

# **PENGARUH PARENTAL STYLE DAN PENDAPATAN KELUARGA TERHADAP KETERLIBATAN ANAK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KELUARGA**

Muhammad Agung Miftahuddin  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto

BM. Purwanto  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Yogyakarta  
E-mail: amif\_ump@yahoo.com

## **Abstract**

*The objective of this research is to investigate the effect of parental style and family income on children's involvement in family purchasing decision. Using dyadic method, the samples of this research consist of 43 parent (fathers or mothers) and 43 children whose ranged 11-16 years old as respondent. The result of this research shows that parental style, with its four dimensions (authoritative, authoritarian, indulgent and neglecting), has no significant difference on children's involvement in family purchasing decision. Another result in this research shows that family income difference does not influence the children's involvement level in family purchasing decision. The last, it is also indicated that children using bilateral strategy have a higher signification of influence than those who use unilateral strategy.*

**Keywords:** *Consumer Socialization, Parental Style, Involvement, Family Purchasing Decision, Children's Choice Influence Strategy*

## **Abstrak**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya pengasuhan dan pendapatan keluarga terhadap keterlibatan anak dalam keputusan pembelian keluarga. Dengan menggunakan metode diad, sampel penelitian ini terdiri dari 43 orang tua (ayah atau ibu) dan 43 anak-anak yang berusia berkisar 11-16 tahun sebagai responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya pengasuhan, dengan empat dimensi (otoritatif, otoriter, memanjakan dan mengabaikan), tidak memiliki perbedaan yang signifikan mengenai keterlibatan anak dalam keputusan pembelian keluarga. Hasil lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan pendapatan keluarga tidak mempengaruhi tingkat keterlibatan anak-anak dalam keputusan pembelian keluarga. Yang terakhir, juga menunjukkan bahwa anak-anak menggunakan strategi bilateral memiliki makna lebih tinggi daripada mereka yang menggunakan strategi unilateral.*

---

**Kata kunci:** *Sosialisasi Konsumen, Parental Style, Keterlibatan, Keputusan Pembelian Keluarga, Anak Pilihan Pengaruh Strategi*

Keluarga sebagai unit terkecil dalam masyarakat menjadi konsumen penting yang ada di pasar. Schiffman dan Kanuk (1987) mendefinisikan keluarga sebagai dua orang atau lebih yang mempunyai hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama dan saling berinteraksi untuk memuaskan kebutuhan pribadi secara timbal balik di antara mereka. Penelitian yang mengambil *setting* keluarga untuk menyoroti peran suami dan istri dalam proses keputusan pembelian telah banyak dilakukan (Commuri dan Gentry, 2000).

Anak sebagai salah satu bagian dari keluarga, mengalami peran yang relatif meningkat dalam keputusan konsumsi keluarga. Hal ini menurut Assael (1998) dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu: 1. banyaknya ibu yang bekerja diluar rumah, 2. besarnya proporsi orang tua *single parent*, dan 3. banyaknya rumah tangga yang *dual earning*. Fenomena ini tidak dapat dipisahkan dari proses sosialisasi konsumen (*consumer socialization*).

Ward dalam Carlson dan Grossbart (1999) mendefinisikan sosialisasi konsumen sebagai proses yang memungkinkan seseorang memperoleh kemampuan, pengetahuan dan sikap yang relevan dalam fungsi mereka sebagai konsumen di pasar melalui interaksi dengan agen sosialisasi (orang tua, teman sebaya, sekolah, dan media massa). Orang tua sebagai salah satu agen sosialisasi memiliki kedudukan yang strategis dalam pembentukan perilaku anak. Darling (1999) menyatakan, orang tua dapat berbeda cara dalam

mempengaruhi, mengajari, dan mengawasi anak mereka. Data empiris mengungkapkan bahwa tipologi pola asuh orang tua (*parental style*) diindikasikan memiliki keterkaitan dengan pola interaksi orang tua terhadap anak.

