



MILIK PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET YOGYAKARTA

Diterima 12 JUL 2007

Inventarisasi : 956/MM/Hd.7/2007

Klasifikasi : R 658.8 Hen 06

Subyek : Marketing M.

TESIS

**ANALISIS PENGARUH POLA KOMUNIKASI  
ORANG TUA TERHADAP PERAN ANAK  
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**



**Henny Caturwulandari Prayogo**

**No. Mhs.: 05.1061/PS/MM**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2006**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

PENGESAHAN TESIS

Nama : Henny Caturwulandari Prayogo  
Nomor Mahasiswa : 05.1061/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Pola Komunikasi Orang Tua Terhadap  
Peran Anak Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda tangan**

**Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. 11 Desember 2006**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Henny Caturwulandari Prayogo  
Nomor Mahasiswa : 05.1061/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Pola Komunikasi Orang Tua Terhadap Peran Anak Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.	21 Desember 2006	
W. Mahestu Noviandra, M.Sc.IB.	21. Desember 2006	
Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.	21. Desember 2006	

**Ketua Program Studi**  
**Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.**  
PROGRAM  
PASCASARJANA

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH POLA KOMUNIKASI  
ORANG TUA TERHADAP PERAN ANAK  
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Desember 2006

Yang menyatakan



Henny Caturwulandari Prayogo

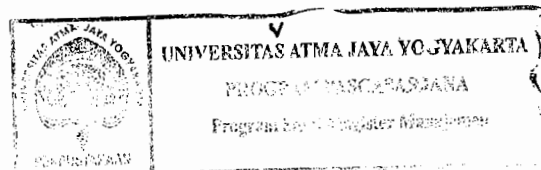
## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis hubungan antara tingkat orientasi konsep dan orientasi sosial orang tua dengan peran anak dalam pengambilan keputusan pembelian untuk kategori produk makanan, minuman, mainan anak dan pakaian, (2) menganalisis urutan tingkat peran anak dalam pengambilan keputusan pembelian bila dilihat dari empat tipe komunikasi orang tua, (3) menganalisis pola komunikasi orang tua dan peran anak dalam pengambilan keputusan pembelian ditinjau dari perbedaan usia orang tua, jenis kelamin orang tua, usia anak, jenis kelamin anak, urutan anak dalam keluarga dan jumlah saudara, dengan lokasi penelitian di Surakarta.

Penelitian ini mengadopsi instrumen penelitian dari jurnal Caranua dan Vassallo, 2003. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan jumlah kuesioner yang terkumpul sebanyak 127 pasang kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi Product-moment Pearson, Regresi Linear, Mean dan Oneway ANOVA.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan: (1) ada hubungan yang positif peran anak dalam pengambilan keputusan pembelian dengan tingkat orientasi konsep dan tidak ada hubungan peran anak dalam pembelian keputusan pembelian dengan tingkat orientasi sosial, (2) urutan tingkat peran anak dalam pengambilan keputusan pembelian adalah *consensual*, *protective*, *pluralistic* dan *laissez-faire*, (3) ada perbedaan orientasi konsep ditinjau dari usia orang tua dan jumlah saudara, (4) tidak ada perbedaan orientasi sosial ditinjau dari usia anak, (5) tidak ada perbedaan peran anak dalam pengambilan keputusan pembelian ditinjau dari usia orang tua.

**Kata-kata kunci:** Orientasi Konsep, Orientasi Sosial, *Pluralistic*, *Protective*, *Consensual*, *Laissez-Faire* dan Komunikasi Orang Tua



## ABSTRACT

This research aims to (1) analyzing the relationship between the level of concept-orientation and socio-orientation with role of child in purchasing decision making, (2) analyzing sequence mount role of child in purchasing decision making when seen from four typology of parent communication, (3) analyzing parent communication patterns and role of child in purchasing decision making evaluated from defference of parent age, parent gender, child age, child gender, child sequence in your amount and family, with research location in Surakarta.

This research adopt research instrument from Caranua and Vassallo journal, 2003. Data collecting conducted by distributes kuesioner and amount kuesioner counted 127 kuesioner tides. Technique analyse used by data is Product-Moment Pearson Correlation, Linear Regression, Mean and Oneway ANOVA.

Result of obtained research show: (1) there is a positive relationship role of child in purchasing decision making with the level of concept-orientation and there is no relationship role of child in purchasing decision making with the level of socio-orientation (2) sequence mount role of child in purchasing decision making is consensual, protective, pluralistic and laissez-faire, (3) there is difference of concept-orientation evaluated from parent age and your amount, (4) there is no difference of social-orientation evaluated from child age, (5) there is no difference of role of child in purchasing decision making evaluated from parent age.

**Keywords** : Concept-Orientation, Socio-Orientation, Pluralistic, Protective, Consensual, Laissez-Faire and Parent Communications.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang menjadi sumber segala berkat dan inspirasi bagi penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas menyusun tesis ini dengan judul “Analisis Pengaruh Pola Komunikasi Orang Tua Terhadap Peran Anak Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian”. Penulisan tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat bagi setiap mahasiswa memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan tesis ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku dosen pembimbing, yang penuh kesabaran dan keikhlasan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun tesis ini.
2. Ibu W. Mahestu Noviandra, SE., M.Sc. IB. selaku dosen penguji, yang telah memberi masukan bagi penulis guna melangkapi tesis ini dan juga menambah pengetahuan bagi penulis.
3. Bapak Drs. P. Didit Krisnadewara, MM. selaku dosen penguji, yang telah memberi masukan bagi penulis guna melangkapi tesis ini dan juga menambah pengetahuan bagi penulis.



