

## 7. LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Utama Penelitian Konsumsi Minuman Energi Serbuk

**KUISIONER PENELITIAN  
KONSUMSI MINUMAN ENERGI SERBUK PADA KARYAWAN BAGIAN  
PRODUKSI DI PT GEOMED INDONESIA SEMARANG  
(Industri Alat Kesehatan)  
Fakultas Teknologi Pertanian  
Jurusan Teknologi Pangan  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang  
2011**

**Petunjuk :**

1. Bapak / Ibu diberikan kuesioner penelitian dan dimohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang disediakan.
2. Kuesioner terdiri atas dua bagian : bagian A data demografi, bagian B pengetahuan mengenai minuman energi, bagian C Iklan, bagian D *peer group*, bagian E motivasi, bagian F *real consumption*, dan bagian G Persepsi klaim.
3. Pengisian kuesioner membutuhkan waktu sekitar 15 menit.
4. Data yang Bapak / Ibu berikan akan dijaga kerahasiannya.
5. Terima kasih atas partisipasinya.

Minuman energi serbuk adalah minuman yang mengandung kafein dengan kombinasi bahan lain seperti taurin, guaranan dan vitamin B, yang dapat memberikan energi atau stamina bagi yang meminumnya. Berikut ini adalah beberapa contoh minuman energi serbuk yang ada di pasaran:



**Contoh Minuman Energi Serbuk**

## A. DEMOGRAFI

- Nomor Responden : ..... (Diisi Peneliti)
- Usia : .....Tahun
- Jenis Kelamin : 1. Laki-laki   
2. Perempuan
- Status Perkawinan : 1. Lajang   
2. Menikah
- Jumlah keluarga : .....Orang
- Pendidikan : 1. Tidak Sekolah   
2. SD / Sederajat  
3. SMP / Sederajat  
4. SMA / Sederajat  
5. D1-D3  
6. Sarjana
- Posisi Kerja : 1. *Milling* (Pembentukan)   
2. *Hardening* (Pengerasan)  
3. *Filling* (Pengikiran)  
4. *Grinding* (Penghalusan)  
5. *Finishing*  
6. *Quality Control*  
7. *Packaging*
- Lama kerja : .....Tahun
- Pendapatan : 1. Rp. 500.000 – Rp. 750.000   
2. Rp. 750.000 – Rp. 1.500.000  
3. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
- Pernahkah anda mengkonsumsi minuman energi serbuk : Ya / Tidak
- Merek minuman energi yang sering di konsumsi : .....
- Besarnya pengeluaran untuk membeli minuman energi : ..... /per bulan

## B. PENGETAHUAN MENGENAI MINUMAN ENERGI SERBUK

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>KARAKTERISTIK PRODUK</b>					
1.	Harga terjangkau.				
2.	Kemasan mencantumkan aturan cara penggunaan maksimal 3 x sehari.				
3.	Mencantumkan efek yang ditimbulkan setelah penggunaan jangka panjang.				
4.	Kemasan mencantumkan siapa yang dilarang meminum.				
5.	Mengandung kafein, taurin, pemanis buatan, dan ginseng.				
6.	Dapat dicampur dengan minuman lain.				
<b>MANFAAT PRODUK/PERSEPSI MANFAAT</b>					
7.	Bermanfaat untuk menjaga stamina (misal : mengatasi rasa lelah, mengurangi rasa kantuk, dan menyegarkan tubuh).				
8.	Tidak bertujuan untuk menjaga kesehatan.				
<b>KEPUASAN YANG DIBERIKAN PRODUK/KESESUAIAN IKLAN</b>					
9.	Setelah mengkonsumsi, rasa kantuk saya hilang.				
10.	Manfaat sesuai dengan yang di iklankan (Menjaga stamina, dll).				

**C. IKLAN**

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui minuman energi dari iklan di televisi.				
2.	Saya penasaran mencoba minuman energi setelah melihat iklan.				

**D. PEER GROUP**

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya dan teman saya mengkonsumsi minuman energi serbuk.				
2.	Saya mengkonsumsi karena ajakan teman.				
* 3.	Saya tertarik mengkonsumsi karena banyak teman yang mengkonsumsi.				

**Keterangan :**

\* : Adanya kuesioner pendukung

### E. MOTIVASI PEMBELIAN MINUMAN ENERGI

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
* 1.	Saya tertarik mencari informasi minuman energi serbuk.				
* 2.	Saya menabung supaya dapat membeli minuman energi serbuk.				
3.	Agar dapat bekerja prima, saya mengkonsumsi minuman energi serbuk.				
4.	Saya mengkonsumsi minuman energi serbuk karena aktivitas yang tinggi.				
5.	Saya mengkonsumsi sebelum dan sesudah beraktivitas.				

