

Frequencies

Statistics

		Jenis_Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
N	Valid	110	110	110	110	110
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	51	46,4	46,4	46,4
	Perempuan	59	53,6	53,6	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 40 Tahun	1	,9	,9	,9
	17-20 Tahun	36	32,7	32,7	33,6
	21-25 Tahun	49	44,5	44,5	78,2
	26-30 Tahun	11	10,0	10,0	88,2
	31-35 Tahun	4	3,6	3,6	91,8
	35-40 Tahun	9	8,2	8,2	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	28	25,5	25,5	25,5
	S1	36	32,7	32,7	58,2
	S2	7	6,4	6,4	64,5
	SMA/SEDERAJAT	39	35,5	35,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	GURU	16	14,5	14,5	14,5
	IRT	5	4,5	4,5	19,1
	KARYAWAN SWASTA	31	28,2	28,2	47,3
	PELAJAR	45	40,9	40,9	88,2
	PNS	5	4,5	4,5	92,7
	WIRASWASTA	8	7,3	7,3	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 500 Rb	44	40,0	40,0	40,0
> 5 Juta	7	6,4	6,4	46,4
> 500 Rb	4	3,6	3,6	50,0
1,1-1,5 Juta	9	8,2	8,2	58,2
1,6-2 Juta	12	10,9	10,9	69,1
2,1-2,5 Juta	13	11,8	11,8	80,9
2,6-3 Juta	10	9,1	9,1	90,0
4,1-5 Juta	4	3,6	3,6	93,6
500 Rb -1 Juta	7	6,4	6,4	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Correlations

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	Total
P1	Pearson Correlation	1	,365	,841**	,099	,293	,592**	,218	,099	,098	,099	,671**	,671**
	Sig. (2-tailed)		,047	,000	,604	,116	,001	,247	,604	,608	,604	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,365	1	,206	,263	,098	-,066	,036	,263	,098	,263	-,017	,391*
	Sig. (2-tailed)	,047		,274	,160	,608	,730	,849	,160	,608	,160	,928	,032
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,841**	,206	1	,099	,488**	,757**	,400	,263	,293	,099	,843**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,274		,604	,006	,000	,028	,160	,116	,604	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,099	,263	,099	1	,337	,148	,452	,830**	,135	,318	,024	,556**
	Sig. (2-tailed)	,604	,160	,604		,069	,436	,012	,000	,477	,087	,901	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,293	,098	,488**	,337	1	,337	,447	,539**	,040	,337	,388	,635**
	Sig. (2-tailed)	,116	,608	,006	,069		,069	,013	,002	,834	,069	,034	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,592**	-,066	,757**	,148	,337	1	,264	,148	,539**	,148	,915**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,001	,730	,000	,436	,069		,159	,436	,002	,436	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,218	,036	,400	,452	,447	,264	1	,641**	,447	,264	,315	,658**
	Sig. (2-tailed)	,247	,849	,028	,012	,013	,159		,000	,013	,159	,090	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,099	,263	,263	,830**	,539**	,148	,641**	1	,135	,148	,202	,635**
	Sig. (2-tailed)	,604	,160	,160	,000	,002	,436	,000		,477	,436	,284	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,098	,098	,293	,135	,040	,539**	,447	,135	1	,135	,388	,479**
	Sig. (2-tailed)	,608	,608	,116	,477	,834	,002	,013	,477		,477	,034	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	,099	,263	,099	,318	,337	,148	,264	,148	,135	1	,024	,425
	Sig. (2-tailed)	,604	,160	,604	,087	,069	,436	,159	,436	,477		,901	,019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	,671**	-,017	,843**	,024	,388	,915**	,315	,202	,388	,024	1	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,928	,000	,901	,034	,000	,090	,284	,034	,901		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,671**	,391*	,798**	,556**	,635**	,714**	,658**	,635**	,479**	,425	,712**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,032	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,007	,019	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,828	11

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena harganya terjangkau	45	65
Saya membeli kopi janji jiwa karena mereknya menarik	55	55
Saya membeli kopi janji jiwa karena ingin mencoba berbagai varian rasa	39	71
Saya membeli kopi janji jiwa karena mendapatkan informasi dari sosial media atau teman saya	40	70
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena kemasnya praktis dan menarik	42	68
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena adanya promo.	31	79
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	70,548 ^a
df	10
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena harganya terjangkau	45	65
Saya membeli kopi janji jiwa karena ingin menyoba berbagai varian rasa	39	71
Saya membeli kopi janji jiwa karena mendapatkan informasi dari sosial media atau teman saya	40	70
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena kemasnya praktis dan menarik	42	68
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena adanya promo.	31	79
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	47,279 ^a
df	9
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena ingin menyoba berbagai varian rasa	39	71
Saya membeli kopi janji jiwa karena mendapatkan informasi dari sosial media atau teman saya	40	70
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena kemasnya praktis dan menarik	42	68
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena adanya promo.	31	79
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	37,555 ^a
df	8
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena ingin mencoba berbagai varian rasa	39	71
Saya membeli kopi janji jiwa karena mendapatkan informasi dari sosial media atau teman saya	40	70
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena adanya promo.	31	79
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	28,937 ^a
df	7
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena ingin mencoba berbagai varian rasa	39	71
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena adanya promo.	31	79
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	21,611 ^a
df	6
Asymp. Sig.	,001

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena adanya promo.	31	79
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	11,712 ^a
df	5
Asymp. Sig.	,039

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Saya membeli kopi janji jiwa karena rasanya enak	30	80
Saya membeli kopi janji jiwa karena lokasinya strategis	19	91
Saya membeli kopi janji jiwa karena pelayanannya cepat	28	82
Saya membeli kopi di janji jiwa karena interiornya menarik	17	93
Saya membeli kopi janji jiwa karena saya suka mencoba kopi di berbagai kedai kopi	27	83

Test Statistics

N	110
Cochran's Q	9,427 ^a
df	4
Asymp. Sig.	,051

a. 1 is treated as a success.