

Abstrak

Konsumsi makanan siap saji di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini terjadi karena adanya perubahan pola pangan dalam beberapa tahun terakhir. Mayoritas penduduk dunia secara bersamaan mengubah pola pangan dan kebiasaan makannya sebagai dampak dari globalisasi, urbanisasi, dan meningkatnya pendapatan atau penghasilan mereka. Hal ini yang mendorong meningkatnya jumlah restoran di Indonesia, salah satunya restoran cepat saji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah *Product Quality*, *Price*, *Location*, dan *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat umum yang mengetahui Burger King, yang mengonsumsi Burger King, mengonsumsi Burger King lebih dari 2 kali. Sampel dari penelitian ini adalah 210 responden yang didapat dengan metode purposive sampling. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan path analysis dengan software smartPLS. Hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan antara *Product Quality* dan *Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Sementara *Price* dan *Location* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci : *Product Quality*, *Price*, *Location*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*