

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