**Keterangan :**

\* : Adanya kuesioner pendukung

## F. PERILAKU KONSUMSI MINUMAN ENERGI SERBUK

### (*REAL CONSUMPTION*)

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>FREKUENSI</b>					
* 1.	Saya minum setiap hari.				
* 2.	Saya minum setiap lembur.				
* 3.	Setiap kali badan saya lelah, saya langsung minum.				
<b>INTENSITAS</b>					
* 4.	Saya memiliki anggaran untuk membeli.				
* 5.	Saya lebih memilih membeli minuman energi serbuk dari pada membeli minuman lain.				
<b>DURASI</b>					
* 6.	Saya sudah lama mengkonsumsi minuman energi.				
<b>JUMLAH</b>					
* 7.	Saya mengkonsumsi 3 x sehari.				
* 8.	Saya mengkonsumsi lebih dari 3 x sehari.				
* 9.	Saya mengkonsumsi kurang dari 3 x sehari.				
* 10.	Saya mengkonsumsi sebanyak 1 sachet (4 atau 4,5 gram) untuk sekali minum.				
* 11.	Saya mengkonsumsi lebih dari satu sachet untuk sekali minum.				
<b>CARA KONSUMSI</b>					
* 12.	Saya minum sesuai petunjuk penggunaan.				

* 13.	Saya mencampur minuman energi dengan alkohol.				
-------	---	--	--	--	--

**Keterangan :**

\* : Adanya kuesioner pendukung

**G. PERSEPSI KLAIM/KESESUAIAN KLAIM**

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Setelah minum badan saya terasa segar.				
2.	Setelah mengkonsumsi kantuk saya hilang.				
3.	Saya tahu ada efek samping jika mengkonsumsi dalam jangka panjang.				

## Lampiran 2. Kuesioner Pendukung Penelitian Konsumsi Minuman Energi Serbuk

### B. PENGETAHUAN MENGENAI MINUMAN ENERGI SERBUK

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>KARAKTERISTIK PRODUK</b>					
1.	Harga terjangkau.				
2.	Pencantuman aturan cara konsumsi maksimal 3x sehari.				
3.	Pencantuman efek jangka panjang.				
4.	Label peringatan konsumen yang dilarang mengkonsumsi.				
5.	Pencantuman komposisi (taurin, kafein, pemanis buatan, dan ginseng).				
6.	Dapat dicampur dengan minuman lain.				
<b>MANFAAT PRODUK / PERSEPSI MANFAAT</b>					
7.	Bermanfaat untuk menjaga stamina (misal : mengatasi rasa lelah, mengurangi rasa kantuk, dan menyegarkan tubuh).				
8.	Tidak bertujuan untuk menjaga kesehatan.				
<b>KEPUASAN YANG DIBERIKAN PRODUK / KESESUAIAN IKLAN</b>					
9.	Setelah mengkonsumsi, rasa kantuk saya hilang.				
10.	Manfaat sesuai dengan yang di iklankan (Menjaga stamina, dll).				



### C. IKLAN

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui minuman energi dari iklan di televisi.				
2.	Saya penasaran mencoba minuman energi setelah melihat iklan.				

### D. PEER GROUP

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya dan teman saya mengkonsumsi minuman energi serbuk.				
2.	Saya mengkonsumsi karena ajakan teman.				

### E. MOTIVASI PEMBELIAN MINUMAN ENERGI

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Agar dapat bekerja prima, saya mengkonsumsi minuman energi serbuk.				
2.	Saya mengkonsumsi minuman energi serbuk karena aktivitas yang tinggi.				
3.	Saya mengkonsumsi untuk mendapatkan stamina sebelum dan sesudah beraktivitas.				

### F. PERILAKU KONSUMSI MINUMAN ENERGI SERBUK

(*REAL CONSUMPTION*)

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

#### 1. Durasi Konsumsi:

- < 1 bulan
- 1-3 bulan
- 3-6 bulan
- > 6 bulan

#### 2. Jumlah konsumsi:

- 1 *sachet*/hari
- 2 *sachet*/hari
- 3 *sachet*/hari
- > 3 *sachet*/hari

### G. PERSEPSI KLAIM/KESESUAIAN KLAIM

Beri tanda silang (x) pada pernyataan dibawah ini :

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Setelah minum badan saya terasa segar.				
2.	Setelah mengkonsumsi kantuk saya hilang.				
3.	Ada efek samping setelah mengkonsumsi dalam jangka panjang.				

### Lampiran 3. Data Pendukung Hasil Penelitian Konsumsi Minuman Energi Serbuk Pada Responden Perempuan

Survei dilakukan terhadap 9 responden perempuan di bagian produksi khususnya pada posisi *quality control*. Hasil survei berdasarkan demografi responden dapat dilihat dari Tabel 6. Pada Tabel 6, jumlah responden perempuan yang masih lajang sebanyak 4 orang dan yang sudah menikah sebanyak 5 orang. Berdasarkan tingkat pendidikan sebanyak 1 orang lulusan sarjana dan 8 orang lulusan SMA/Sederajat. Usia responden perempuan antara usia 20-24 tahun sebanyak 4 orang, usia 25-29 tahun dengan jumlah responden sebanyak 2 orang dan usia 30-34 tahun sebanyak 3 orang. Sedangkan untuk pendapatan karyawan sebagian besar antara Rp 500.000,00-Rp 750.000,00 dengan jumlah responden 8 orang dan 1 responden berpenghasilan sebesar Rp 1.500.000,00-Rp 2.000.000,00 per bulan.