*Parental style* merupakan kumpulan sikap orang tua yang dikomunikasikan terhadap anak yang secara bersama menciptakan sebuah kondisi emosional yang ditunjukkan melalui perilaku (Darling dan Steinberg 1993). Maccoby dan Martin dalam Darling (1999) bahwa *typology parental style* disusun atas empat tipe berbeda. *Pertama, authoritarian*. *Authoritarianism* merupakan tipe orang tua yang melakukan pengendalian yang sangat ketat terhadap anak melalui seperangkat aturan baku serta memberlakukan hukuman jika anak tidak patuh (Carlson dan Grossbart 1988).

*Kedua, authoritative*. *Authoritative* adalah tipe orang tua yang menyeimbangkan antara hak orang tua dan hak anak, menghargai *otonomi* anak, bersikap hangat dan mendorong tetapi juga menerapkan aturan baku agar anak dapat bertanggung-jawab (Baumrind 1971 dalam Carlson dan Grossbart 1988). *Ketiga, indulgent*. *Indulgent* adalah tipe orang tua yang serba mengijinkan, tidak suka memerintah, serta menghindari perselisihan (Baumrind 1991). *Terakhir, neglecting*. *Neglecting* adalah tipe orang tua yang memberikan kebebasan terhadap anak dan tidak memiliki aturan yang jelas serta sedikit tanggung-jawab.

Maccoby dan Martin dalam Darling (1999), bahwa *parental style* dapat diurut dalam dua dimensi yaitu *responsiveness* dan *demandingness*. *Responsiveness* berarti bahwa orang tua terlibat dalam berbagai aktifitas yang mendorong anak untuk berperilaku mandiri, mendorong dan menyetujui keinginan dan kebutuhan anak. *Demandingness* menggambarkan orang tua secara langsung mengembangkan anak melalui pengawasan secara ketat dan sikap disiplin, serta keinginan mengatasi anak yang tidak patuh (Baumrind 1991).

Dalam usaha memengaruhi *outcome* keputusan pembelian keluarga, anak akan menerapkan berbagai macam strategi, seperti *bargaining*, *persuasion*, *emotional* dan *request* (Palan dan Wilkes, 1997). Qualls (1987) mendefinisikan pengaruh sebagai persepsi atas tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan hasil keputusan yang paling disukai, melalui upaya yang simultan untuk memperkecil kemungkinan *outcome* yang disukai.

Cowan dan Avants (1994) dalam Palan dan Wilkes (1997) mengidentifikasi 15 strategi yang dibagi dalam tiga dimensi 1) *Directness* ditunjukkan secara luas sebagai cara mempengaruhi secara langsung (*asking* dan *demanding*) dan tidak langsung (*evasion*, *advocate*), 2) *Bilaterality* menunjukkan tahapan bahwa strategi melibatkan interaksi dua arah (*bargaining*), atau tindakan individual (*stating importance*), dan *strength* dikaitkan dengan strategi pemenuhan untukantisipasi pada pihak luar, yang dibedakan menjadi strategi yang kuat (*demanding*) atau yang lemah (*begging*).

---

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap dosen dan karyawan di tiga universitas yang ada Purwokerto, yaitu: Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP), Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED), dan Universitas Wijayakusuma (UNWIKU). Pengambilan sampel dilakukan secara *dyadic*, yakni terdiri dari 43 orang dosen atau karyawan beserta anaknya. Data diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yakni sampel telah berkeluarga serta memiliki anak minimum satu orang yang telah berusia 11 hingga 16 tahun. Setiap responden, baik orang tua maupun anak, diberi daftar pertanyaan yang isinya sama, namun redaksionalnya dibuat berbeda, dengan tujuan agar mudah dipahami oleh anak.

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel mengacu pada penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan. Maccoby dan Martin dalam Darling (1999), *parental style* diurut dalam dua dimensi yaitu *responsiveness* dan *demandingness*. Pengukuran kedua dimensi ini menggunakan instrumen yang terdiri dari 9 item dengan menggunakan skala *likert* 5 point (Lamborn, *et.al.*, 1991). Variabel pendapatan keluarga diukur berdasarkan sumber dan jumlah pendapatan yang secara rutin diperoleh suami atau istri atau keduanya setiap periode tertentu. Variabel strategi memengaruhi pilihan anak (*children's choice influence strategy*) yang diukur dengan instrumen 16 item dalam 5 poin skala *likert*, yang terdiri 9 item untuk strategi *unilateral* dan 7 item untuk strategi *bilateral*.

