

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis pengaruh *Family Structure*, *Family Influence*, dan *Reference Group* terhadap *Buyers Decision* (Keputusan Pembelian) pasta gigi Pepsodent pada Keluarga di kelurahan Surau Gadang kecamatan Nanggalo, kota Padang dapat disimpulkan bahwa :

- 1.1.1 *Family Structure* berpengaruh positif signifikan terhadap *Buyers Decision* Pasta Gigi Pepsodent. Hal ini berarti struktur keluarga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent dalam sebuah Keluarga di kelurahan Surau Gadang Kota Padang.
- 1.1.2 *Family Influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *Buyers Decision* Pasta Gigi Pepsodent. Hal ini berarti Pengaruh Keluarga, terutama pengaruh orangtua memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent dalam sebuah Keluarga di Kelurahan Surau Gadang Kota Padang.
- 1.1.3 *Reference Group* berpengaruh positif signifikan terhadap *Buyers Decision* Pasta Gigi Pepsodent. Hal ini berarti Kelompok Acuan dalam kehidupan sosial memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent dalam sebuah Keluarga di kelurahan Surau Gadang Kecamatan Nanggalo Kota Padang.

Family Influence adalah variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap *Buyers Decision*. Hal ini ini dibuktikan dari hasil analisis regresi dimana nilai koefisien regresi tertinggi ($r = 0.399$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,001$). Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan pengolahan data dengan *software* SPSS versi 16.0 maka dapat dikatakan bahwa Pengaruh *Family Influence* mempunyai korelasi positif terhadap *Buyers Decision* (keputusan pembelian) pasta gigi Pepsodent dengan kekuatan hubungan sebesar 39,9% dan berpengaruh positif signifikan terhadap *Buyers Decision* Pepsodent.

Oleh karena itu, agar konsumen dapat melakukan keputusan pembelian terhadap pasta gigi Pepsodent maka Pengaruh Keluarga (*Family Influence*), terutama pengaruh dan peran orangtua sangat berperan penting dalam menyaring, memberikan informasi, dan mengambil keputusan untuk membeli pasta gigi Pepsodent. Peranan orangtua dalam sebuah keluarga ini sesuai dengan fungsi *Family Influence* sebagai *gate keeper* (penyaring informasi), *decider* (pengambil keputusan), dan *buyers* (pembeli) dalam keputusan pembelian Pepsodent.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Family Structure*, *Family Influence*, dan *Reference Group* terhadap *Buyers Decision* pasta gigi Pepsodent di kelurahan Surau Gadang kecamatan Nanggalo kota Padang. Berdasarkan tanggapan responden dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa keputusan pembelian Keluarga dipengaruhi oleh *Family Structure*, *Family Influence*, dan *Reference Group* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Penelitian

ini dilihat berdasarkan variabel *Family Influence* yang berpengaruh secara positif signifikan terhadap *Buyers Decision* pasta gigi Pepsodent di kelurahan Surau Gadang kecamatan Nanggalo kota Padang. Selanjutnya diharapkan pasta gigi Pepsodent bisa lebih merancang strategi dalam promosi terhadap segmentasi Keluarga sesuai dengan visi dan misi Pepsodent agar bisa fokus terhadap segmentasi keluarga dan mendorong konsumen Keluarga di Indonesia untuk membeli dan menggunakan pasta gigi Pepsodent di rumah.

Hasil penelitian untuk variabel *Family Structure*, *Family Influence*, dan *Reference Group* berpengaruh signifikan terhadap *Buyers Decision*. Pengaruh keluarga berhubungan positif dengan pilihan anggota keluarga dalam memutuskan pembelian pasta gigi Pepsodent. Anggota keluarga cenderung menggunakan pasta gigi Pepsodent karena Pepsodent merupakan TOP BRAND atau merek pasta gigi terkenal dan ternama di Indonesia sekaligus kualitas produk-produk Pepsodent yang sudah bermutu tinggi dan diakui oleh Unilever dan Ikatan Dokter Gigi Indonesia. Selama kualitas produk-produk Pepsodent tetap mempertahankan standar dan bermutu tinggi, maka dapat menghasilkan kepercayaan dan kepuasan konsumen yang bernilai tinggi juga. Dalam konteks ini, para Keluarga telah yakin dan percaya dengan Pepsodent, karena Pepsodent merupakan pasta gigi yang berkualitas dan aman digunakan oleh konsumen Keluarga di Indonesia. Untuk soal harga ; Pepsodent menetapkan harga yang terjangkau, menengah, hingga mahal kepada para konsumennya sesuai dengan jenis-jenis dan jumlah Pepsodent yang dibeli oleh Rumah Tangga atau Keluarga di Indonesia.



5.3 Saran

1. Akademisi

Pihak akademisi yang akan melakukan penelitian ini Sebaiknya menambah variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian keluarga, selain variabel *Family Structure*, *Family Influence*, dan *Reference Group* itu sendiri. Sebaiknya variabel dalam penelitian ini ditambah dengan variabel *Promotion Mix* dan STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*).

2. Praktisi

- a) Sebaiknya Pepsodent lebih memperbanyak lagi produk Pepsodent untuk anak-anak. Jangan hanya fokus terhadap produk-produk Pepsodent untuk semua umur, karena kesehatan gigi anak-anak juga merupakan hal yang sangat penting dalam tumbuh kembang anak. Tujuan keluarga (Orangtua) mempengaruhi anak-anak mereka untuk menggosok gigi dengan Pepsodent agar gigi dan mulut mereka senantiasa selalu sehat dan bersih.
- b) Sebaiknya promosi iklan Pepsodent melalui *social media* lebih inovatif dan perlu diperjelas kembali maksud dan tujuan menggosok gigi dengan pasta gigi Pepsodent. *Social media*, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *LINE*, *Blackberry Messenger*, dan lain-lain sebagai sarana komunikasi dan informasi di era modern seperti sekarang ini sangat menunjang promosi Pepsodent melalui content *Family of Life*. *Family of Life* merupakan suatu content yang sasaran promosinya fokus kepada kehidupan keluarga. Hal



ini berarti Pepsodent dalam melakukan promosi iklannya harus fokus terhadap satu content, yaitu content *Family of Life* (kehidupan keluarga).

- c) Sebaiknya Pepsodent lebih memperbanyak lagi variasi produk pasta giginya, terutama untuk konsumen yang mengalami masalah gigi sensitif. Karena tidak dapat dipungkiri pada saat sekarang ini memang masalah gigi sensitif merupakan masalah serius yang dihadapi oleh kebanyakan orang. Terutama orang-orang yang awalnya mengalami masalah ringan seperti gigi ngilu, maka masalah ringan itu bisa menjadi masalah serius ketika gigi ngilu menjadi gigi sensitif.