Tabel 6. Jumlah Responden Perempuan Berdasarkan Pengelompokan Status Perkawinan (Marital), Posisi Kerja, Pendidikan, Usia, dan Pendapatan

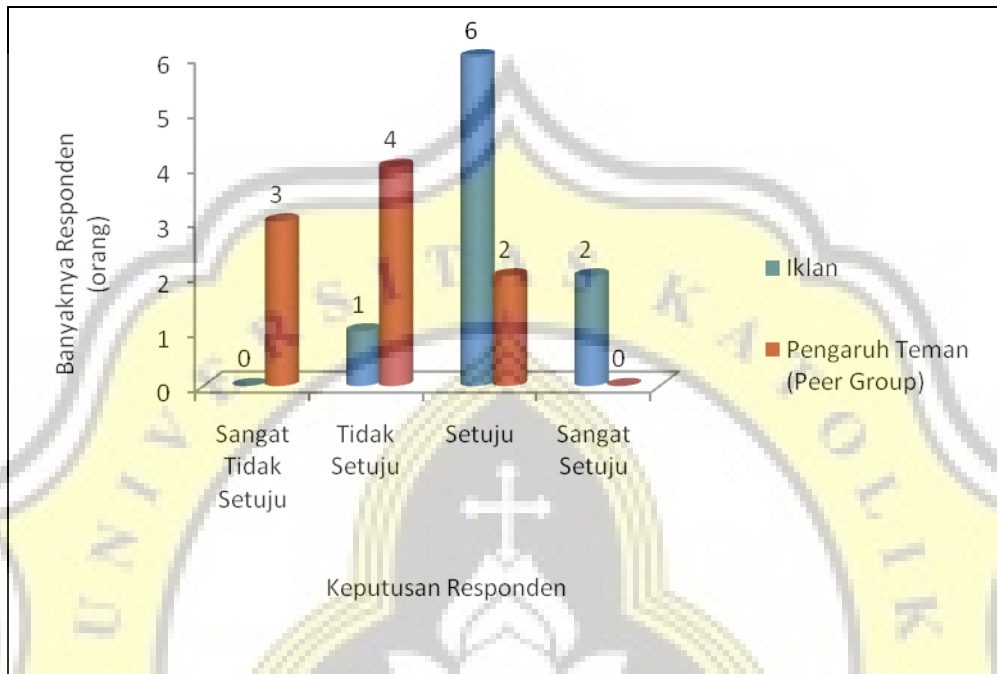
Pengelompokan	Keterangan	Jumlah Responden (Orang)
Status Perkawinan	Lajang	4
	Menikah	5
Posisi Kerja	<i>Quality Control</i>	9
Pendidikan	Sarjana	1
	SMA/Sederajat	8
Usia (Tahun)	20-24	4
	25-29	2
	30-34	3
	35-39	0
	≥ 40	0
Pendapatan (Rupiah/bulan)	Rp 500.000 – Rp 750.000	8
	Rp 750.000 – Rp 1.500.000	0
	Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	1

Berdasarkan konsumsi minuman energi serbuk untuk 9 responden (Tabel 7), dapat diketahui bahwa proporsi konsumsi minuman energi serbuk sebanyak 8 orang mengkonsumsi minuman energi serbuk dan 1 orang tidak mengkonsumsi minuman energi serbuk. Untuk jenis atau merek produk yang paling banyak dikonsumsi adalah merek KukuBima Ener-G sebanyak 4 orang memilih merek tersebut, kemudian 3 orang mengkonsumsi merek Extra Joss, 1 orang memilih mengkonsumsi merek Hemaviton Jreng dan 1 orang tidak mengkonsumsi minuman energi serbuk.

Tabel 7. Faktor Konsumsi Minuman Energi Serbuk Berdasarkan Proporsi Konsumsi, Jenis atau Merek Produk, Besar Pengeluaran (Rupiah/bulan), Durasi dan Jumlah Konsumsi Pada Responden Perempuan

