

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KERAGAMAN PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI YO-KULAK SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna menyelesaikan program  
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi  
Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**FADILA SEKAR RAMADHANANDA**

**NPM : 2001003632110359**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Berdasarkan laporan Panitia Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul:

**“PENGARUH BRAND IMAGE DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI YO-KULAK SEMARANG”**

Diterima dan disahkan untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 20 September 2024

Dekan,



*Rini Werdiningsih*

**Prof. Dr. Dra. Rini Werdiningsih, MS**

**NIDN. 0621105901**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterima dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Studi Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 20 September 2024

Dosen Pembimbing



**Hermawan Budiyanto, S.Sos, M.Si**

**NIDN. 0604076901**

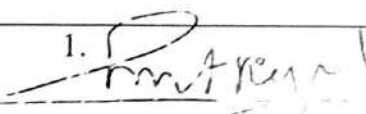


## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Setelah Skripsi ini diterima oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, selanjutnya mendapat pengesahan dan persetujuan untuk diajukan di muka Sidang Panitia Ujian Skripsi FISIP UNTAG Semarang, pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 06 September 2024

Waktu : 09.00 s/d Selesai

No.	DOSEN PENGUJI	TANDA TANGAN
1.	Drs. Slamet Riyono, MM	1. 
2.	Hermawan Budiyanto, S.Sos, M.Si	2. 
3.	Moh. Hangga Novian, S.AB, M.Si	3. 

## ABSTRAK

FADILA SEKAR RAMADHANANDA, NPM : 201003632110359, Judul Skripsi: **“Pengaruh Brand Image dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Yo-Kulak Semarang”**, Pembimbing Skripsi Hermawan Budiyanto, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan keragaman produk terhadap minat beli aplikasi Yo-Kulak Semarang. Penelitian ini menggunakan dua variabel independent yaitu brand image dan keragaman produk dengan satu variabel dependent yaitu minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan dari aplikasi Yo-Kulak. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan sampling insidental. Metode analisis data dan pengujian hipotesis yang dipakai yaitu analisis tabel silang, uji koefisien korelasi, uji T, uji F dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji hipotesa dinyatakan diterima dan signifikan dengan uji correlation product moment dengan taraf signifikansi 5% untuk  $X_1$  terhadap Y (brand image terhadap minat beli pelanggan) sebesar  $0,7466 > 0,279$ ,  $X_2$  terhadap Y (keragaman produk terhadap minat beli pelanggan) sebesar  $0,7324 > 0,2787$ , dan  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y (brand image dan keragaman produk terhadap minat beli pelanggan) sebesar  $0,8272 > 0,2787$ . Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,6842%, artinya kontribusi variabel brand image dan keragaman produk terhadap minat beli pelanggan sebesar 68,42%. Ada pengaruh positif brand image dan keragaman produk secara simultan terhadap minat beli pelanggan pada aplikasi Yo-Kulak Semarang dengan  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel ( $50,952 > 3,200$ ). Ada pengaruh positif brand image dan keragaman produk secara parsial terhadap minat beli pelanggan pada aplikasi Yo-Kulak Semarang dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $13,29090 > 2,01063$ ).

**Kata Kunci : Brand Image, Keragaman Produk, dan Minat Beli.**