

KUESIONER

NO:

Selamat Pagi / Siang / Sore,

Perkenalkan, saya adalah mahasiswa universitas Esa Unggul

Nama : Andika Pratama

Jurusan : Komunikasi

Judul Skripsi : Attensi, Interpretasi, Dan Brand Asosiasi Logo Baru Starbucks Pada Khalayak Books & Beyond Karawaci.

Ingin meminta bantuan Anda sekalian untuk menjawab kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Terima kasih atas bantuan Anda.

Apakah anda pernah mengkonsumsi atau mencoba produk Starbucks coffee Indonesia?

- a. Pernah b. tidak pernah

I. Identitas Responden

Nama :

Usia : a. 17-23 tahun

b. 24-30 tahun

c. 36 tahun

Pengeluaran Anda dalam satu bulan (diluar pengeluaran untuk kebutuhan pokok) yang dihabiskan untuk *hangout* berkisar antara (pilih salah satu)

a. < dari Rp. 1.000.000

b. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000

c. > dari Rp.2.000.000

II. Atensi khalayak pada produk-produk Starbucks

Pertanyaan berikut diajukan untuk mengukur persepsi Anda terhadap produk-produk Starbucks.

Berikan tanda (✓) pada kolom yang menggambarkan jawaban Anda.

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

A. Atensi

Pernyataan berikut diajukan untuk mengukur sejauh mana Anda mengetahui tentang Starbucks sebagai retail kedai kopi raksasa di dunia yang paling gemari oleh para penikmat kopi.

Saya...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Mengenal bentuk logo baru Starbucks					
2	Mengenal warna logo baru Starbucks					
3	Mengetahui sejak kapan logo baru Starbucks berlaku					
4	Bisa menjelaskan ikon-ikon dalam logo baru Starbucks					
5	Mengerti makna perubahan logo Starbucks					
6	Mengerti tujuan perubahan logo Starbucks					

B. Interpretasi

Pernyataan berikut diajukan untuk mengukur sejauh mana Anda memahami dan mempercayai Starbucks sebagai retail kopi.

Saya berharap...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Logo baru memiliki makna lebih baik dari logo Terdahulu					
2	Logo baru memiliki makna akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya					
3	Logo baru memiliki makna untuk menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga					
4	Logo baru lebih mengesankan dari logo terdahulu					
5	Logo baru mengesankan akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya					
6	Logo baru mengesankan untuk menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga					
7	Logo baru dinilai lebih baik dari logo terdahulu					
8	Logo baru dinilai akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya					

9	Logo baru dinilai menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga					
---	---	--	--	--	--	--

C. Asosiasi Merek

Menurut saya...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Logo Starbucks coffee identik dengan warna hijau					
2	Logo Starbucks coffee identik dengan warna putih					
3	Ukuran produk-produk starbucks sesuai dengan Kebutuhan					
4	Starbucks coffee memiliki desain produk yang menarik					
5	Starbucks memiliki kemasan yang menarik					
6	Harga produk Starbucks sesuai dengan kualitas produk					
7	Harga produk Starbucks sesuai dengan kuantitas produk					
8	Seorang penikmat kopi yang akan memilih Starbucks Coffee menjadi kedai kopi yang dapat dipercaya yang memiliki cita kopi rasa yang tinggi					
9	Fungsi Starbucks coffee menyediakan berbagai macam olahan kopi terbaik					
10	Produk Starbucks perlu dicoba					
11	Starbucks coffee merupakan merek kopi yang modern					

12	Starbucks coffee merupakan merek kopi yang eksklusif					
13	Starbucks coffee merupakan merek kopi yang inovatif					
14	Starbucks coffee merupakan merek kopi ternama					
15	Starbucks coffee merupakan merek kopi bergengsi					
16	Starbucks coffee dipercaya memiliki kualitas kopi yang baik					
17	Produk starbucks coffee dipercaya mampu memuaskan kebutuhan konsumen					
18	Starbucks coffee dipercaya lebih baik dibandingkan merek kopi lainnya					
19	Produk starbucks coffee terbuat dari biji kopi pilihan berkualitas tinggi					
20	Starbucks coffee merupakan merek produk yang lebih disukai dibandingkan merek kopi lainnya					
21	Starbucks coffee merupakan merek produk yang menimbulkan keinginan untuk membeli					

Frequency Table Identitas Responden

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 - 23 tahun	67	67.0	67.0	67.0
24 - 30 tahun	22	22.0	22.0	89.0
>31 tahun	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pengeluaran Anda dalam satu bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < dari Rp.1.000.000	7	7.0	7.0	7.0
Rp.1.000.000 - Rp. 2.000.000	30	30.0	30.0	37.0
> dari Rp.2.000.000	63	63.0	63.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table Atensi dan Interpretasi Khalayak tentang Logo Baru Starbucks (X1 & X2)

Mengenal bentuk logo baru Starbucks

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	47	47.0	47.0	48.0
Setuju	52	52.0	52.0	100.0
Sangat Setuju				
Total	100	100.0	100.0	

Mengenal warna logo baru Starbucks

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0

Setuju	56	56.0	56.0	66.0
Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Mengetahui sejak kapan logo baru Starbucks berlaku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	41	41.0	41.0	48.0
Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Bisa menjelaskan ikon-ikon dalam logo baru Starbucks

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	41	41.0	41.0	52.0
Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Mengerti makna perubahan logo Starbucks

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	44	44.0	44.0	54.0
Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Mengerti tujuan perubahan logo Starbucks

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	17.0

Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	41	41.0	41.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Logo baru memiliki makna lebih baik dari logo terdahulu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	16.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	51	51.0	51.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Logo baru memiliki makna akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	14	14.0	14.0	15.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	38	38.0	38.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Logo baru memiliki makna untuk menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	12	12.0	12.0	12.0
Netral	0.0	0.0	0.0	0.0
Setuju	49	49.0	49.0	61.0
Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Logo baru lebih mengesankan dari logo terdahulu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
	Netral	0	0.0	0.0	0.0
	Setuju	50	50.0	50.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Logo baru mengesankan akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Netral	0.0	0.0	0.0	0.0
	Setuju	47	47.0	47.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Logo baru mengesankan untuk menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	14.0
	Netral	0	0.0	0.0	0.0
	Setuju	40	40.0	40.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Logo baru dinilai lebih baik dari logo terdahulu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Netral	0.0	0.0	0.0	0.0
	Setuju	44	44.0	44.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0

Total	100	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

Logo baru dinilai akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	17	17.0	17.0	18.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	44	44.0	44.0	62.0
Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Logo baru dinilai menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Netral	0.0	0.0	0.0	0.0
Setuju	45	45.0	45.0	54.0
Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean
Mengenal bentuk logo baru Starbucks	100	3.50
Mengenal warna logo baru Starbucks	100	3.22
Mengetahui sejak kapan logo baru Starbucks berlaku	100	3.45
Bisa menjelaskan ikon-ikon dalam logo baru Starbucks	100	3.37
Mengerti makna perubahan logo Starbucks	100	3.34

Mengerti tujuan perubahan logo Starbucks	100	3.23
Logo baru memiliki makna lebih baik dari logo terdahulu	100	3.16
Logo baru memiliki makna akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya	100	3.31
Logo baru memiliki makna untuk menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga	100	3.27
Logo baru lebih mengesankan dari logo terdahulu	100	3.18
Logo baru mengesankan akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya	100	3.27
Logo baru mengesankan untuk menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga	100	3.32
Logo baru dinilai lebih baik dari logo terdahulu	100	3.34
Logo baru dinilai akan terjadinya revolusi di masa mendatang dalam segi produk-produknya	100	3.19
Logo baru dinilai menjadi yang terbaik dalam menyediakan kebutuhan konsumen tidak hanya dalam segi minuman saja, namun makanan juga	100	3.37
Valid N (listwise)	100	

Frequency Table Asosiasi Merek (X3)
Logo Starbucks coffee identik dengan warna hijau

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	58	58.0	58.0	61.0
Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Logo Starbucks coffee identik dengan warna putih

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	59	59.0	59.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki desain produk yang menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	58	58.0	58.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Starbucks memiliki kemasan yang menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	8.0
Netral	0.0	0.0	0.0	0.0
Setuju	69	69.0	69.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Harga produk Starbucks sesuai dengan kualitas produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	57	57.0	57.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Fungsi Starbucks coffee menyediakan berbagai macam olahan kopi terbaik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Netral	0.0	0.0	0.0	0.0
Setuju	61	61.0	61.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Starbucks coffee merupakan merek kopi yang modern