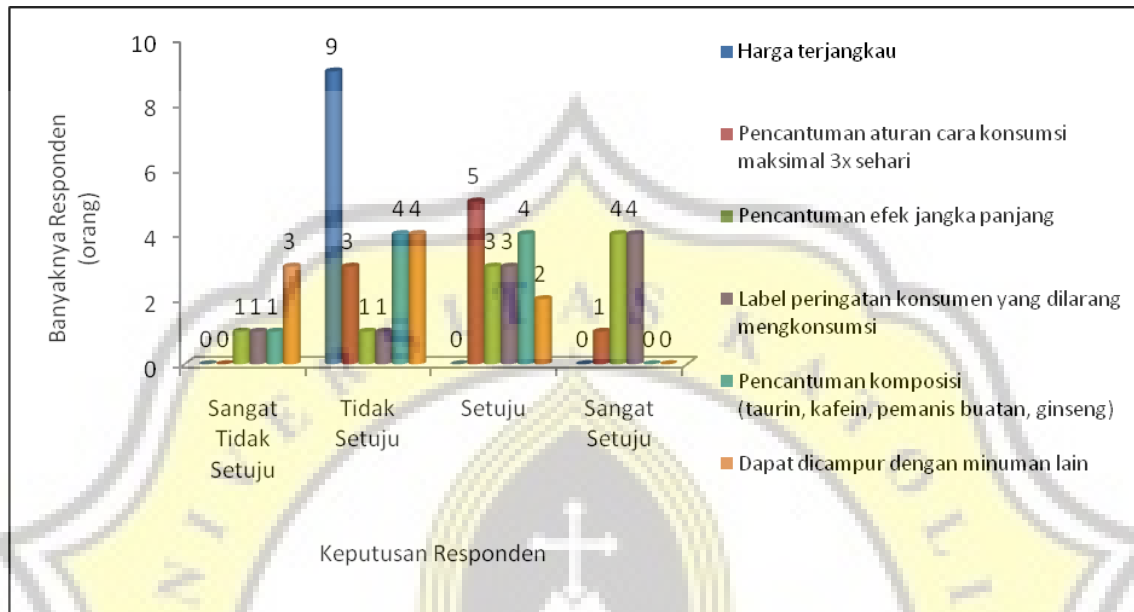
No	Keterangan	Gender	
		Perempuan	
1	Proporsi Konsumsi	Ya	8
		Tidak	1
2	Jenis atau Merek Produk	Tidak mengkonsumsi	1
		Extra Joss	3
		M150	0
		KukuBima Ener-G	4
		Hemaviton Jreng	1
3	Besar Pengeluaran (Rupiah / Bulan)	Tidak ada pengeluaran	7
		0 – 10000	1
		11000 – 20000	0
		21000 – 30000	1
		31000 – 40000	0
4	Durasi Konsumsi	41000 – 50000	0
		< 1 bulan	8
		1 - 3 bulan	1
		3 - 6 bulan	0
		> 6 bulan	0
5	Jumlah Konsumsi	1 sachet/hari	9
		2 sachet/hari	0
		3 sachet/hari	0
		> 3 sachet/hari	0

Dari hasil survei faktor pengkonsumsian minuman energi serbuk berdasarkan iklan dan pengaruh teman (*peer group*) dapat dilihat pada Gambar 8. Berdasarkan Gambar 8, responden perempuan cenderung setuju memilih iklan (8 orang) dibandingkan pengaruh teman (*peer group*) sebanyak 2 orang.



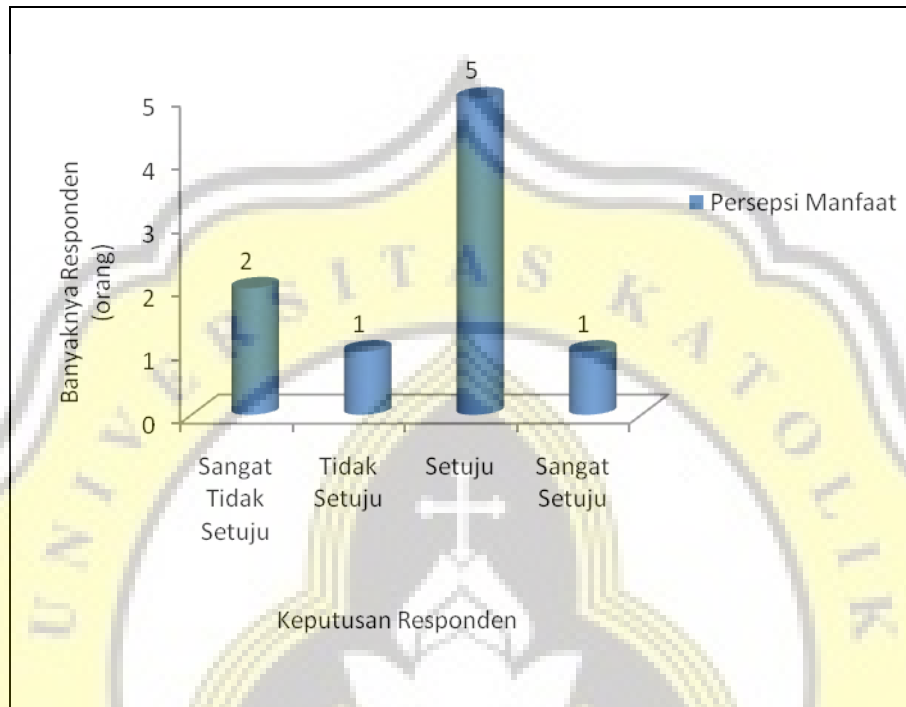
Gambar 8. Faktor Pengkonsumsian Minuman Energi Serbuk Berdasarkan Iklan dan Pengaruh Teman (*peer group*) Pada Responden Perempuan

Pada Gambar 9, dapat diketahui karakteristik responden perempuan cenderung setuju adanya pencantuman efek jangka panjang dan pencantuman konsumen yang dilarang mengkonsumsi.