Hasil uji validitas terhadap instrumen yang digunakan

menunjukkan bahwa instrumen cukup valid, yang ditunjukkan dengan *factor loading* di atas 0,4 untuk semua variabel. Uji reliabilitas terhadap variabel “strategi pilihan anak” menunjukkan bahwa tanggapan responden orang tua lebih reliabel dari responden anak (koefisien alfabanya lebih besar) yakni 0,7833 untuk strategi unilateral dan 0,5601 untuk strategi bilateral. Untuk variabel *parental style* dari responden anak memiliki koefisien alpha sebesar 0,8009, lebih besar dari responden orang tua (0,7824). Adapun variabel Keterlibatan Anak dalam Keputusan Pembelian (KAKP) tidak dapat dilakukan uji keandalan karena instrumennya *single item*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, yaitu yang berkaitan dengan keterlibatan anak dalam keputusan pembelian keluarga. Orang tua dalam mengasuh anak menerapkan pola asuh secara berbeda-beda. Orang tua yang *authoritative* dan *indulgent* mungkin akan lebih merespon keingintahuan dan permintaan anaknya dibanding orang tua yang *authoritarian* dan *neglecting* (Maccoby dan Martin dalam Darling 1999).

Jika anak menginginkan suatu produk yang baik, orang tua yang *authoritative* dan *indulgent*, mungkin akan lebih mendengarkan pendapat anak dibanding orang tua yang *authoritarian* dan *neglecting*. Dengan dasar ini ada empat hipotesis yang diajukan, yaitu:

H<sub>1a</sub>: Anak dari orang tua *authoritative* memiliki keterlibatan yang lebih tinggi daripada anak dari orang

tua *authoritarian* dalam keputusan pembelian keluarga.

H<sub>1b</sub>: Anak dari orang tua *authoritative* memiliki keterlibatan yang lebih tinggi daripada anak dari orang tua *neglecting* dalam keputusan pembelian keluarga.

H<sub>1c</sub>: Anak dari orang tua yang *indulgent* memiliki keterlibatan yang lebih tinggi daripada anak dari orang tua *authoritative* dalam keputusan pembelian keluarga.

H<sub>1d</sub>: Anak dari orang tua yang *indulgent* memiliki keterlibatan yang lebih tinggi daripada anak dari orang tua *neglecting* dalam keputusan pembelian keluarga.

Perilaku orang tua dalam mendidik anak dibedakan berdasarkan tipologi pola asuh yang diukur dalam dua dimensi yakni *demandingness* dan *responsiveness*. Orang tua yang *authoritative* dan *authoritarian* lebih tinggi dalam tuntutan terhadap anak dibanding orang tua yang *indulgent* dan *neglecting*. Orang tua yang tuntutannya terhadap anak tinggi biasanya menjalankan aturan perilaku standar serta secara aktif mengawasi anak dalam membantu perkembangan kedewasaannya (Baumrind, 1989; Maccoby dan Martin dalam Darling 1999).

Di bawah tingginya tuntutan (*demandingness*), anak akan berusaha berfikir rasional dan bersikap dewasa, sehingga strategi *unilateral* seperti merengek dan menghiba mungkin tidak disukai oleh mereka. Dengan dasar ini, ada empat hipotesis yang diajukan, yaitu:

H<sub>2a</sub>: Anak dari orang tua *authoritative* cenderung menggunakan *bilateral strategy* dibanding anak

dari orang tua *indulgent* dalam keputusan pembelian keluarga.

H<sub>2b</sub>: Anak dari orang tua *authoritative* cenderung menggunakan *bilateral strategy* dibanding anak dari orang tua *neglecting* dalam keputusan pembelian keluarga.

H<sub>2c</sub>: Anak dari orang tua *authoritarian* cenderung menggunakan *bilateral strategy* dibanding anak dari orang tua *indulgent* dalam keputusan pembelian keluarga.

