspektasi tinggi dan ekspektasi rendah.

Temuan dalam penelitian ini menawarkan serangkaian kontribusi bagi para akademisi maupun praktisi pemasaran khususnya untuk merespon fenomena minat konsumen dalam membeli obat-obatan dengan harga yang tinggi maupun harga yang rendah.

Kata Kunci: Harga tinggi dan harga rendah, Ekspektasi, Efek plasebo.

ABSTRACT

A healthy lifestyle now is a concern considered by the public. Many of the people taking the supplement, one brain supplements to support their health. Many of the people consume the supplement, to support their health people choosing brain suplemen. Physiological processes and also the patient's psychological processes needed in the effectiveness of brain supplements. The influence on beliefs and stimuli is known as the placebo effect. The placebo effect arise due a conviction of expectations / consumer expectations. In addition to the placebo effect also appears to result from the perception of the quality of the consumer price.

This research was conducted by using a 2x2 experimental design and analyzed its impact on the effectiveness of brain supplements. Participants in the study involving 120 students in Economic and Bisnis Faculty and Vocational Faculty of Airlangga University who given supplements and given the word-puzzle test to look at the effectiveness of the brain supplements. The answer of participants were tabulated and analyzed. The results showed that there are differences of the placebo effect at a high price and low price in brain supplements, and then there are differences of the placebo effect in high expectations and low expectations.

The findings in this study offers a contribution to the academic and marketers to respond to the phenomenon of consumer interest in buying medicine with a high price and low price.

Keywords : Price, Expectation, Placebo Effect