

# **ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi  
Program Studi S-1 Manajemen  
2016**

Cintia Annisa Suharzon  
1202012012

**”PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KFC PADA PT. FAST FOOD INDONESIA Tbk DAN TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM”**

## **Uraian Abstrak**

Untuk mengetahui berapa besar pengaruh antara inovasi produk dan kreativitas promosi terhadap minat beli konsumen pada PT Fast Food Indonesia Tbk. Metode penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan kuesioner dan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi ( $r^2$ ). Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan koefisien determinasi menunjukkan R square terhadap minat beli konsumen adalah 0,846 hal ini berarti 84,6 persen minat beli konsumen Sedangkan sisanya ( $100 - 84,6 = 15,4$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

*Kata kunci : Inovasi Produk, Kreativitas Promosi dan Minat Beli*