H<sub>2d</sub>: Anak dari orang tua *authoritarian* cenderung menggunakan *bilateral strategy* dibanding anak dari orang tua *neglecting* dalam keputusan pembelian keluarga.

Perubahan struktur peran dalam keluarga antara suami, istri dan anak menurut Assael (1998) dipengaruhi oleh penghasilan keluarga. Menurut Nelson (1978) bahwa keluarga yang memiliki pendapatan besar, akan cenderung memiliki keterlibatan yang lebih besar pada anak mereka. Kesibukan orang tua dalam pekerjaan mengakibatkan menurunnya alokasi waktu dan perhatian mereka terhadap kebutuhan dan keperluan anak, sehingga anak terpaksa mandiri dalam memutuskan keperluannya. Dengan dasar ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>3</sub> : Anak dari keluarga dengan *family income* yang tinggi memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dalam keputusan Pembelian keluarga dibandingkan dengan anak dari keluarga dengan *family income* yang rendah.

McLyod (1990) mengindikasikan adanya hubungan antara status ekonomi orang tua dengan pola asuh orang tua (*parental style*). Rollin dan Thomas (1975) dalam Bao (2001) menyatakan bahwa

strategi yang diambil oleh anak akan sangat tergantung dari cara orang tua mengasuh mereka. Orang tua yang berpenghasilan rendah cenderung menerapkan pola pendidikan yang keras dan disiplin pada anaknya. Keadaan ini diduga pada gilirannya mempengaruhi strategi yang digunakan anak untuk mempengaruhi *outcome* keputusan pembelian keluarga. Sesuai dengan konteks ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>4</sub> : Pendapatan keluarga memiliki pengaruh terhadap strategi yang digunakan anak dalam keputusan pembelian keluarga.

Dalam mempengaruhi keputusan pembelian keluarga, anak berusaha menemukan strategi yang efektif agar keinginan mereka tercapai. Kim, Lee dan Hall (1991) dalam Palan dan Wilkes (1997), menyatakan bahwa anak yang sering menggunakan strategi bilateral seperti berunding dan memberikan alasan, akan dipersepsikan orang tuanya lebih dewasa dan kompeten, sehingga orang tua akan lebih mempertimbangkan permintaannya. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam konteks ini adalah:

H<sub>5</sub>: Anak yang menerapkan *bilateral strategy* memiliki pengaruh lebih tinggi daripada anak yang menerapkan *unilateral strategy* dalam keputusan pembelian keluarga.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah orang tua-anak (*dyadic*) berjumlah 43 orang. Responden orang tua terdiri dari 25 ayah (58,1%) dan 18 ibu (41,9%) yang mayoritas usianya di atas 40 tahun (65,1%) dengan tingkat pendidikan sarjana atau lebih tinggi

sebanyak 46,6%. Lebih dari separohnya (60,5%) memiliki pasangan yang juga bekerja dengan tingkat penghasilan di bawah Rp2,00 juta sebanyak 76,7% dan yang berpendapatan antara Rp2,00 juta hingga Rp3,00 juta sekitar 16,3%. Untuk responden anak, lebih dari separohnya adalah wanita (58,1%), dan kurang dari separohnya berusia 16 tahun (44,2%), usia di bawah 14 tahun 34,8%. Menurut tingkat pendidikannya, mereka yang masih duduk di bangku SMU sebanyak 60%, SMP 32,6%, sedangkan Sekolah Dasar (SD) sebanyak 7,0%.

Untuk pengujian hipotesis yang diajukan terlebih dahulu dilakukan pengelompokan responden orang tua berdasarkan tipologi *parental style* dengan cara *median split* (Lamborn, dkk., 1991). Pengelompokan orang tua tersebut menghasilkan 10 *authoritative*, 8 *authoritarian*, 13 *indulgent* dan 12 *neglecting*. Sebagai catatan bahwa pengelompokan tersebut bersifat relatif (Bao, 2001).

