

**PENGARUH *CO-BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAKSO GEPENG 88 PADA BUN KOPI PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**YULI KURNIATI  
NPM 062030601541**

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2023**

**PENGARUH CO-BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAKSO GEPENG 88 PADA BUN KOPI PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**YULI KURNIATI  
NPM 062030601541**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

**Dra. Esya Alhadi, M.M  
NIP 196309191990032002**

**Palembang, Agustus 2023  
Pembimbing II,**

**Ummasyroh, S.E., M.Ed.M  
NIP 196106051989032002**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA  
NIP 19760222202121001**

**Koordinator Program Studi  
D. III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M  
NIP 198203242008012009**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuli kurniati

NPM : 062030601541

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Gepeng 88 Pada Bun Kopi Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2023



Yuli Kurniati

NPM 062030601541

## LEMBAR PENGESAHAN

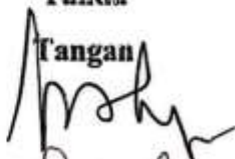


Nama : Yuli Kurniati  
NPM : 062030601541  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Gepeng 88 Pada Bun Kopi Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal: Agustus 2023

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Markoni, S.E., MBA		28-8-2023
2.	Dr. Neneng Miskiyah., S.E., M.Si		28-8-2023
3.	Lisnini., S.E., M.Si		27-8-2023
4.			

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Mau dengerin *speech* atau ceramah dari motivator terhebat sedunia pun, tidak akan bisa mengubah kalian, kecuali kalian mau mengubah diri kalian sendiri”**

**Verily, with every difficulty there is relief.  
(quran 94:5-6)**

**Kupersembahkan kepada:**

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NF 2023**
- **Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dengan judul **“Pengaruh *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Gepeng 88 Pada Bun Kopi Palembang”**.

Dalam laporan ini penulis membahas tentang pengaruh *co-branding* terhadap keputusan pembelian Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi Palembang. Dalam penulisannya tidak terlepas dari hambatan dan kesulitan namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan kerja sama dari berbagai pihak khususnya para pembimbing, segala hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik.

Saya menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati menerima setiap masukan berupa saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat melengkapi Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekeliruan dan kesalahan yang telah penulis lakukan dalam penulisan laporan ini dan semoga Laporan Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak, khususnya bagi jurusan Administrasi Bisnis dan pembaca pada umumnya

Palembang,      Agustus 2023  
Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan tepat waktu. Selama menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB, CPMA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E.,M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dra. Esys Alhadi, M.M selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Ummasyroh, S.E., M.Ed.M, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
7. Ibu Diea Destha Sary, S.T selaku pemilik dari Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi Palembang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Kakak Puput, Raisyah, Kiki, dan Seluruh karyawan Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi Palembang yang telah memberi informasi guna membantu penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Kedua Orang tua, Kakak-kakakku, Mama dan Ardi Wijaya yang telah memberikan doa, semangat dan motivasi dalam penyelesaian laporan akhir ini.

10. Sahabat-sahabatku Tadika Mesra, yang telah berkontribusi dan Memberikan kekuatan.
11. Teman-teman yang telah membantu dalam penyelesaian laporan akhir ini terkhususkan kelas 6 NF Administasi Bisnis.
12. Semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berperan dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

Palembang, Agustus 2023

Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *co-branding* terhadap keputusan pembelian Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan variable bebas pada penelitian ini yaitu *Co-branding* dan variable terikat pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Teknik pengambilan data dengan menggunakan teknik Purposive Sampling terhadap konsumen Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi. Pengumpulan data menggunakan kuesioner Analisis data menggunakan uji instrumen yang diperoleh dari hasil kuesioner kepada 120 konsumen Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi. Data dianalisis menggunakan sistem analisis regresi sederhana menggunakan aplikasi *SPSS* versi 22.0 *for windows*. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel *Co-branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai thitung  $21,774 > 1,98027$  dan nilai signifikansi adalah  $0,000 < 0,05$ . Analisis koefisien determinasi (R) sebesar 0,801 atau 80,1% dan sisanya 19,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Co-branding*, Keputusan Pembelian

