

## ABSTRAK

Penjualan produk kartu Halo di Branch Manado setiap bulannya di tahun 2018 mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini ditandai dengan rata-rata peningkatan *customer base* dari awal Januari hingga Agustus di Tahun 2018 sebesar 982 orang. Peningkatan *customer base* ini juga *inline* dengan pertumbuhan ekonomi Sulawesi Utara sebesar 6.49% *Year on Year* di tahun 2018. Dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi, maka tingkat pengeluaran masyarakat kota Manado juga meningkat setiap bulannya, pengeluaran pada sektor non makanan mencapai 50.76% dari total pengeluaran perbulan. 30.26% diantaranya berada pada sektor barang dan jasa. Di kota-kota besar dan berkembang di Indonesia memiliki potensi pertumbuhan dan perubahan gaya hidup dalam hal kebutuhan jasa telekomunikasi. Pergeseran *behaviour* konsumen dari *wired* komunikasi menjadi *wireless mobile* komunikasi membuat perusahaan berlomba-lomba dalam memberikan layanan dan produk terbaik dalam meningkatkan revenue perusahaan. *Average Revenue Per User* (ARPU) yang dihasilkan dari produk pascabayar kartu Halo Telkomsel memberikan sumbangsih 3.68 kali lebih besar dibandingkan dengan ARPU produk Prabayar Telkomsel di akhir tahun 2017.

Terdapat berbagai metode yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhan revenue, salah satunya adalah dengan meningkatkan *market share*. Salah satu cara meningkatkan *market share* adalah dengan meningkatkan *Customer Base*. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menawarkan produk sesuai segmen pelanggan yang dituju. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana segmentasi konsumen pelanggan kartu Halo di Branch Manado berdasarkan gaya hidup *activity*, *interest*, dan *opinion* konsumen, Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian deskriptif eksploratif yang pengumpulan datanya dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuisioner terhadap 420 sampel melalui sosial media kepada pengguna produk kartu Halo di Branch Manado. Dari hasil kuisioner tersebut diperoleh hasil yang valid dan reliabel dengan nilai *chronbach's alpha* sebesar 0,907.

Dengan menggunakan analisis kluster metode *two steps cluster*, hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat dua kluster, yaitu kluster pertama ***Experientials***, yang memiliki Pendidikan dan pendapatan rata-rata yang melakukan *research*, dalam memilih produk, serta menjalankan kegiatan secara online. Sedangkan pada kluster kedua ***Functionalist***, yang menghabiskan uang untuk sesuatu hal yang penting dan memiliki tingkat percaya diri yang tinggi.

Kata Kunci: Analisis Kluster, *Two Steps Cluster*, *Activity*, *Interest*, *Opinion*, AIO, Gaya Hidup.