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu menganalisis keterlibatan anak secara relatif dalam keputusan pembelian keluarga, maka diperlukan identifikasi proses interaksi antara anak dengan orang tua sebagai salah satu agen sosialisasi. Orang tua melalui pola asuh (*parental style*) yang diterapkan, memiliki peran yang signifikan dalam pengembangan anak sehingga mereka mendapatkan pengetahuan, *skill* dan sikap yang relevan untuk menjadi seorang konsumen di pasar (Ward, 1980).

Untuk menganalisis pengaruh empat dimensi pola asuh orang tua (*authoritative*, *authoritarian*, *indulgent*, dan *neglecting*) terhadap

keterlibatan anak dalam keputusan pembelian dalam keluarga ditunjukkan dalam hipotesis 1. Hasil uji melalui analisis varian (ANOVA) sebagaimana terlihat pada Tabel 1, diperoleh bahwa dengan tingkat alpha 5%, nilai signifikansi H1a (0,169), H1b (0,217), H1c (0,275), dan H1d (0,746). Dengan demikian diindikasikan bahwa dimensi *parental style* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keterlibatan anak dalam pembelian keluarga.

Jika ditelusuri melalui perbedaan *mean* dari masing-masing dimensi *parental style*, maka anak yang orang tuanya *authoritative* cenderung memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan anak dari orang tua yang *indulgent*, *authoritarian* ataupun *neglecting*. Data empiris menunjukkan pengaruh *parental style* terhadap keterlibatan anak dalam keputusan menghasilkan kesimpulan yang berbeda-beda. Bahkan, Carlson dan Grossbart (1988) dan juga Mangleburg (1992), tidak berhasil mengungkap pengaruh *parental style* terhadap keterlibatan relatif anak dalam keputusan pembelian.

Penerapan strategi mempengaruhi pilihan anak (*children's choice influence strategy*) menurut Palan dan Wilkes (1997) pada dasarnya merupakan refleksi dari strategi dan pola asuh yang diterapkan orang tua. Strategi pilihan anak dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu bilateral dan unilateral. Hasil uji analisis varian (ANOVA) terhadap hipotesis kedua yang terdiri 2a, 2b, 2c dan 2d, seperti terlihat pada Tabel 2, menunjukkan hanya hipotesis 2b yang terbukti dan didukung ( $p = 0,003 < 0,05$ ).

Tabel 1. Analisis Varians (ANOVA) Dimensi *Parental Style* terhadap Keterlibatan Anak dalam Keputusan Pembelian Keluarga

Variabel Dependen	Perbandingan	Mean	Standar Deviasi	Sig.
Keterlibatan Anak dalam Keputusan Pembelian (KAKP)	Authoritative	3,9000	0,99443	0,168
	Authoritarian	3,2500	0,88641	
	Authoritative	3,9000	0,99443	0,217
	Neglecting	3,3333	1,07309	
	Indulgent	3,4615	0,88706	0,275
	Authoritative	3,9000	0,99443	
	Indulgent	3,4615	0,88706	0,746
	Neglecting	3,3333	1,07309	

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa anak yang orang tuanya *authoritative* atau *authoritarian* akan cenderung menggunakan strategi bilateral daripada anak dengan orang tua *neglecting*. Menurut Bao (2001) ini diduga karena orang tua yang *authoritative* dan *authoritarian* dalam mengasuh anak menerapkan aturan baku, mengutamakan sikap disiplin adanya interaksi di antara keduanya.

Hipotesis ketiga untuk menguji mengenai ada tidaknya perbedaan tingkat pendapatan keluarga terhadap keterlibatan dalam pengambilan keputusan keluarga. Berdasarkan *pilot study* pendapatan di atas Rp2,00 juta dikategorikan tinggi dan di bawah Rp2,00 juta dikategorikan rendah. Hasil uji dengan analisis varian (ANOVA), yang dapat dilihat pada Tabel 3, diperoleh nilai signifikansi

sebesar 0,134 lebih besar dari nilai alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam keterlibatan antara anak yang berasal dari keluarga yang berpendapatan tinggi dengan anak dari keluarga pendapatan rendah.