4. Kedua orang tua, Bapak Boedi Joelianto Prajogo, Bsc. dan Ibu Yap Sioe Lwan yang telah memberikan dukungan semangat, kasih sayang, doa dan materiil yang tak terhingga.
5. Ketiga kakakku dan kedua kakak ipar, Ronny, Tonny, Donny, Lestari dan Marini yang telah memberikan dukungan semangat dan doa selama ini dalam penyelesaian kuliah dan tesis ini.
6. Semua rekan-rekan angkatan Januari 2005 di mana kita saling mendukung, memotivasi serta memberikan kenangan-kenangan yang indah selama studi.
7. Segenap dosen dan staff karyawan Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi tepat pada waktunya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis hingga terselesaikannya tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih atas segala masukan-masukan baik yang berupa saran maupun kritik yang sifatnya membangun.

Akhirnya penulis haturkan tesis ini ke hadapan Dewan Penguji dan almamater tercinta, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 21 Desember 2006

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING TESIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI TESIS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
INTISARI .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
2.1. Perilaku Konsumen .....	9
2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	10
2.3. Peran Anggota Keluarga Dalam Keputusan Pembelian Keluarga..	15
2.4. Sosialisasi Konsumen .....	17
2.5. Segmentasi Pasar Anak.....	18
2.6. Pola Komunikasi Orang Tua Berorientasi Sosial dan Berorientasi Konsep.....	21
2.7. Empat Tipe Komunikasi Orang Tua.....	23

2.8.	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.9.	Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>28</b>
3.1.	Lingkup Penelitian.....	28
3.1.1.	Lokasi Penelitian.....	28
3.1.2.	Objek Penelitian.....	28
3.1.3.	Subjek Penelitian.....	29
3.2.	Metoda Pengambilan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.3.1.	Peran Anak Sebagai Pengaruh Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	31
3.3.2.	Orientasi Konsep.....	31
3.3.3.	Orientasi Sosial.....	32
3.3.4.	Pembagian Empat Tipe Komunikasi Orang Tua.....	33
3.4.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	34
3.5.	Metoda Analisis Data.....	36
3.5.1.	Analisis Bivariate Correlation (Korelasi Product-moment Pearson).....	36
3.5.2.	Analisi Regresi Linear.....	36
3.5.3.	Analisis Mean.....	37
3.5.4.	Analisis Oneway ANOVA.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Pendahuluan .....	38
4.2.	Profil Responden.....	38
4.2.1.	Karakteristik Responden Orang Tua.....	38
4.2.2.	Karateristik Responden Anak.....	39
4.3.	Hubungan antara Tingkat Orientasi Konsep dan Orientasi Sosial Orang Tua dengan Peran Anak Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian .....	40

4.4.	Korelasi antar Variabel Peran Anak Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian, Orientasi Konsep, Orientasi Sosial, Usia Orang Tua dan Jumlah Saudara.....	42
4.5.	Metoda Pembagian Tingkatan Tipe Komunikasi Orang Tua.....	46
4.6.	Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden	
4.6.1.	Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Orientasi Konsep.....	50
4.6.2.	Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Orientasi Sosial.....	54
4.6.3.	Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Peran Anak Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	59
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN....</b>		<b>63</b>
5.1.	Kesimpulan .....	63
5.2.	Implikasi Manajerial dan Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		xv
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Tabel Validitas (dengan N = 127).....	35
Tabel 3.2.	Tabel Reliabilitas (dengan N = 127).....	36
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Orang Tua.....	39
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Anak.....	40
Table 4.3.	Koefisien Regresi.....	41
Tabel 4.4.	Korelasi antar Variabel (dengan N = 127).....	43
Tabel 4.5.	Pembagian Responden Pada Tingkatan Tipe Komunikasi Orang tua Orientasi Konsep.....	48
Tabel 4.6.	Pembagian Responden Pada Tingkatan Tipe Komunikasi Orang tua Orientasi Sosial.....	49
Tabel 4.7.	Hasil Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Orientasi Konsep Menggunakan Independent Sampel t Test.....	50
Tabel 4.8.	Hasil Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Orientasi Konsep Menggunakan Oneway ANOVA.....	52
Tabel 4.9.	Hasil Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Orientasi Sosial Menggunakan Independent Sampel t Test.....	55
Tabel 4.10.	Hasil Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Orientasi Sosial Menggunakan Oneway ANOVA.....	57
Tabel 4.11.	Hasil Analisis Uji Perbedaan Masing-masing Karakteristik Responden Terhadap Peran Anak Sebagai Pengaruh Dalam Pemngambilan Keputusan Pembelian Menggunakan Oneway ANOVA.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tipe Komunikasi Orang Tua.....	24
---	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner .....	Lampiran I
Data Hasil Penyebaran Kuesioner.....	Lampiran II
Uji Validitas dan Reliabilitas .....	Lampiran III
Analisis Regresi.....	Lampiran IV
Kaorelasi antar Variabel.....	Lampiran V
Frekuensi Karakteritik Responden.....	Lampiran VI
Frekuensi Tipe Pola Komunikasi Orang Tua .....	Lampiran VII
Analisis Mean.....	Lampiran VIII
Oneway ANOVA dan Independent Sampel t Test.....	Lampiran IX