## ***ABSTRACT***

This study aims to find out how is the effect *co-branding* on purchasing decisions of Bakso Gepeng 88 at Bun Kopi. The research method used in this study is a quantitative research method with independent variables in this study, namely *Co-branding* and the dependent variable in this study is the Purchase Decision. Data collection technique using Purposive Sampling technique for Bakso Gepeng 88 consumers at Bun Kopi. Data collection used a questionnaire. Data analysis used test instruments obtained from the results of the questionnaire to 120 Bakso Gepeng 88 consumers at Bun Kopi. Data were analyzed using a simple regression analysis system using an application *SPSS version 22.0 for windows*. Based on the results of research partially variable *Co-branding* positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the results of the t test with a t count value of  $21.774 > 1.98027$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Analysis of the coefficient of determination (R) is 0.801 or 80.1% and the remaining 19.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Co-branding*, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Metodologi Penelitian .....	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.5.2 Sumber Data dan Jenis Data.....	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Populasi dan Sampel.....	8
1.5.5 Analisa Data.....	10
1.6 Definisi Operasional Variable Penelitian.....	14
1.6.1 Definisi Variabel.....	14
1.6.2 Definisi Operasional.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian <i>Co-branding</i> .....	16
2.1.1 Tujuan <i>Co-branding</i> .....	17
2.1.2 Sifat-sifat <i>Co-branding</i> .....	18
2.1.3 Jenis-jenis <i>Co-branding</i> .....	18
2.1.4 Tingkatan <i>Co-branding</i> .....	19

	<b>Halaman</b>
2.1.5 Indikator <i>Co-branding</i> .....	19
2.2 Pengertian keputusan Pembelian.....	20
2.2.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
<b>BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	23
1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	24
1.2.1 Visi Perusahaan.....	24
1.2.2 Misi Perusahaan.....	24
1.2.3 Logo Perusahaan.....	24
1.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	25
1.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
1.3.2 Pembagian Tugas.....	26
1.4 Strategi co-branding Bakso Gepeng 88 pada Bun Kopi.....	26
1.5 Harga Menu Bakso Gepeng 88 dan Bun Kopi.....	27
1.6 Profil Responden.....	28
3.6.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
3.6.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	29
3.6.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
1.7 Penilaian Responden.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil.....	39
4.1.1 Uji Validitas.....	39
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.1.3 Uji Koefisien Korelasi ( r ).....	43
4.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	44
4.1.5 Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial).....	45
4.1.6 Regresi Linear Sederhana.....	46
4.2 Pembahasan.....	48
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan 3 Tahun Terakhir Bakso Gepeng 88 Sebelum <i>Co-branding</i> .....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan 6 Bulan Terakhir Bakso Gepeng 88 setelah <i>Co-branding</i> .....	5
Tabel 1.3 Skala Likert .....	10
Tabel 1.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	12
Tabel 1.5 Operasional Variabel.....	15
Tabel 3.1 Daftar Harga Bakso Gepeng 88 .....	27
Tabel 3.2 Daftar Harga Minuman Bun Kopi .....	27
Tabel 3.3 Respon Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
Tabel 3.4 Respon Berdasarkan usia .....	29
Tabel 3.5 Respon Berdasarkan Pekerjaan.....	29
Tabel 3.6 Rentang Skala TCR.....	30
Tabel 3.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Co-branding(X)</i> .....	31
Tabel 3.8 Tingkat Capaian Responden Variabel <i>Co-branding(X)</i> .....	32
Tabel 3.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian( <i>Y</i> ) .....	35
Tabel 3.10 Tingkat Capaian Responden Variabel Keputusan Pembelian( <i>Y</i> ).....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Co-branding</i> .....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	44
Tabel 4.5 Dasar Interpretasi Koefisien Korelasi .....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji <i>t</i> ).....	45
Tabel 4.8 Hasil Analisa Regresi Sederhana .....	46

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka berpikir.....	14
Gambar 3.1 Logo Bakso Gepeng 88 Pada Bun Kopi .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
2. Surat Jawaban dari Perusahaan
3. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
4. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
5. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
7. Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
8. Hasil Perhitungan Presentase Sebaran Responden
9. Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Validitas Variabel X
10. Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Validitas Variabel Y
11. Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Reliabilitas Variabel X
12. Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Reliabilitas Variabel Y
13. Rekapitan Jawaban Responden
14. Tabel Distribusi R
25. Lembar Kuesioner
26. Lembar Wawancara
27. Dokumentasi