Hipotesis ke 4 bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pendapatan keluarga (*family income*) terhadap strategi yang digunakan anak dalam mempengaruhi outcome keputusan konsumsi keluarga, diuji dengan analisis regresi. Hasilnya seperti diperlihatkan dalam Tabel 4, menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi 0,624 dengan tingkat alpha 5%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap strategi pilihan anak (baik bilateral maupun unilateral).

Tabel 2. Analisis Varians (ANOVA) *Parental Style* terhadap Strategi Bilateral

Variabel Dependen	Perbandingan	Mean	Standar Deviasi	Sig.
Strategi Bilateral	Authoritative	4,0250	0,58274	0,179
	Indulgen	3,6371	0,61653	
	Authoritative	4,0250	0,58274	0,003*
	Neglecting	3,3125	0,41458	
	Authoritarian	3,6250	0,46291	0,852
	Indulgent	3,6731	0,61653	
	Authoritarian	3,6250	0,46291	0,132
	Neglecting	3,3125	0,41458	

Catatan: \*) Significant dalam df 0,05

Tabel 3. Hasil Analisis Varians (ANOVA) *Parental Style* terhadap Strategi Bilateral

Variabel Dependen	Perbandingan	Mean	Standar Deviasi	Sig.
Keterlibatan Anak dalam Keputusan Pembelian (KAKP)	Pendapatan tinggi	3,6333	0,96431	0,13
	Pendapatan rendah	3,1538	0,89872	4

Pengujian hipotesis ke 5 digunakan analisis regresi, hasilnya menunjukkan bahwa strategi pilihan anak (bilateral dan unilateral) berpengaruh secara signifikan terhadap keterlibatan anak dalam keputusan pembelian keluarga, seperti terlihat dalam Tabel 5. Berdasar hasil perhitungan pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha 0,05. Koefisien beta positif dari strategi bilateral menunjukkan bahwa penggunaan strategi bilateral oleh anak akan meningkatkan keterlibatan anak dalam keputusan pembelian keluarga. Sedangkan koefisien beta yang bertanda negatif untuk strategi unilateral mengindikasikan bahwa semakin anak bersikap unilateral maka akan semakin kecil tingkat keterlibatannya dalam keputusan pembelian keluarga.

Hasil analisis tentang strategi pilihan anak untuk mempengaruhi keputusan pembelian keluarga (*bilateral* dan *unilateral*), juga

diindikasikan karena sampel anak dalam penelitian ini berusia antara 11-16 tahun. Menurut John (1999) anak dalam usia tersebut relatif telah memahami konsep-konsep pemasaran (seperti harga dan merk) serta lebih dewasa secara sosial sehingga mampu berfikir strategis dalam mempengaruhi *outcome* keputusan.

Hal senada dinyatakan oleh Hansen dan Bokeimer (1988) dalam Bao (2001) bahwa anak yang lebih tua mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan anak yang usianya lebih muda, dalam lima jenis produk kebutuhan rumah tangga, yaitu TV, DVD, pekerjaan anak dan lain-lain. Selanjutnya, Palan dan Wilkes' (1997) menyatakan bahwa anak dengan usia 11-16, memiliki tingkat kedewasaan yang lebih baik dari anak yang berusia di bawahnya, sehingga mereka cenderung menggunakan strategi *bargaining* dan *persuasion*. Kedua cara tersebut merupakan strategi utama dalam strategi bilateral.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Pendapatan Keluarga thp Strategi Mempengaruhi Pilihan Anak

Variabel		Beta	t	Sig.	R <sup>2</sup>
Dependen	independen				
Strategi	Pendapatan	0,0948	0,494	0,624	0,006
Bilateral	Keluarga	-0,203	-	0,4411	0,017
Strategi			0,830		
Unilateral					

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Strategi Pilihan Anak terhadap KAKP

Variabel		Beta	t	Sig.	R <sup>2</sup>
Dependen	Independen				
Keterlibatan	Bilateral	0,499	0,935	0,000*	0,295
Anak dalam	Unilateral	-	-	0,017*	
Keputusan		0,246	2,489		
Pembelian					
(KAKP)					

Catatan: Signifikan pada *d.f* 0,05

## Penutup

Orang tua memiliki peran strategis dalam mengembangkan perilaku anak untuk menjadi seorang konsumen di pasar. Interaksi orang tua dengan anaknya dilakukan dengan pola asuh yang berbeda-beda (*authoritative*, *authoritarian*, *indulgent* dan *neglecting*). Pengujian dengan analisis varian (ANOVA) mengindikasikan bahwa anak dari empat tipe pola asuh orang tua, tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan terhadap tingkat keterlibatan anak dalam keputusan pembelian keluarga.

