

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cukup pesat di tandai dengan tingginya kebutuhan akan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai salah satu cara untuk menambah pengetahuan baru. Masyarakat dengan mobilitas tinggi membutuhkan akses informasi yang sangat cepat dan akurat dalam satu waktu dengan menggunakan *smartphone*. Samsung yang saat ini dikenal sebagai produsen handphone Android terbesar di dunia yang cukup populer di masyarakat Indonesia, harus membagi pasarnya ke dalam segmen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk segmentasi pasar dari pengguna Samsung Android di Indonesia. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 400 sampel melalui social media kepada pengguna Samsung Android di Indonesia. Dari kuesioner tersebut diperoleh hasil yang valid. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga segmen konsumen. Cluster 1 berfokus pada *technological compatibility and connectivity, social desirability and imoressiveness, price attractiveness and payment condition* dan *image and trendiness*. Cluster 2 berfokus pada *physical features, expertise and service quality, functionality and design*, dan *safety an duration*. Dan cluster 3 berfokus pada *practically and durability*.

Kata kunci: analisis cluster, segmentasi konsumen, Samsung Android.