

Judul Penelitian : **Pengaruh *Brand Trust*, Cita Rasa, dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada CFC Stasiun Kediri**

Dosen Pembimbing : 1. Zaenul Muttaqien S.E.,M.M
2. Ahmad Jauhari, S.Sos.,M.M

Nama Mahasiswa : Aprilinda Setiana

NPM : 21130210120

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Trust* (X_1), Cita Rasa (X_2), dan Inovasi Produk (X_3) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) Pada CFC Stasiun Kediri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan pengolahan data menggunakan SPSS 25. Sampel penelitian yang diperoleh menggunakan *Purposive sampling* dan menggunakan rumus Hair et al dengan jumlah sampel sebanyak 105 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji koefisien Determinasi (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada CFC Stasiun Kediri dengan nilai $0,000 < 0,05$. Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada CFC Stasiun Kediri dengan nilai $0,008 < 0,05$, dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada CFC Stasiun Kediri dengan nilai $0,000 < 0,05$. Sementara itu secara simultan *Brand Trust*, Cita Rasa, dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada CFC Stasiun Kediri.

Kata Kunci : *Brand Trust*, Cita Rasa, Inovasi Produk, Minat Beli Konsumen