Ward dalam Palan dan Wilkes (1990) menyatakan bahwa anak berusaha mempengaruhi *outcome* keputusan pembelian dengan menerapkan strategi bilateral atau strategi unilateral. Hasil pengujian menunjukkan bahwa diantara empat tipe *parental style*, hanya *authoritative* dan *neglecting* yang memiliki

perbedaan signifikan terhadap kecenderungan menggunakan strategi bilateral. Pengujian dengan analisis regresi menunjukkan bahwa tinggi-rendahnya pendapatan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan anak dalam pembelian keluarga. Namun demikian data menunjukkan bahwa anak dari keluarga berpendapatan tinggi cenderung memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dibanding anak dari keluarga berpendapatan rendah dalam keputusan pembelian keluarga.

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, fenomena peningkatan keterlibatan anak dalam keputusan pembelian mengharuskan pemasar melakukan reformulasi strategi *marketing mix* untuk lebih menstimulasi peran anak dalam keputusan pembelian keluarga. Orang tua sebaiknya menerapkan tipe pola asuh yang mengutamakan interaksi

secara dialogis dan kooperatif (*authoritative* dan *indulgent*) dengan tanpa melepaskan fungsi kontrolnya sehingga memberikan *outcome* yang lebih baik bagi perkembangan dan pertumbuhan anak untuk menjadi konsumen yang efektif di pasar.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut: 1. Sampel yang diambil secara *dyadic* relatif kecil; 2. Mengukur tingkat keterlibatan dengan cara *report measures*, sebagaimana dinyatakan oleh Corfman (1989) bahwa keterlibatan anggota keluarga dalam keputusan pembelian dapat dilakukan berdasarkan *report measures* dan *outcome measures*; dan 3. Strategi pilihan anak dibedakan berdasarkan strategi yang digunakan (*bilateral* dan *unilateral*), tidak menganalisis pengaruh perbedaan gender anak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action*. International Thomson Publishing, Cincinnati, Ohio, USA.
- Atkin, C. K. 1978. *Observation of Parent-Child Interaction in Supermarket Decision Making*. *Journal of Marketing*, Oktober: 41-45.
- Bao, Y. 2001. *Effect Parental Style and Power on Adolescent's in Family Consumption Decisions*. [www.grads.vt.edu](http://www.grads.vt.edu).
- Baumrind, D. 1991. *The Influence of Parenting Style on Adolescent Competence and Substance Use*. *Journal of Early Adolescent*, 11(1): 23-32.
- Beatty, S. E. dan T. Salil. 1994. *Adolescent Influence in Family Decision Making: a Replication with Extention*. *Journal of Consumer Research*, 21: 332-341.
- Berey, L. A. dan R. W. Pollay. 1968. *The Influencing Role of the Child in Family Decision Making*. *Journal of Marketing Research*, Vol. V (Februari), 70-2.
- Carlson, L. dan S. Grossbart. 1988. *Parental Style and Consumer Socialization of Children*. *Journal of Consumer Research*. 15 (Juni): 77-94.
- Commuri, S. dan J. W. Gentry. 2000. *Opportunities for Ffamily Research in Marketing*. *Academy of Marketing Science*. [www.amsreview.org/article/commuri08](http://www.amsreview.org/article/commuri08).
- Cooper, D. R. dan P. S. Schindler. 2003. *Business Research Methods*. International Edition, McGraw-Hill, USA.
- \_\_\_\_\_ dan C. W. Emory. 1995. *Business Research Methodes*. Fifth Edition. Richard D. Irwin, Inc., Chicago.
- Corfman, K. P. 1989. *Measures of relative Influence in Couple: A Typology and Predictions for Accuracy*. *Advance in Consumer Research*, Vol. 16, P. 659-664.
- Cowan, G., J. Drinkard dan L. McGavin. 1994. *The Effect of Target, Age and Gender on Use*

