



**PENGARUH SEGMENTASI GEOGRAFIS,
TINGKAT EKONOMI DAN POLA PEMBELIAN
PELANGGAN TERHADAP STRATEGI DISTRIBUSI
PRODUK PET BEVERAGE DI JAKARTA**
(Survei terhadap pelanggan produk PET Beverage di kantin sekolah)

KARYA AKHIR

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

Toni Salim

55110110014

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**



**PENGARUH SEGMENTASI GEOGRAFIS,
TINGKAT EKONOMI DAN POLA PEMBELIAN
PELANGGAN TERHADAP STRATEGI DISTRIBUSI
PRODUK PET BEVERAGE DI JAKARTA**
(Survei terhadap pelanggan produk PET Beverage di kantin sekolah)

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

Toni Salim

55110110014

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Segmentasi Geografis, Tingkat Ekonomi dan Pola Pembelian Pelanggan terhadap Strategi Distribusi Produk PET Beverage di Jakarta (survei terhadap pelanggan produk PET Beverage di kantin sekolah)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Toni Salim

NIM : 55110110014

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Mengesahkan

Ketua Program
Studi Magister Manajemen



Dr. Rina Astini, SE, ME

Direktur Program
Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama



Dr. Baruna Hadibrata, SE, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : Pengaruh Segmentasi Geografis, Tingkat Ekonomi dan Pola Pembelian Pelanggan terhadap Strategi Distribusi Produk PET Beverage di Jakarta (survei terhadap pelanggan produk PET Beverage di kantin sekolah)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Toni Salim

N I M : 55110110014

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2012


Toni Salim

KATA PENGANTAR

Saya panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat yang telah dilimpahkan Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Karya Akhir yang berjudul “*Pengaruh Segmentasi Geografis, Tingkat Ekonomi dan Pola Pembelian Pelanggan terhadap Strategi Distribusi Produk PET Beverage di Jakarta (survei terhadap pelanggan produk PET Beverage di kantin sekolah)*” yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program pascasarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa baik dalam proses penelitian, pembahasan hingga penyusunan laporan hasil penelitian masih banyak kekurangan, oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan masukan, saran dan kritik dari semua pihak untuk memperbaiki Karya Akhir ini.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyusun Karya Akhir ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE, MM selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu dan memberikan saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini.
2. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku penguji seminar pengajuan proposal karya akhir yang telah banyak memberikan masukan-masukan untuk penyempurnaan karya akhir ini.

3. Ibu Dr. Anik Trisuwarni selaku dosen penguji sidang yang telah memberikan masukan dan saran-saran untuk penyempurnaan karya akhir ini
4. Bapak Endi Rekarti, SE, ME selaku ketua sidang yang telah memberikan sejumlah masukan dan pembukaan wawasan peneliti dalam penyempurnaan karya akhir ini.
5. Dr. Rina Astini, SE, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
6. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
7. Para Dosen Pengajar Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang melalui kegiatan belajar mengajar telah memberikan dasar pemikiran analitis dan pengalaman yang baik kepada penulis.
8. Seluruh Staff Administrasi dan Staff Akademik Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu memperlancar seluruh proses administrasi dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Program Magister Manajemen.
9. Bapak. FX. Afat Adinata selaku atasan dan Sales Director PT. Sinar Niaga Sejahtera yang telah memberikan bimbingan dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.
10. Bapak Ambrosius A.W. selaku rekan sekantor yang telah banyak membantu sehingga Karya Akhir ini bisa terselesaikan.

11. Istri tercinta Yolling Muis SE, MM yang dengan penuh kasih sayang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan Pascasarjana ini.
12. Semua teman-teman angkatan XVI kelas Sabtu di Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Karya Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Teriring doa semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan Teman-Teman sekalian.

Penulis berharap Karya Akhir ini dapat memberikan manfaat kepada setiap pembaca dan juga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Agustus 2012
Penulis,

Toni Salim

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan.....	8
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	11
2.3 Sumber Daya.....	13

2.4	Tantangan Bisnis.....	15
2.5	Proses Bisnis.....	15

BAB III. KAJIAN PUSTAKA

3.1.	Konsep Pemasaran.....	17
3.2.	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
3.3.	Saluran Distribusi.....	20
3.4.	Arti Penting Saluran Distribusi.....	21
3.5.	Fungsi Saluran Distribusi.....	24
3.6.	Tipe Pelanggan.....	26
3.7.	Segmentasi Geografis.....	33
3.8.	Segmentasi Tingkat Ekonomi.....	34
3.9.	Pola Pembelian Pelanggan.....	38
3.10.	Strategi Distribusi.....	39
3.11.	Penelitian Terdahulu.....	40
3.12.	Kerangka Pemikiran.....	44
3.13.	Hipotesis.....	45

