

ABSTRAK

ANALISIS SEGMENTASI KONSUMEN DALAM MEMILIH OS (OPERATION SYSTEM) SMARTPHONE BERDASARKAN VALS DI KOTA BANDUNG

Smartphone telah melanda Indonesia, tidak hanya sebagai media komunikasi dan mencari informasi namun kini telah berpengaruh pada gaya hidup seseorang. Persaingan dalam *operation system*-nya pun tidak dapat dielakkan. Pilihan OS *smartphone* yang beragam ini memancing pengguna untuk memiliki *smartphone* dan pasar *smartphone* memiliki pertimbangan *trend* dan *lifestyle*.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana segmentasi konsumen dalam memilih OS *smartphone*, karakteristik dan perilaku konsumen dalam memilih OS *smartphone* berdasarkan *Value and Lifestyle* (VALS) di Bandung. Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian deskriptif eksploratif, dimana eksploratif bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status fenomena, Untuk penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan responden sebesar 100 responden yang diperoleh dengan rumus Bernoulli. Penulis mengguakan analisis kluster untuk mengetahui segmentasi dan karakteristik konsumen pengguna OS *smartphone*.

Berdasarkan hasil analisis kluster dengan metode *twostep cluster* yang diolah dengan SPSS 17 hasil yang didapat ada 3 kluster, pertama yaitu **EMPLOYEE USER** yang artinya orang yang di dalam kluster pertama merupakan para pekerja aktif, yaitu karyawan dan wiraswasta. Responden memilih OS *smartphone* berdasarkan harga dan kebutuhan, yang bisa menunjang kebutuhan dalam hal komunikasi baik untuk bisnis maupun secara personal. Kluster kedua yaitu, **ACTIVE USER** yang artinya kalangan muda yang aktif. Responden memilih OS *smartphone* berdasarkan pertimbangan dari saran teman/orang lain. dan kluster ketiga yaitu, **LIFESTYLE USER** yang artinya kalangan yang mempertimbangkan suatu gengsi, orang-orang yang *fashionable*, dan *smartphone* hanya sebagai pelengkap gaya hidup. Responden cenderung memilih berdasarkan keinginan mereka dalam memilih dan menggunakan OS *smartphone*. *Smartphone* sebagai bentuk dari gaya hidup dan status sosial.

Kata Kunci : Analisis Cluster, Twostep Cluster, VALS (*Value and Lifestyle*), OS *Smartphone*, Gaya Hidup.