

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived price* terhadap *customer satisfaction* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Food quality* terhadap *customer satisfaction* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Service quality* terhadap *customer satisfaction* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Physical environment* terhadap *customer satisfaction* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived price* terhadap *service quality* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived price* terhadap *service quality* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived price* terhadap *physical environment quality* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Customer satisfaction* terhadap *happiness* konsumen McDonald, untuk mengetahui pengaruh positif *Happiness* terhadap *customer loyalty* konsumen McDonald. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat yang telah berpengalaman menggunakan layanan McDonalds di Indonesia. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Pada penelitian ini kuesioner akan dibagikan kepada 199 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan SmartPLS. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini adalah *Perceived price* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *Food Quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *Service Quality* tidak berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *Physical Environment quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *Perceived Price* berpengaruh positif terhadap *Food quality*, *Perceived Price* berpengaruh positif terhadap *Service Quality*, *Perceived Price* berpengaruh positif terhadap *Physical Environment Quality*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Happiness* dan *Happiness* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci : *Perceived price*, *Food quality*, *Services Quality*, *Physical environment*, *Happiness* dan *Loyalitas*.