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	50	50.0	50.0	51.0
Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee merupakan merek kopi yang eksklusif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	56	56.0	56.0	57.0
Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0

Total	100	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

Starbucks coffee merupakan merek kopi yang inovatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	58	58.0	58.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee merupakan merek kopi ternama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	62	62.0	62.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee merupakan merek kopi bergengsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	54	54.0	54.0	57.0
Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee dipercaya memiliki kualitas kopi yang baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	9.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	74	74.0	74.0	83.0

Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Produk starbucks coffee dipercaya mampu memuaskan kebutuhan konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	11	11.0	11.0	14.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	57	57.0	57.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee dipercaya lebih baik dibandingkan merek kopi lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	1.0	1.0	1.0	2.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	53	53.0	53.0	55.0
Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Produk starbucks coffee terbuat dari biji kopi pilihan berkualitas tinggi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	7.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	56	56.0	56.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee merupakan merek produk yang lebih disukai dibandingkan merek kopi lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	60	60.0	60.0	62.0
Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee disukai sebagai merek kopi yang modern

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	76	76.0	76.0	76.0
Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee disukai sebagai merek kopi yang inovatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	52	52.0	52.0	57.0
Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee disukai sebagai merek kopi yang eksklusif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	41	41.0	41.0	49.0
Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki kekuatan sebagai merek kopi yang modern

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	47	47.0	47.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki kekuatan sebagai merek kopi inovatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	11	11.0	11.0	12.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	50	50.0	50.0	62.0
Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki kekuatan sebagai merek kopi eksklusif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	48	48.0	48.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki keunikan sebagai merek kopi yang modern

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	46	46.0	46.0	52.0
Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki keunikan sebagai merek kopi yang inovatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	58	58.0	58.0	64.0
Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Starbucks coffee memiliki keunikan sebagai merek kopi yang eksklusif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0.0	0.0	0.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Netral	0	0.0	0.0	0.0
Setuju	50	50.0	50.0	54.0
Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Descriptives
Descriptive Statistics

	N	Mean
Logo Starbucks coffee identik dengan warna hijau	100	3.36
Logo Starbucks coffee identik dengan warna putih	100	3.25
Starbucks coffee memiliki desain produk yang menarik	100	3.42
Starbucks memiliki kemasan yang menarik	100	3.14
Harga produk Starbucks sesuai dengan kualitas produk	100	3.41
Fungsi Starbucks coffee menyediakan berbagai macam olahan kopi terbaik	100	3.27
Starbucks coffee merupakam merek kopi yang modern	100	3.48
Starbucks coffee merupakan merek kopi yang eksklusif	100	3.42
Starbucks coffee merupakan merek kopi yang inovatif	100	3.42
Starbucks coffee merupakan merek kopi ternama	100	3.27
Starbucks coffee merupakan merek kopi bergengsi	100	3.40
Starbucks coffee dipercaya memiliki kualitas kopi yang baik	100	3.07
Produk starbucks coffee dipercaya mampu memuaskan kebutuhan konsumen	100	3.12
Starbucks coffee dipercaya lebih baik dibandingkan merek kopi Lainnya	100	3.42
Produk starbucks coffee terbuat dari biji kopi pilihan berkualitas tinggi	100	3.29
Starbucks coffee merupakan merek produk yang lebih disukai dibandingkan merek kopi lainnya	100	3.35
Starbucks coffee disukai sebagai merek kopi yang modern	100	3.24
Starbucks coffee disukai sebagai merek kopi yang inovatif	100	3.37
Starbucks coffee disukai sebagai merek kopi yang eksklusif	100	3.43

Starbucks coffee memiliki kekuatan sebagai merek kopi yang Modern	100	3.41
Starbucks coffee memiliki kekuatan sebagai merek kopi inovatif	100	3.25
Starbucks coffee memiliki kekuatan sebagai merek kopi eksklusif	100	3.42
Starbucks coffee memiliki keunikan sebagai merek kopi yang Modern	100	3.42
Starbucks coffee memiliki keunikan sebagai merek kopi yang Inovatif	100	3.29
Starbucks coffee memiliki keunikan sebagai merek kopi yang eksklusif	100	3.42
Valid N (listwise)	100	