

ABSTRACT

This research is to determine the correlation between geographic segmentation, socio economic status and customer's purchase behaviour towards the PET Beverage distribution strategy in Jakarta.

The analysis method that is used in this research is the quantitative analysis. The data collection methods used are the literature study method, documentation method and direct interaction with store owners with the addition of surveys method.

The population of this research are school's canteens within DKI Jakarta area. The sampling method used in the sample data collection process is the Random Sampling method with total amount 152 respondents. The research is accomplished upon the validity and reliability test with the usage of SPSS.

In conclusion, this research determines that there is a significant correlation between all the independent variables such as geographic segmentation, socio economic status and customer's purchase behaviour towards the PET Beverage distribution strategy in Jakarta, either it is partially or simultaneously.

Keywords: geographic segmentation, socio economic status, customer's purchase behaviour, distribution strategy



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh segmentasi geografis, tingkat ekonomi dan pola pembelian pelanggan terhadap strategi distribusi produk PET *Beverage* di Jakarta.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, dokumentasi dan teknik penelitian adalah dengan cara bertatap muka langsung dengan pemilik kantin sekolah dengan menggunakan alat kuesioner yang telah disusun.

Populasi penelitian ini adalah kantin sekolah di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Metode Simple Random Sampling* dengan jumlah sebanyak 152 responden. Sebelum dilakukan penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas dengan bantuan SPSS.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu segmentasi geografis, tingkat ekonomi dan pola pembelian pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap strategi distribusi produk PET *Beverage* di Jakarta secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: segmentasi geografis, tingkat ekonomi, pola pembelian pelanggan dan strategi distribusi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA