

**ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP
TELEPHONE SELULER MEREK NOKIA
DI WIROBRAJAN YOGYAKARTA**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**

SKRIPSI



**Oleh
Aga Fredianto
20000410322**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

SKRIPSI
ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP
TELEPHONE SELULER MEREK NOKIA
DI WIROBRAJAN YOGYAKARTA



Sutrisno Wibowo, SE, M.Si
NIK : 143.030

Tanggal 12 Mei 2008

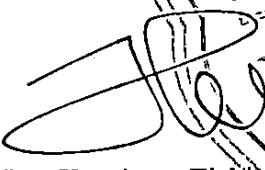
SKRIPSI
ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP
TELEPHONE SELULER MEREK NOKIA
DI WIROBRAJAN YOGYAKARTA


Diajukan Oleh

AGA FREDIANTO
20000410322

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 26 Juni 2008
Yang terdiri dari

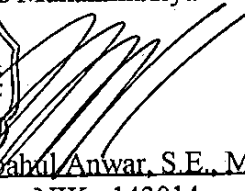
The seal of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta is a circular emblem with a sunburst in the center, surrounded by the university's name in Indonesian and English. It is overlaid with a large, stylized signature.
Hasnah Riniyati, Dra., SE., M.Si
Ketua Tim Penguji

A large, stylized signature in black ink, written over the seal.
Heru Kurnianto Tjahjono, SE., MM
Anggota Tim Penguji

A large, stylized signature in black ink, written over the seal.
Fajarwati, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



A large, stylized signature in black ink, written over the seal.
Asyraf Anwar, S.E., M.Si
NIK : 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 Juni 2008

Aga Fredianto

Motto

- ❖ “ Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya ; dan sekali – kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”
(Qs. : Ar Ra’d : 11)
- ❖ “ Allah akan meninggikan orang – orang yang beriman di antaramu dan orang – orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. “ (Qs. : Al Mujadalah : 11)
- ❖ “ Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang – orang yang beruntung. “ (Qs. : Ali Imron : 104)
- ❖ “ Sebaik – baik manusia adalah yang paling banyak memberi manfaat bagi orang lain “. (Hadist Nabi Muhammad SAW)

Kupe:sembahkan

Kepada :

Ayah dan Ibu Tercinta

Adik – adikku Tersayang

Almamaterku

INTISARI

Penelitian ini berusaha menerapkan konsep Martin Fishbein dan Icek Ajzen dalam Reasoned Action Theori, dan teori Bentler dan Speekart yang bertujuan untuk menganalisis minat konsumen terhadap telephone seluler merek Nokia di kota Yogyakarta.

Populasi penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Wirobrajan yang secara demografi masyarakat tersebut sudah mewakili dan memiliki kemampuan untuk menjadi konsumen telephone seluler merek Nokia di kota Yogyakarta dengan metode *Convenience Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 variabel yakni sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau mempunyai pengaruh langsung terhadap niat untuk membeli telephone seluler merek Nokia. Dari 3 variabel yang paling berpengaruh kuat terhadap niat membeli telephone seluler merek Nokia adalah variabel perilaku lampau.

Dengan mengetahui hasil penelitian minat konsumen terhadap telephone seluler merek Nokia dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam memperbaiki produk maupun strategi pemasaran yang harus ditempuh.

Kata Kunci : Sikap, Norma Subyektif, Perilaku Lampau, dan Minat

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbilalamin, dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan nikmat, rahmat, karunia, dan hidayah – Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan para pengikutnya sampai akhir zaman.

Penyusunan skripsi dengan judul “ Analisis Minat Konsumen Terhadap Telephone Seluler Merek Nokia di Wirobrajan Yogyakarta “ ini dapat diselesaikan berkat bantuan yang di berikan oleh berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra Hj. Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Ayahanda M. Wahyudi dan Bunda Sri Suharti yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun spirituil kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu – persatu.

Semoga seluruh bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dengan keterbatasan yang ada penyusun menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata penyusun berharap semoga skripsi ini mendapatkan manfaat bagi semua pihak.

Wassaalaamu'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7

2. Konsep Pemasaran.....	8
3. Strategi Pemasaran.....	9
4. Segmentasi Pasar.....	10
5. Manajemen Pemasaran.....	11
6. Perilaku Konsumen.....	12
7. Sikap Konsumen.....	14
8. Perilaku Lampau (Teori Bentler dan Speekart).....	18
9. Norma Subyektif.....	20
10. Minat Beli Konsumen.....	20
11. Theory of Reasoned Action Model atau Model Behavioral	
Intentions.....	21
12. Teori Bentler dan Speekart.....	28
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
C. Hipotesis.....	34
D. Model Penelitian.....	34
BAB III METODA PENELITIAN	36
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	36
B. Teknik Pengambilan Sampel	37
C. Jenis Data.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39

	F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	45
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
	B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	58
	C. Uji Kualitas Instrumen.....	59
	D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis dan Analisis Data).....	63
	E. Pembahasan	69
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.	73
	A. Kesimpulan.....	73
	B. Saran.....	74
	C. Keterbatasan	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN