

**PENGARUH *PACKAGING*, *PRICE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI FORE
BG JUNCTION MALL SURABAYA**

(Studi Pada Generasi Z di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

Imelda Putri Wardani

NPM. 22042010083

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH PACKAGING, PRICE DAN ELECTRONIC WORD OF
MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI FORE
BG JUNCTION MALL SURABAYA**

(Studi Pada Generasi Z di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

Imelda Putri Wardani

NPM. 22042010083

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *PACKAGING*, *PRICE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI FORE BG JUNCTION MALL SURABAYA

(Studi Pada Generasi Z di Surabaya)

Di susun Oleh:

IMELDA PUTRI WARDANI

22042010083

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PACKAGING*, *PRICE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI FORE BG JUNCTION MALL SURABAYA

(Studi Pada Generasi Z di Surabaya)

Di susun Oleh:

IMELDA PUTRI WARDANI

22042010083

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji

Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001

1. Ketua
Dr. Rusdi Hiadayat N., M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris

Dra Ety Dwi S. M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imelda Putri Wardani
NPM : 22042010083
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Agustus 2026

Yang Membuat pernyataan



Imelda Putri Wardani
NPM. 22042010083

ABSTRAK

IMELDA PUTRI WARDANI, PENGARUH PACKAGING, PRICE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI FORE BG JUNCTION MALL SURABAYA STUDI PADA GENERASI Z DI SURABAYA)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemasan (X1), Harga (X2), dan Electronic Word of Mouth (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di kalangan konsumen Generasi Z di gerai Kopi Fore di BG Junction Mall, Surabaya, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner Google Forms dari 150 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling (pengambilan sampel non-probabilitas), yang berdomisili di Surabaya, berusia minimal 17 tahun, dan pernah membeli produk dari Kopi Fore di BG Junction Mall. Data tersebut dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemasan, Harga, dan Electronic Word of Mouth secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ($F_{\text{terhitung}} = 56,388 > F_{\text{tabel}} = 2,67$; $p = 0,000$), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,537 atau 53,7%. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan, dengan Word of Mouth Elektronik menunjukkan pengaruh yang paling dominan (nilai t terhitung 5,183), diikuti oleh Harga (nilai t terhitung 4,534) dan Kemasan (t -hitung 3,076). Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran Kopi Fore perlu mengintegrasikan inovasi kemasan, penetapan harga yang kompetitif, dan manajemen reputasi digital untuk memaksimalkan pelanggan Generasi Z.

Kata Kunci: Pengemasan, Harga, Promosi dari Mulut ke Mulut Elektronik, Kepuasan Pelanggan, Generasi Z.

ABSTRAK

IMELDA PUTRI WARDANI ,THE INFLUENCE OF PACKAGING, PRICE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON CUSTOMER SATISFACTION WITH COFFE FORE AT BG JUNCTION MALL IN SURABAYA A STUDI OF GENERATION Z IN SURABAYA)

This study aims to analyze the effects of Packaging (X1), Price (X2), and Electronic Word of Mouth (X3) on Customer Satisfaction (Y) among Generation Z consumers at the Kopi Fore outlet in BG Junction Mall, Surabaya, both simultaneously and partially. The study employs a quantitative approach using an associative method. Primary data were collected via a Google Forms questionnaire from 150 respondents selected using purposive sampling (non-probability sampling), who reside in Surabaya, are at least 17 years old, and have previously purchased products from Kopi Fore at BG Junction Mall. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, the coefficient of determination, the F-test, and the t-test with the aid of SPSS. The results indicate that Packaging, Price, and Electronic Word of Mouth simultaneously have a positive and significant effect on Customer Satisfaction (calculated $F = 56.388 > \text{table } F = 2.67$; $p = 0.000$), with a coefficient of determination (R^2) of 0.537 or 53.7%. Partially, all three variables were also found to have a positive and significant effect, with Electronic Word of Mouth showing the most dominant influence (t-calculated 5.183), followed by Price (t-calculated 4.534) and Packaging (t-calculated 3.076). These findings indicate that Kopi Fore's marketing strategy needs to integrate packaging innovation, competitive pricing, and digital reputation management to maximize Generation Z customer satisfaction.

Keywords: *Packaging, Price, Electronic Word of Mouth, Customer Satisfaction, Generation Z*

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan karena dengan berkat, limpahan Rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Packaging, Price* dan *Electronic Worrd Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Fore BG Junction Mall Surabaya (Studi Pada Generasi Z di Surabaya)”**.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Budi Prabowo, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, dukungan serta memberikan saran kepada penulis. Ucapan terimakasih tiada henti penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Sehubungan dengan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Kepada Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Kepada Ibu tercinta dan Almarhum Ayah tersayang, terimakasih atas do'a, cinta, pengorbanan dan perjuangan yang telah diberikan kepada penulis.

Untuk Ibu, terimakasih atas perjuangan, keteguhan, kesabaran dan do'a yang selalu dilantarkan untuk kemudahan disetiap semua langkah dan proses penulis. Untuk Almarhum Ayah, meskipun telah lebih dahulu meninggalkan kami, kenangan, nasihat dan kasih sayang beliau selalu menjadi sumber semangat dan motivasi dalam perjalanan hidup penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis nantikan demi kesempurnaan laporan ini mengingat bahwa tidak ada sesuatu yang datang sempurna tanpa saran yang membangun.

Surabaya, 31 Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 <i>Penelitian Terdahulu</i>	17
2.2 <i>Landasan Teori</i>	20
2.2.1 Manajemen pemasaran.....	20
2.2.2 Pemasaran	21
2.2.3 Perilaku konsumen.....	22
2.2.4 <i>Packaging</i>	23
2.2.4.1 <i>Pengertian Packaging</i>	23
2.2.4.2 <i>Indikator Packaging</i>	24
2.2.5 <i>Price</i>	25
2.2.5.1 <i>Pengertian Price</i>	25
2.2.5.2 <i>Indikator Price</i>	26
2.2.6 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	26
2.2.6.1 <i>Pengertian Electronic Word Of Mouth</i>	26
2.2.6.2 <i>Indikator Electronic Word Of Mouth</i>	27
2.2.7 Kepuasan Pelanggan	28
2.2.7.1 <i>Pengertian Kepuasan Pelanggan</i>	28

2.2.7.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3.1 Hubungan <i>Packaging</i> dengan Kepuasan Pelanggan	30
2.3.2 Hubungan <i>Price</i> dengan Kepuasan Pelanggan	30
2.3.3 Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> dengan Kepuasan Pelanggan	31
2.4 Kerangka Berpikir.....	32
2.5 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1 Definisi Operasional.....	38
3.2.2 Pengukuran Variabel	43
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.5.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	50
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.5.5 Koefisien Determinasi.....	54
3.6 Uji Hipotesis	55
3.6.1 Uji F (Uji Simultan)	55
3.6.2 Uji t (Uji Parsial)	57
3.7 Jadwal Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Profil Perusahaan	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	61
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	61

4.2.1 Data Karakteristik Responden.....	61
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	65
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Packaging</i> (X1).....	65
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i> (X2)	67
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3)	70
4.2.6 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	73
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	75
4.3.1 Uji Validitas.....	75
4.3.2 Uji Reliabilitas	77
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	78
4.3.3.1 Uji Normalitas	78
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	79
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	82
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	84
4.3.6 Uji Hipotesis	85
4.3.6.1 Uji F (Uji Simultan)	85
4.3.6.2 Uji t (Uji Parsial)	86
4.4 Pembahasan	88
4.4.1 Pengaruh <i>Packaging</i> (X1), <i>Price</i> (X2), dan <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	88
4.4.2 Pengaruh <i>Packaging</i> (X1) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	90
4.4.3 Pengaruh <i>Price</i> (X2) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	92
4.4.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	94
4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Surabaya	2
Gambar 1. 2 Grafik 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia.....	4
Gambar 1. 3 Grafik Produksi Kopi di Indonesia.....	5
Gambar 1. 4 Grafik Konsumsi Kopi Nasional	6
Gambar 1. 5 Contoh Electronic Word of Mouth	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3. 1 Analisis Regresi Linear Berganda	53
Gambar 3. 2 Kurva Uji F.....	56
Gambar 3. 3 Kurva Uji t.....	58
Gambar 4. 1 Logo Kopi Fore	61
Gambar 4. 2 Pola P-Plot Normalitas	79
Gambar 4. 3 Scatterplot Heteroskedastisitas.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Segi Harga	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 3. 2 Skala Likert	44
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Domisili Responden	64
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Packaging (X1).....	65
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Price (X2).....	67
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Electronic Word of Mouth (X3).....	70
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Glejser.....	82
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial).....	87
Tabel 4. 18 Matriks Hasil Penelitian	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	112
Lampiran 3 Uji Validitas	127
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	129
Lampiran 5 Uji Normalitas	130
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas.....	131
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	131
Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Berganda	132
Lampiran 9 Koefisien determinasi	132
Lampiran 10 Uji F (Simultan).....	132
Lampiran 11 Uji t (Parsial).....	132
Lampiran 12 Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Tingkat Plagiarisme	133
Lampiran 13 Letter of Acceptance	134