MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SISTEM PEMBAYARAN DAN PENERAPAN *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GEN-Z DI RESTORAN MCDONALD'S KAWASAN MEGAMAS KOTA MANADO

The Influence of Service Quality, Payment System and Application of Self Service Technology on Gen-Z Customer Satisfaction at Mcdonald's Restaurant in Megamas Area, Manado City

Rayfa M. Limpo[1], Djurwati Soepeno[2], Ferdinand J. Tumewu[3]

[123]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail: [1]rayfalimpo01@gmail.com, [2]watisoepeno@unsrat.ac.id, [3]tumewufj@unsrat.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, Dan Penerapan *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Mcdonald's Kawasan Megamas Kota Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Data ditentukan dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling. Hasil sebaran kuesioner terhadap 100 responden kemudian di analisis dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran dan *Self Service Technology* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado. Secara parsial atau individual, Kualitas Layanan dan Penerapan Self Service Technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado. Sedangkan Sistem Pembayaran berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, Penerapan *Self Service Technology*

Abstract* : : *This study aims to analyze the Influence of Service Quality, Payment System, and Application of Self Service Technology on Gen-Z Customer Satisfaction at McDonald's Restaurant in the Megamas Area, Manado City. The research method used is quantitative with the Structural Equation Modeling (SEM) method. Data were determined using Purposive Sampling Techniques. The results of the questionnaire distribution to 100 respondents were then analyzed with the SmartPLS 4.0 application. The results of the study show that simultaneously Service Quality, Payment System and Self Service Technology have a significant influence on Gen-Z Customer Satisfaction at McDonald's Restaurant in the Megamas Area, Manado City. Partially or individually, Service Quality and the Application of Self Service Technology have a positive and significant effect on Gen-Z Customer Satisfaction in Restaurants in the Megamas Area of Manado City. Meanwhile, the Payment System has a insignificant effect on Gen-Z Customer Satisfaction at Restaurants in the Megamas Area, Manado City.

Keywords: *Service Quality, Payment System, Application of Self Service Technology*

Article history
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis makanan yang semakin ketat, para pengusaha dituntut untuk terus melakukan inovasi dan peningkatan, khususnya dalam hal kualitas produk makanan dan jasa layanan yang ditawarkan untuk pengguna. Perkembangan zaman mendorong mereka untuk mencari cara yang lebih efisien dan efektif, karena pelanggan kini semakin menginginkan layanan yang cepat dan mudah (Santoso et al., 2022). Upaya ini dilakukan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang kian kompetitif. Sejalan dengan kemajuan teknologi, banyak pelaku bisnis mulai mengadopsi teknologi layanan mandiri atau *self service technology* (SST) sebagai strategi untuk mengurangi biaya operasional, meningkatkan nilai layanan, serta memperkuat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merujuk pada keseluruhan ciri dan atribut dari produk maupun jasa yang mencerminkan tingkat kemampuan layanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang tampak dalam bentuk nyata maupun yang tidak teramati secara langsung (Jayanti, 2022).

McDonald's merupakan salah satu restoran yang aktif mengadopsi teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, salah satunya melalui penerapan teknologi layanan mandiri berupa mesin *Self-Order Kiosk* (Rosyidah & Andjarwati, 2021). Terdiri dari berbagai macam perangkat yang termasuk pada *Self service technology* (SST), seperti hardware POS ukuran besar (kiosk), sampai pada bentuk website & aplikasi, Indonesia termasuk salah satu negara yang menerapkan selforder kiosk tepatnya di restoran McDonald's, yang mana kios layanan mandiri ini meyakinkan pelanggan untuk memesan sendiri melalui mesin yang tersedia (Rosyidah & Andjarwati, 2021).

Salah satu permasalahan terkait kepuasan pelanggan yaitu, saat *Drive Thru* menu yang dipesan berbeda dengan menu yang diterima padahal karyawan tersebut sudah melakukan konfirmasi sebanyak dua kali untuk memastikan pesanan yang dipesan oleh pelanggan sudah benar, lebih lengkapnya pelanggan memesan menu McFlurry Milo tetapi yang datang menu McFlurry Oreo. Permasalahan terkait kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting untuk dikaji, terutama dalam konteks pelayanan di industri makanan cepat saji. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mendalami permasalahan yang ada secara lebih menyeluruh.

Tabel 1. Restoran Cepat Saji yang Memberikan Layanan Terbaik Menurut Warga Indonesia

Nama Data	Nilai
KFC	38,9
McDonalds	33,3
Richeese Factory	5,9
A&W	4,9
Burger King	4,9
Wendys	3
CFC	2,8
Texas	1,9
Carls Jr	1,4

Sumber: Databoks, (2023)

Databoks (2023) yang menyatakan bahwa McDonald's berada diperingkat kedua dengan perolehan 33,3% dalam kategori Restoran Fast Food yang Memberikan Layanan Terbaik Menurut Warga Indonesia (Januari 2023). Hal ini didukung oleh hasil survei Kurious dari databoks dengan judul *Top Brand Survei : Fast Food*.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, dan Penerapan *Self service* technology Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sistem Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh Penerapan *Self service* technology terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Bahrani (2022:10) Membagi layanan ke dalam dua kategori. Pertama, layanan dapat berupa bentuk yang berwujud (tangible) dan tidak berwujud (in tangible), yaitu sebagai hasil atau suatu bentuk perbuatan yang ditujukan oleh satu pihak ke pihak lainnya, baik melaui produk fisik maupun hasil yang tidak tampak secara langsung. Kedua, layanan merupakan aktivitas ekonomi yang memberikan nilai, manfaat, dan kepuasan, menghargai dan menyediakan manfaat untuk pelanggan secara khusus kepada pelanggan, serta membantu memenuhi keinginan mereka secara optimal. Dengan demikian, layanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bertujuan guna memenuhi keperluan pelanggan sesuai dengan standar harapan mereka.

