

Segmentasi konsumen pusat perbelanjaan di sepanjang jalan Margonda dan jalan Sawangan kota Depok = Consumer segmentation of shopping center along Margonda street and Sawangan street in Depok city

Mayang Giovanny, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347428&lokasi=lokal>

Abstrak

Perekonomian Kota Depok tumbuh secara dinamis mengundang investor untuk berinvestasi, ditandai dengan terdapat banyak pusat perbelanjaan di Depok. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi segmentasi konsumen pusat perbelanjaan berdasarkan jenis dan lokasi pusat perbelanjaan. Metode penelitian deskriptif dengan analisis pola keruangan. Karakteristik fisik pusat perbelanjaan yang menjadi objek penelitian antara lain pusat perbelanjaan regional super, pusat perbelanjaan regional dan sentra belanja distrik. Karakteristik lokasi pusat perbelanjaan relatif sama. Segmentasi demografis, sosio-ekonomis, geografis dan alasan konsumen pusat perbelanjaan relatif sama. Pada segmentasi perilaku konsumen terhadap produk, kegiatan bersosialisasi lebih tinggi dilakukan pada pusat perbelanjaan yang lebih kecil dan tidak terlalu ramai daripada pusat perbelanjaan yang lebih besar dan lebih ramai.

.....

Depok City's economy grows rapidly inviting investor to invest in it; it's shown by a lot of shopping centre that exist in Depok. The aim of this research is to identify consumer segmentation of each shopping centre based on its type and location. The method is descriptive with spatial pattern analysis. The location characteristic of shopping center is relatively similar. Demographic, socio-economic, geographic and motives segmentation of shopping centre consumer are relatively similar. In consumer's attitude to product segmentation, socialization activities are higher in the shopping centres which are smaller and less crowded than in the shopping centres which are bigger and more crowded.