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1.	Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian	
4.1.1.	Lokasi Penelitian.....	46
4.1.2.	Obyek Penelitian.....	46
4.1.3.	Waktu Penelitian.....	46
4.2.	Metode dan Teknik Penelitian	
4.2.1.	Metode Penelitian.....	47

4.2.2.	Metode Teknik Penelitian.....	47
4.3.	Populasi dan Sampel	
4.3.1.	Populasi.....	48
4.3.2.	Sampel.....	49
4.3.3.	Teknik Penentuan Sampel.....	50
4.4.	Variabel Operasional.....	52
4.5.	Pengujian Instrumen Penelitian	
4.5.1.	Uji Validitas.....	55
4.5.2.	Uji Reliabilitas.....	56
4.6.	Uji Asumsi Klasik	
4.6.1.	Uji Normalitas.....	57
4.6.2.	Uji Multikolinieritas.....	58
4.6.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.7.	Analisa Regresi Berganda.....	59
4.8.	Pengujian Hipotesis	
4.8.1.	Uji-F (<i>F-test</i>).....	60
4.8.2.	Uji t.....	61
4.9.	Test Koefisien Korelasi (<i>r</i>).....	62
4.10.	Analisis Dimensi.....	63

BAB V. HASIL DAN ANALISIS

5.1.	Profil Responden	
5.1.1.	Lokasi Wilayah Responden.....	66
5.1.2.	Segmentasi Sekolah.....	67

5.1.3.	Tipe Sekolah.....	68
5.1.4.	Frekuensi Membeli Produk.....	68
5.1.5.	Lokasi Pembelian Produk.....	69
5.2.	Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	70
5.3.	Uji Instrumen	
5.3.1.	Uji Validitas.....	72
5.3.2.	Uji Reliabilitas.....	74
5.4.	Uji Asumsi Klasik	
5.4.1.	Uji Normalitas.....	75
5.4.2.	Uji Multikolinieritas.....	76
5.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	77
5.5.	Test Koefisien Korelasi (r).....	79
5.6.	Koefisien Regresi	
5.6.1.	Regresi Linier Sederhana.....	84
5.6.2.	Regresi Linier Berganda.....	92
5.7.	Analisis Dimensi.....	94

BAB VI. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1.	Kesimpulan.....	98
6.2.	Rekomendasi.....	99

DAFTAR PUSTAKA.....	102
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	104
----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	157
----------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel	1.1 : Pencapaian dan Target Penjualan Produk PET Beverage.....	3
Tabel	3.1 : Saluran Maya.....	31
Tabel	3.2 : Tipe Outlet PT. SNS.....	32
Tabel	3.3 : Segmentasi Lokasi Pelanggan.....	33
Tabel	3.4 : SES (<i>Socio Economic Status</i>).....	38
Tabel	4.1 : Sampel Penelitian.....	52
Tabel	4.2 : Variabel Operasional.....	53
Tabel	4.3 : Matrik Hubungan Antar Dimensi.....	64
Tabel	5.1 : Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	71
Tabel	5.2 : Uji Validitas.....	73
Tabel	5.3 : Uji Reliabilitas.....	74
Tabel	5.4 : Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel	5.5 : Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	79
Tabel	5.6 : Korelasi Segmentasi Geografis dengan Strategi Distribusi.....	80
Tabel	5.7 : Korelasi Tingkat Ekonomi dengan Strategi Distribusi.....	81
Tabel	5.8 : Korelasi Pola Pembelian Pelanggan dengan Strategi Distribusi.....	82
Tabel	5.9 : Korelasi Parsial.....	83
Tabel	5.10 : Koefisien Regresi Segmentasi Geografis Terhadap Strategi Distribusi.....	84

Tabel	5.11 : Koefisien Determinan (R^2) Segmentasi Geografis Terhadap Strategi Distribusi.....	85
Tabel	5.12 : Uji F Segmentasi Geografis Terhadap Strategi Distribusi.....	85
Tabel	5.13 : Koefisien Regresi Tingkat Ekonomi Terhadap Strategi Distribusi.....	86
Tabel	5.14 : Koefisien Determinan (R^2) Tingkat Ekonomi Terhadap Strategi Distribusi.....	87
Tabel	5.15 : Uji F Tingkat Ekonomi Terhadap Strategi Distribusi.....	88
Tabel	5.16 : Koefisien Regresi Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi.....	89
Tabel	5.17 : Koefisien Determinan (R^2) Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi.....	90
Tabel	5.18 : Uji F Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi.....	90
Tabel	5.19 : Koefisien Regresi Pengaruh Segmentasi Geografis, Tingkat Ekonomi dan Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi.....	92
Tabel	5.20 : Koefisien Determinan (R^2) Pengaruh Segmentasi Geografis, Tingkat Ekonomi dan Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi.....	93
Tabel	5.21 : Uji F Pengaruh Segmentasi Geografis, Tingkat Ekonomi dan Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi..	94
Tabel	5.22 : Matrik Korelasi Antar Dimensi Dependen dengan Independen.....	95

Tabel 5.23 : Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien

Korelasi..... 95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Distribusi PT. SNS.....	16
Gambar 3.1 : Empat P Bauran Pemasaran.....	19
Gambar 3.2 : Saluran Pemasaran Konsumen.....	23
Gambar 3.3 : Hypermarket.....	28
Gambar 3.4 : Grosir dan Retail (R1).....	29
Gambar 3.5 : Retail (R2) dan Retail (R3).....	30
Gambar 3.6 : Kantin dan Koperasi.....	31
Gambar 3.7 : <i>Tree Types of Customer Segmentation Criteria</i>	39
Gambar 3.8 : Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 : Teknik <i>Simple Random Sampling</i>	51
Gambar 4.2 : Tabel Uji t.....	62
Gambar 5.1 : Penentuan Daerah Kritis Pengaruh Segmentasi Geografis Terhadap Strategi Distribusi.....	86
Gambar 5.2 : Penentuan Daerah Kritis Pengaruh Tingkat Ekonomi Terhadap Strategi Distribusi.....	88
Gambar 5.3 : Penentuan Daerah Kritis Pengaruh Pola Pembelian Pelanggan Terhadap Strategi Distribusi.....	91

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 : Rata-Rata Pnjualan 2011 dan Target Penjualan 2012	
Produk PET Beverage.....	4
Grafik 5.1 : Lokasi Wilayah Responden.....	66
Grafik 5.2 : Segmentasi Sekolah.....	67
Grafik 5.3 : Tipe Sekolah.....	68
Grafik 5.4 : Frekuensi Membeli Produk.....	69
Grafik 5.5 : Lokasi Pembelian Produk.....	70
Grafik 5.6 : Prosentase Distribusi Jawaban Responden Terhadap	
Variabel Strategi Distribusi.....	75
Grafik 5.7 : Uji Heteroskedastisitas.....	78

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2 : Jadwal Kegiatan Penyusunan Karya Akhir.....	107
Lampiran 3 : Uji Validitas.....	108
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas.....	116
Lampiran 5 : Korelasi Parsial.....	122
Lampiran 6 : Korelasi Pola Pembelian Pelanggan terhadap Strategi Distribusi.....	124
Lampiran 7 : Korelasi Segmentasi Geografis terhadap Strategi Distribusi..	125
Lampiran 8 : Korelasi Tingkat Ekonomi terhadap Strategi Distribusi.....	126
Lampiran 9 : Regresi Linier.....	127
Lampiran 10 : Regresi Pola Pembelian Pelanggan terhadap Strategi Distribusi.....	129
Lampiran 11 : Regresi Segmentasi Geografis terhadap Strategi Distribusi....	131
Lampiran 12 : Regresi Tingkat Ekonomi terhadap Strategi Distribusi.....	133
Lampiran 13 : Uji Dimensi X1 dan Y11.....	135
Lampiran 14 : Uji Dimensi X1 dan Y12.....	138
Lampiran 15 : Uji Dimensi X1 dan Y13.....	141
Lampiran 16 : Uji Dimensi X2 dan Y11.....	144
Lampiran 17 : Uji Dimensi X2 dan Y12.....	146
Lampiran 18 : Uji Dimensi X2 dan Y13.....	148
Lampiran 19 : Uji Dimensi X3 dan Y11.....	150

Lampiran 20 : Uji Dimensi X3 dan Y12.....	152
Lampiran 21 : Uji Dimensi X3 dan Y13.....	154