Gambar 9. Karakteristik produk berdasarkan harga terjangkau; Pencantuman aturan cara konsumsi maksimal 3x sehari; Pencantuman efek jangka panjang; Label peringatan konsumen yang dilarang mengkonsumsi; Pencantuman komposisi seperti taurin, kafein, pemanis buatan dan ginseng dan Dapat dicampur dengan minuman lain pada responden perempuan

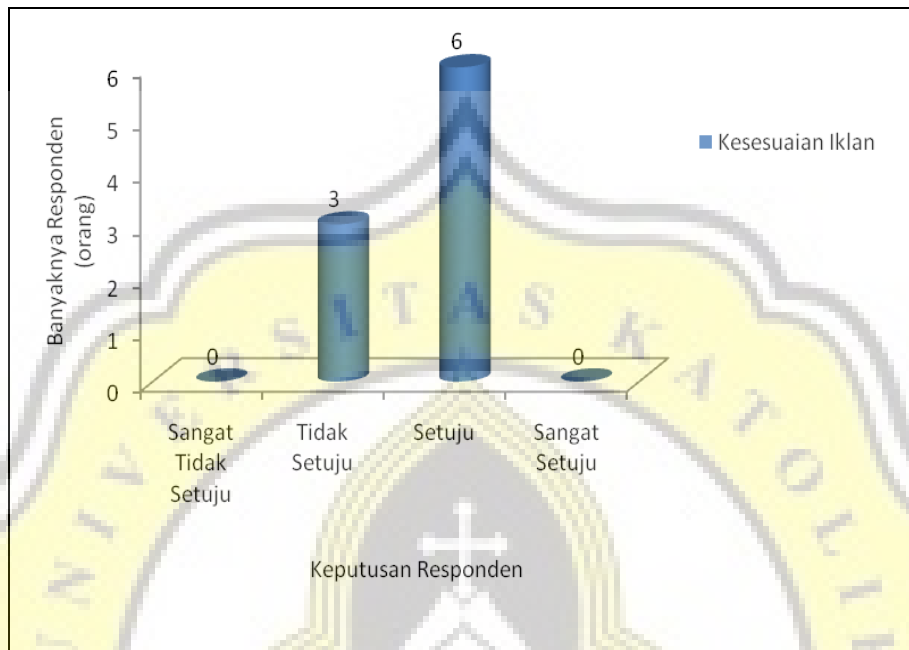
Minuman energi serbuk dapat memberikan manfaat bagi responden perempuan selama produk tersebut dikonsumsi. Sebanyak 6 orang cenderung setuju bahwa minuman energi serbuk memberikan manfaat setelah dikonsumsi. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Persepsi manfaat minuman energi serbuk pada responden perempuan

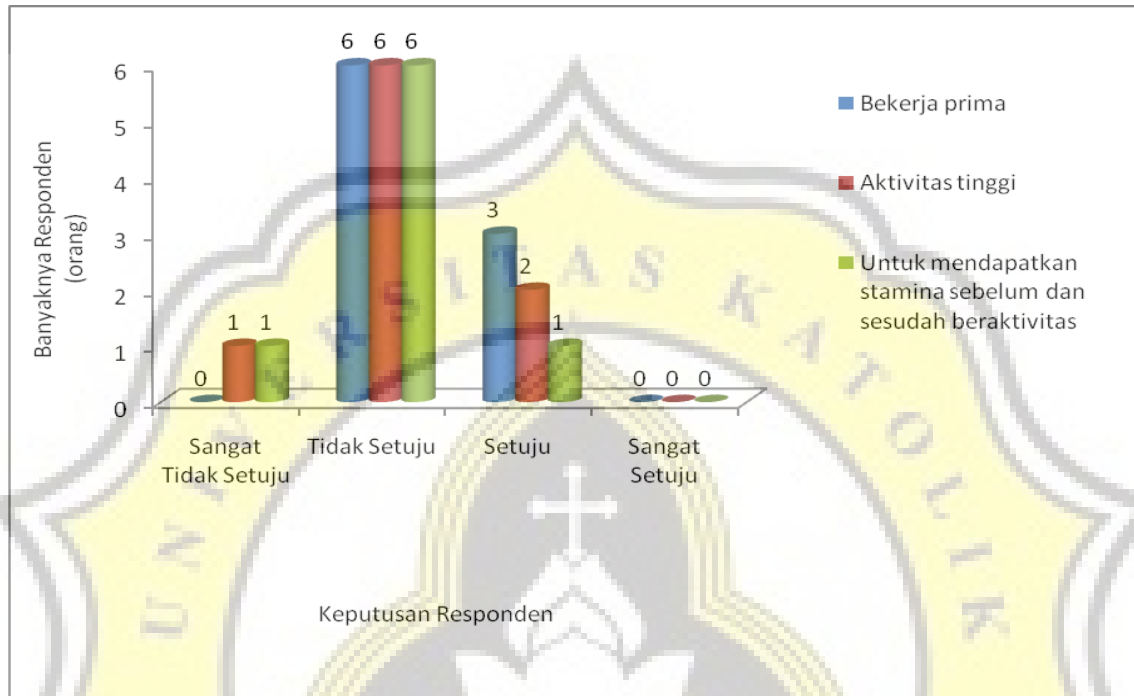


Berdasarkan Gambar 11, responden perempuan yang cenderung setuju mengkonsumsi minuman energi dilihat dari kesesuaian iklan. Sebanyak 6 orang cenderung setuju jika produk minuman energi serbuk yang dikonsumsi sesuai dengan yang diiklankan.



