

dapat nilai bagus dan cepet lulus. Makasih dah mau nemenin dan bantu penulis. Mudah-mudahan kamu menemukan orang yang kamu sayangi dan juga sayang sama kamu.

9. Temen-temen KKN unit-42 *Hasan, Rian, Febri, Pramu, Toni, Fai, Mitha, Bening, Iim, Junta*. Buat "Mitha, Iim, dan Febri" makasih ya! Mau mendengarkan curhat penulis di saat stress. *Fighting!!!Semangat!!!* Semoga kalian cepet lulus.
10. *Lilik, Urip, Ote, Tuti, Yanti* sahabat-sahabat penulis saat sekolah di "Kutoarjo". Kalian sahabat yang akan selalu penulis ingat dan rindukan.
11. Teman-teman satu kos penulis di Worira *Sinta, Mba'Ayu, Ncik dkk*. Dan juga semua teman-teman penulis di "Jogja" yang belum bisa disebutkan. Makasih mau membantu penulis selama ini.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan, mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

Sekian saja pengantar dari penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan memberikan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

*Wassalamualaikum wr.wb*

Yogyakarta, Juli 2006

Ratna Nur Dyana

#### 4) Rata – rata Hitung

Rata – rata hitung digunakan untuk menentukan atribut manfaat produk dan referen yang mendominasi sikap konsumen untuk membeli produk.

Rumus yang dipakai adalah:

$$\overline{Xh} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

$\overline{Xh}$  = nilai rata - rata sikap dan norma subyektif konsumen.

$X_i$  = nilai data sikap dan norma subyektif.

$n$  = jumlah sampel (konsumen).

Dari Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa konsumen lebih berminat membeli minuman isotonik merek Pocari Sweat dibanding Powerade Isotonik.

perusahaan harus mampu memperbaiki kualitas iklan, sehingga iklan yang ditayangkan menjadi lebih menarik. Beberapa cara untuk membuat iklan yang menarik adalah pemilihan pemeran iklan yang tepat, jalan cerita iklan yang menarik dan mudah dimengerti, tampilan gambar dan suara yang saling mendukung.