

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/ sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Mei 2006

Penulis,

Sulistiyani

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

Q.S. Asy Syarh : 6-8

“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati, agar kamu bersyukur.”

Q.S. An Nahf : 7-8

“Apapun yang kau miliki, bukanlah semua itu merupakan hasil dari pencarianmu. Setiap pencarian yang kau lakukan, mengingatkanmu selalu dan memberimu kabar baik. Maka berusahalah supaya pencarianmu bertambah karena bagi mereka yang telah menanam dengan sungguh-sungguh, tentu akan memetik hasil yang berlimpah.”

Jalaluddin Rumi

“Akal merupakan cahaya dalam kegelapan sedangkan amarah merupakan kegelapan di tengah terang cahaya. Waspadalah, biarlah akal bukan amarah yang menjadi petunjuk jalan. Tuhan tidak membuat kegelapan, Dia menganugerahi manusia akal dan ilmu. Sungguh mulia mereka yang menggunakan akal dan ilmu.”

Kahlil Gibran

“Anyone who has never made a mistake has never tried anything new.”

Albert Einstein

Kupersembahkan Skripsi ini Teruntuk

*Allah SWT semoga menjadi amal ibadahku
Rasulullah Muhammad SAW sebagai qudwah hasanahku
Papa dan Mama yang telah tulus ikhlas mengantarkanmu pada masa depan
Masku tersayang dan tersabar "Mas Wardo"
Sahabat-sahabatku, semoga Allah senantiasa menguatkan ikatan pertalian kita*

11. Murobbiyahku dan teman-teman pengajian, Mb' Rina, Mb' Aufa, Pu2t, Erwin, Juli, Leni, Idda, Naen, Isnaeni; atas bimbingan, arahan, dan dukungan dalam meniti jalan Islam. Jazakumullah khairan katsira.
12. Thank's buat BG8076NE 'red' yang selalu setia mengiringi penulis kemanapun dan kapanpun.
13. Serta seluruh pihak yang telah ikut membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta membalas budi baik kalian semua. Amin.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat sebagaimana mestinya bagi semua pihak yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, Mei 2006

Penulis

Sulistyani

4.17	Penilaian Evaluasi Konsumen Terhadap Variabel Distribusi	81
4.18	Penilaian Evaluasi Konsumen Terhadap Variabel Marketing Mix	81
4.19	Perhitungan Sikap Konsumen Terhadap Variabel Marketing Mix	84
4.20	Perhitungan Sikap Konsumen Terhadap Tiap-tiap Variabel Marketing Mix.	86

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi yang dapat dijadikan bahan masukan dan bahan pertimbangan dalam menyusun berbagai kebijakan di masa yang akan datang.

1.5.2 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diajukan sebagai sarana menambah wawasan dan pengalaman mengenai ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah serta mempraktekkan teori dan menerapkannya di dalam kehidupan sebenarnya, khususnya yang berhubungan dengan bidang pemasaran.

1.5.3 Bagi Kalangan Akademis

Penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori dan penerapan sesungguhnya.

Nilai 3 diberikan untuk jawaban Ragu – Ragu (RR)

Nilai 2 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

Nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3) Menghitung jumlah skor dengan rumus :

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Dimana :

A_0 = Sikap terhadap obyek / produk Fruit Tea

b_i = Kekuatan keyakinan bahwa dengan membeli produk Fruit Tea,
konsumen akan menerima konsekuensi akibat (atribut) i .

e_i = Evaluasi perasaan mengenai atribut i

n = Jumlah atribut i yang menonjol atau penting.