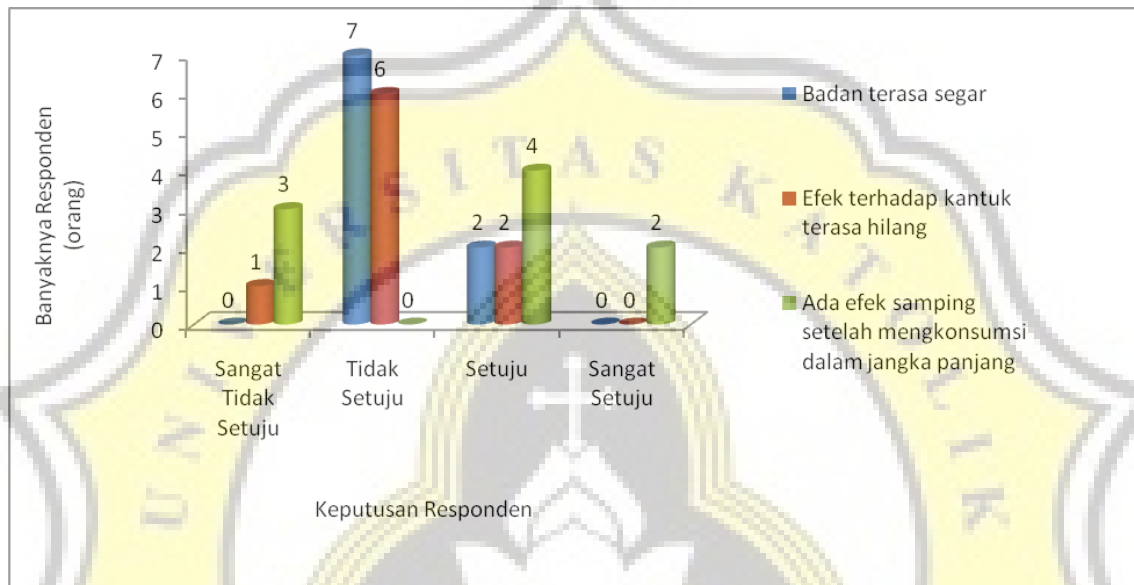
Gambar 11. Kesesuaian iklan terhadap pengkonsumsian minuman energi serbuk pada responden perempuan

Bekerja prima menjadi motivasi utama pada responden perempuan dalam mengonsumsi minuman energi serbuk. Terlihat pada Gambar 12 dimana responden perempuan lebih banyak setuju (3 orang) dibandingkan aktivitas tinggi, untuk mendapatkan stamina sebelum dan sesudah beraktivitas.



Gambar 12. Motivasi pembelian minuman energi berdasarkan bekerja prima; aktivitas tinggi dan untuk mendapatkan stamina sebelum dan sesudah beraktivitas pada responden perempuan

Mengonsumsi minuman energi memiliki khasiat seperti badan terasa segar, efek terhadap rasa kantuk terasa hilang dan mengetahui efek samping yang ditimbulkan setelah mengonsumsi dalam jangka panjang. Kesesuaian klaim selama mengonsumsi minuman energi serbuk dapat dilihat pada Gambar 13. Sebanyak 6 responden perempuan cenderung setuju karena mengetahui efek jangka panjang setelah mengonsumsi minuman energi serbuk.



Gambar 13. Kesesuaian klaim berdasarkan badan terasa segar; efek terhadap kantuk terasa hilang dan ada efek samping setelah mengonsumsi dalam jangka panjang pada responden perempuan

#### Lampiran 4. Komposisi Minuman Energi

Komposisi Minuman Energi	Minuman Energi			
	Extra Joss	Kuku Bima	Hemaviton Jreng	M-150
Netto	4 g	4,5 g	4 g	4 g
Taurine	1000 mg	1000 mg	1000 mg	1000 mg
Ginseng	20 mg	300 mg	250 mg	3000 mcg (= 3 mg)
Vitamin B1 (Thiamin)	1,2 mg	-	-	10 mg
Vitamin B2 (Sodium phosphate)	3 mg	-	-	-
Vitamin B3 (Nicotinamide)	16 mg	20 mg	18 mg	-
Vitamin B5	5 mg	-	5 mg	-
Vitamin B6	1,5 mg	5 mg	5 mg	5 mg
Vitamin B8 (inositol)	25 mg	-	50 mg	50 mg
Vitamin B12	1 mcg (= 0,001mg)	5 mcg (= 0,005mg)	-	-
Royal Jelly	2 mg	30 mg	2 mg	-
Honey	-	100 mg	-	-
Caffeine (1,3,7Trimethylxanthine)	50 mg	50 mg	50 mg	50 mg
Aspartame	Bahan Tambahan	Bahan Tambahan	-	Bahan Tambahan
Cyclamate (Sodium Cyclohexanesulfamate)	-	Bahan Tambahan	-	-
Acesulfame-K	Bahan Tambahan	Bahan Tambahan	-	-
Sodium Bicarbonate	Bahan Tambahan	Bahan Tambahan	-	-
Citric Acid	Bahan Tambahan	Bahan Tambahan	-	Bahan Tambahan
Flavour	Bahan Tambahan	Bahan Tambahan	-	-
Natrium Bicarbonate	-	-	-	Bahan Tambahan
Quinoline Yellow (CI 47005)	-	-	-	-
Natrium Bicarbonate	-	-	-	-