- 
- Power Strategies. Journal of Personality and Social Psychology*, 38, (4), 618-628.
- Darling, N. dan L. Steinberg. 1993. *Parenting Style as Context: An Integrative Model. Psychological Bulletin*, 113 (3): 487-496.
- Darling, N. 1999. *Parenting Style and Its Correlates*. Eric Digest, [www.ericfacility.net/database](http://www.ericfacility.net/database)
- Dharmmesta, B. S. 1993. *Perilaku Belanja Konsumen Era 90'an dan Strategi Pemasaran. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* (September): 29-41.
- Hawkins, S. A. dan S. J. Hock. 1992. *Low-Involvement Learning: Memory without Evaluation. Journal Consumer Research*, 19 (September): 212-225.
- Kim, C. dan H. Lee. 1997. *Development of Family Triadic Measures for Children's Purchase Influence. Journal of Marketing Research*, 34 (August): 307-321.
- Lamborn, S. D., N. S. Mounts, L. Steinberg dan S. M. Dornbusch. 1991. *Patterns of Competence and Adjustment among Adolescents from Uthoritative, Authoritarian, Indulgent, and Neglectful Families. Child Development*, 62 (5), 1049-1065.
- Mangleburg, T. F. 1999. *Family Type, Family Authority Relations, and Adolescents' Purchase Influence. Advances in Consumer Research*, Volume 26: 379-384.
- \_\_\_\_\_ . 1990. *Children Influence in Purchase Decision: A Review and Critique. Advances in Consumer Research*, Volume 17: 813-825.
- McIntyre, J. G. dan J. B. Dusek. 1995. *Perceived Parental Rearing Practices and Styles of Coping. Journal of Youth and Adolescence*, 24 (4), 499-515.
- McLyod, V.C. 1990. *The Impact of Economic Hardship on Black Families and Children: Psychological Distress, Pparenting and Ssocioemotional Development. Child Development*, 61: 311-346.
- Palan, K. M. dan R. E. Wilkes. 1997. *Adolescent-Parent Interaction in Family Decision Making. Journal of Consumer Research*, Vol. 24: 159-169.
- Paxton, J. G. dan J. D. Roedder. 1995. *Are Young Children Adaptive Decision Maker? A Study of Age Difference in Information Search Behavior. Journal of Consumer Research*, Vol. 21: 567-579.
- \_\_\_\_\_ (1997), "The emergence of adaptive decision making in children," *Journal of Consumer Research*, Vol.24: 43-56.
- Perachio, L. A. 1992. *How do Young Children Learn to be Consumers? A Scrip-Processing Approach. Journal of Consumer Research*, Vol. 18: 425-439.
- Roedder, J. D. 1999. *Consumer Socialization of Children: A Restrospective Look at Twenty-*
-

*Five Years of Research. Journal Consumer Research*, 26 (December): 183-213.

Russo, J.B. dan R. E. Owens. 1982. *The Development of an Objective Observation Tool for Parent-Child Interaction. Journal of Speech and Hearing Disorders*, 47, 165-173.

Schiffman, L.G. dan L. L. Kanuk. 1987. *Consumer Behaviour*. Edisi Ketujuh. New Jersey, Prentice Hall, USA.

Sekaran, U. 2000. *Research Methods for Business, a Skill Building Approach*. Edisi Kedua. John Wiley & Son, Inc., Singapore.

Shumow, L., D. L. Vadel, dan J. K. Ponser. 1998. *Hars Firm and Permissive Parenting in Low Income Families. Journal Family Issues*, 19 (5), 483-507.

Ward, S. 1980. *Consumer Socialization*, in H. Kassarian & T. Robertson (Eds), *Perspective in consumer behavior*. Edisi Ketiga, P:380-396, Glenville, Il Scott, Foresman.