

## ABSTRAK

Perkembangan ekonomi yang berkembang pesat di Indonesia menyebabkan apapun bisnis yang dijalankan akan bersaing dengan ketat, terlebih lagi untuk perusahaan yang menjual barang yang sejenis. *Food quality, location* dan *promotion* dengan *Satisfaction*. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara *food quality, location* dan *promotion* dengan *Satisfaction* terhadap *Repurchase intention*. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi cfc (*california fried Chicken*) minimal satu kali transaksi dalam enam bulan terakhir, populasi pada penelitian adalah masyarakat di Surabaya, Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software SmartPLS. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis Partial Square (PLS). Total responden pada penelitian ini 170 responden, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Food quality, location* dan *promotion* terhadap *Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan, dan variabel *Satisfaction* terhadap *Repurchase intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan, begitu pula pada *food quality* dan *promotion* terhadap *Repurchase intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan, tetapi pada variabel *location* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Repurchase intention*.

**Kata kunci: Kualitas Makanan, Lokasi, Promosi, Kepuasan, Niat Beli Ulang**