

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan pengembangan instrumen untuk mengeksplorasi faktor-faktor penentu konsumen wanita memilih mobil maskulin *sport utility vehicle* (SUV). Penelitian diawali dengan studi pendahuluan kualitatif untuk menegaskan fenomena tingginya jumlah konsumen wanita yang menyukai mobil maskulin. Penelitian kemudian dilanjutkan dengan tahapan pemurnian skala yang melibatkan 106 responden di tahap awal, dan 221 responden untuk tahap utama. Tahapan penjernihan skala meliputi: mengeksplorasi faktor-faktor laten yang mendasari penentuan pilihan wanita kepada mobil maskulin SUV, menentukan domain faktor, identifikasi dimensi yang mendasari pilihan wanita pada mobil maskulin, pengembangan indikator, uji awal indikator kepada responden terbatas, menguji koefisien alpha dan melakukan analisis faktor, menyesuaikan instrumen, menerapkan instrumen untuk responden yang lebih besar, melakukan pemurnian skala dan menetapkan instrumen akhir. Hasil penelitian menunjukkan kecenderungan wanita memilih mobil maskulin SUV ditentukan oleh citra diri, kemudahan layanan purna jual, persepsi kehandalan mobil, persepsi keamanan, nilai manfaat ekonomi, persepsi inovasi teknologi, kesadaran merek, kenyamanan, dan kemudahan mengemudi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai ceruk pasar baru khususnya pada segmentasi konsumen wanita untuk mobil SUV serta memberikan implikasi praktis bagi strategi pemasaran perusahaan.

Kata kunci: analisis faktor eksploratori, konsumen wanita, otomotif, mobil SUV

This study describe a development of instrument for exploring some factors that determine female buyers choose masculine car *sport utility vehicle* (SUVs). This study started with preliminary qualitative studies to confirm the height amount phenomenon female buyers who likes masculine car. The first step researcher do limiting scale stage that involving 106 respondents, and 221 respondents for main step. In the limiting scale stage includes: exploration of latent factors which determinant of choosing female buyers to SUV car, determine the domain factor, identify the underlying factors female's choice for masculine car, do indicator development, preliminary test for those indicators on limited respondent, do alpha coefficient test and do factor analysing, adjust the instrument, apply the instrument on big respondents, do limiting scale and set the last instrument. The result of this research show why female buyers choose SUV masculine car, that is self-image, convenience service on reselling the car, perception of car reliability, security perception, the benefit economic value, the innovation of technological perception, awareness of brand, the convenience, and the convenience of driving. Researcher hope the result of this study could give information about the trend on big market, especially in segmentation female buyers for SUV and give implication practical for company's marketing strategy.

Keywords: exploratory factor analysis, female consumer, automotive, SUV cars