Sumber : Komposisi Pada Kemasan Produk Minuman Energi Serbuk

## Lampiran 5. Hasil Analisis Korelasi Konsumsi Minuman Energi Serbuk Pada Responden Laki-laki dan Perempuan

		Correlations																		
		Jenis_Kelamin	Usia	Status_Perkawinan	Penghasilan	Pendidikan	Durasi	Jumlah_Konsumsi	Iklan	Peer_Group	Karakteristik_Produk	Persepsi_Marfaat	Kesesuaian_Iklan	Bekerja_Prima	Aktivitas_Tinggi	Sebelum_Sesudah_Beraktivitas	Badan_Terasa_Segar	Kantuk_Terasa_Hilang	Mengetahui_Efek_Samping_Jangka_Panjang_Setelah_Mengonsumsi	Merek
Kendall's tau_b	Jenis_Kelamin	1.000	-.036	.273*	.514*	.801*	.525*	.938*	.486*	.449*	.401*	.520*	.526*	.407*	.365*	.464*	.395*	.390*	.301*	.465*
			.654	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Usia	-.036	1.000	.300**	.177*	-.153	.147	-.072	.171*	.192*	.239**	.189*	.150	.224**	.253**	.188*	.289**	.236**	.236**	.192*
		.654		.000	.028	.057	.056	.371	.032	.014	.002	.014	.055	.004	.001	.016	.000	.003	.002	.011
	Status_Perkawinan	.273**	.300**	1.000	.524**	.218*	.629**	.256**	.543**	.679**	.624**	.615**	.500**	.823**	.901**	.573**	.840**	.853**	.783**	.501**
		.004	.000	.000	.000	.022	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Penghasilan	.514**	.177*	.524**	1.000	.412**	.778**	.482**	.946**	.723**	.782**	.546**	.736**	.607**	.537**	.854**	.527**	.606**	.592**	.418**
		.000	.028	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Pendidikan	.801**	-.153	.218*	.412**	1.000	.436**	.854**	.390**	.408**	.321**	.417**	.422**	.386**	.350**	.389**	.396**	.363**	.241**	.372**
		.000	.057	.000	.022	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000
	Durasi	.525**	.147	.629**	.778**	.436**	1.000	.500**	.772**	.793**	.592**	.662**	.726**	.832**	.773**	.615**	.721**	.696**	.458**	
		.000	.056	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Jumlah_Konsumsi	.938**	-.072	.256**	.482**	.854**	.500**	1.000	.456**	.435**	.376**	.488**	.493**	.399**	.359**	.440**	.393**	.380**	.283**	.436**
		.000	.371	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	Iklan	.486**	.171*	.543**	.946**	.390**	.772**	.456**	1.000	.767**	.828**	.584**	.756**	.648**	.581**	.901**	.544**	.652**	.637**	.431**
		.000	.032	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Peer_Group	.449**	.192*	.679**	.723**	.408**	.877**	.435**	.767**	1.000	.843**	.626**	.677**	.745**	.815**	.683**	.808**	.809**	.460**	
		.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Karakteristik_Produk	.401**	.239**	.624**	.782**	.321**	.793**	.376**	.828**	.843**	1.000	.632**	.783**	.739**	.664**	.902**	.611**	.704**	.781**	.459**
		.000	.002	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Persepsi_Marfaat	.520**	.189*	.615**	.546**	.417**	.592**	.488**	.584**	.626**	.632**	1.000	.690**	.666**	.698**	.624**	.724**	.652**	.658**	.760**
		.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Kesesuaian_Iklan	.526**	.150	.500**	.736**	.422**	.662**	.493**	.756**	.677**	.783**	.690**	1.000	.630**	.583**	.795**	.553**	.586**	.651**	.521**
		.000	.055	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Bekerja_Prima	.407**	.224**	.823**	.607**	.386**	.726**	.399**	.648**	.839**	.739**	.666**	.630**	1.000	.869**	.718**	.798**	.956**	.877**	.480**
		.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Aktivitas_Tinggi	.365**	.253**	.901**	.537**	.350**	.632**	.359**	.581**	.745**	.684**	.698**	.583**	.869**	1.000	.643**	.896**	.875**	.788**	.578**
		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Sebelum_Sesudah_Beraktivitas	.464**	.188*	.573**	.854**	.389**	.773**	.440**	.901**	.815**	.902**	.624**	.795**	.718**	.643**	1.000	.588**	.676**	.707**	.463**
		.000	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Badan_Terasa_Segar	.395**	.289**	.840**	.527**	.396**	.615**	.393**	.544**	.683**	.611**	.724**	.553**	.798**	.896**	.588**	1.000	.805**	.718**	.701**
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Kantuk_Terasa_Hilang	.390**	.236**	.853**	.606**	.363**	.721**	.380**	.652**	.808**	.704**	.652**	.586**	.875**	.676**	.718**	.805**	1.000	.848**	.469**
		.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Mengetahui_Efek_Samping_Jangka_Panjang_Setelah_Mengonsumsi	.301**	.236**	.783**	.592**	.241**	.696**	.283**	.637**	.809**	.781**	.658**	.651**	.877**	.788**	.707**	.718**	.848**	1.000	.459**
		.001	.002	.000	.000	.008	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Merek	.465**	.192*	.501**	.418**	.372**	.458**	.436**	.431**	.460**	.459**	.760**	.521**	.480**	.578**	.463**	.701**	.469**	.459**	1.000
		.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

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

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

## Lampiran 6. Hasil Analisis Korelasi Konsumsi Minuman Energi Serbuk Pada Responden Laki-laki

		Correlations																			
		Usia	Status_Perkawinan	Penghasilan	Pendidikan	Durasi	Jumlah_Konsumsi	Iklan	Peer_Group	Karakteristik_Produk	Persepsi_Marfaat	Kesesuaian_Iklan	Bekerja_Prima	Aktivitas_Tinggi	Sebelum_Sesudah_Beraktivitas	Badan_Terasa_Segar	Kantuk_Terasa_Hilang	Mengetahui_Efek_Samping_Panjang_Panjang_Setelah_Mengkonsumsi	Merek		
Kendall's tau_b	Usia	1.000	.132	.071	-.033	-.002	.140	.639*	-.701**	.814**	.688**	-.744**	.796**	-.767**	-.727**	.750**	-.770**	-.792**	-.846**		
			.118	.397	.695	.978	.097	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Status_Perkawinan			1.000	.315**	-.209*	-.029	-.100	.147	.147	.189*	.079	.175	.101	.100	.161	.112	-.102	-.155	-.167		
				.101	.002	.037	.764	.318	.138	.127	.046	.415	.070	.293	.301	.096	.249	.296	.106	.072	
Penghasilan				1.000	-.201*	.042	-.076	.015	.047	.046	.070	.213*	.005	.054	.041	.129	.024	.004	-.138		
					.397	.002	-.043	.657	.446	.881	.623	.628	.467	.026	.959	.574	.670	.185	.805	.969	
Pendidikan					1.000	-.017	.102	.104	.084	.024	.061	-.155	-.033	-.081	.064	-.105	-.044	.006	-.053		
						.695	.037	.043	.856	.307	.292	.381	.799	.108	.730	.405	.507	.282	.649	.952	
Durasi						1.000	.320**	.137	.095	-.054	.119	-.003	-.041	-.070	.092	-.074	-.041	-.034	-.005		
							.978	.764	.657	.856	.001	.145	.297	.549	.194	.975	.652	.448	.317	.424	
Jumlah_Konsumsi							1.000	.279**	.285**	.095	.246*	.123	.165	.094	.204*	.118	.128	.117	.145		
								.097	.318	.446	.307	.001	.005	.003	.316	.011	.200	.086	.330		
Iklan								1.000	.891**	.591**	.756**	.558**	.605**	.542**	.813**	.518**	.607**	.600**	.702**		
									.000	.138	.881	.292	.145	.005	.000	.000	.000	.000	.000		
Peer_Group									1.000	.640**	.780**	.607**	.698**	.602**	.898**	.578**	.643**	.661**	.754**		
										.000	.127	.623	.381	.297	.003	.000	.000	.000	.000		
Karakteristik_Produk										1.000	.663**	.686**	.836**	.750**	.708**	.713**	.817**	.940**	.730**		
											.000	.046	.628	.799	.549	.316	.000	.000	.000		
Persepsi_Marfaat											1.000	.680**	.629**	.589**	.726**	.582**	.587**	.659**	.698**		
												.000	.415	.467	.528	.194	.011	.000	.000		
Kesesuaian_Iklan												1.000	.698**	.764**	.598**	.801**	.689**	.649**	.803**		
													.000	.070	.026	.108	.975	.200	.000		
Bekerja_Prima													1.000	.841**	.730**	.799**	.953**	.870**	.746**		
														.000	.293	.959	.730	.652	.086		
Aktivitas_Tinggi														1.000	.630**	.923**	.859**	.755**	.779**		
															.000	.054	-.081	-.070	.094		
Sebelum_Sesudah_Beraktivitas															1.000	.592**	.685**	.729**	.741**		
																.000	.670	.507	.317		
Badan_Terasa_Segar																1.000	.805**	.704**	.817**		
																	.000	.249	.185	.226	
Kantuk_Terasa_Hilang																	1.000	.841**	.742**		
																		.000	.102	.024	
Mengetahui_Efek_Samping_Panjang_Panjang_Setelah_Mengkonsumsi																		1.000	.711**		
																			.000	.296	.805
Merek																			1.000		
																				.000	

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

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