Sistem Pembayaran

Juhro (2020:224) Sistem pembayaran berfungsi untuk mendukung penyelesaian transaksi perdagangan melalui beragam inovasi dalam metode pembayaran yang memungkinkan terjadinya pertukaran nilai. Penting bagi pasar keuangan dan perekonomian, karena memfasilitasi aktivitas jual beli serta pertukaran barang dan jasa antara pelaku usaha, lembaga, dan konsumen. Sistem pembayaran turut berperan dalam menyalurkan aliran dana, baik di tingkat domestik maupun internasional, menuju kegiatan investasi yang produktif melalui mekanisme pasar keuangan.

Self Service Technology

Yusran et al., (2025:62) Teknologi banyak dipergunakan dalam pemberian layanan. Tidak sedikit kegagalan layanan dapat terjadi pada layanan yang menggunakan teknologi. *Self service technology* (SST) yang diartikan sebagai teknologi layanan mandiri, ini mencakup berbagai teknologi yang memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk melakukan pelayanan secara independen tanpa keterlibatan langsung dari staf.

Kepuasan Pelanggan

Fauziah (2022) Konsep dasar pemasaran yang menekankan pentingnya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Berkembang seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis dan tuntutan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan. Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan diartikan sebagai reaksi emosional berupa rasa senang atau kekecewaan yang muncul

sebagai hasil dari proses evaluatif, di mana individu membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterimanya dengan harapan atau ekspektasi yang telah terbentuk sebelumnya.

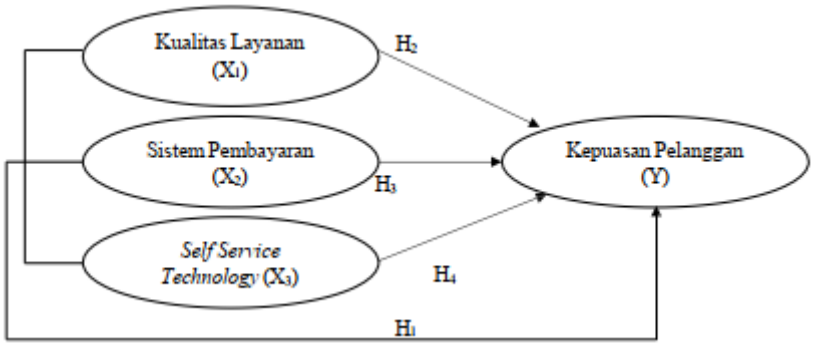
Penelitian Terdahulu

Santoso et al. (2022) kombinasi dari variabel-variabel seperti kelengkapan fasilitas, kemudahan dalam proses pemesanan dan pembayaran, kecepatan layanan, keamanan transaksi, kesesuaian penyajian, serta perhatian dari karyawan (*X1*), bersama dengan kemudahan penggunaan teknologi, tampilan visual, informasi terkait produk dan harga, efisiensi pemesanan, respons aplikasi, serta risiko yang mungkin muncul dari penggunaan layanan mandiri (X2), secara simultan mampu menjelaskan 80,16% perubahan pada tingkat kepuasan pelanggan (Y). Pendekatan memakai pendekatan kuantitatif dan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

Gulo et al. (2022) Hasil dari analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 92,2% terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Pendekatan memakai pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Hal tersebut mengindikasikan mutu pelayanan yang diberikan sangat berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan di perusahaan tersebut.

Baskoro dan Mokoginta (2024) ATM mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memakai layanan digital bank syariah. Selain itu, layanan m-banking juga menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan software IBM SPSS 22.0.

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Kajian Teoritik (2026)

Hipotesis

H_1: Diduga Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, Penerapan *Self service technology* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
H_2: Diduga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
H_3: Diduga Sistem Pembayaran berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
H_4: Diduga Penerapan *Self service technology* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif, yaitu dengan melalui penyampaian kuisioner yang berisi pertanyaan terstruktur (Baskoro & Mokoginta., 2024). Penelitian ini menerapkan skala Likert sebagai alat ukur dimana subjek harus memilih jawaban

dari semua pernyataan berupa (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) setuju, (4) sangat setuju. Adapun pernyataan dalam skala ini megandung pernyataan *favoriable* (mendukung).

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi bukan hanya terkait jumlah, melainkan juga mencakup sifat, ciri, serta karakteristik dari subjek atau objek penelitian (Musfiroh dan Sudibyo, 2020). Dalam studi ini, populasi yang dimaksud adalah pelanggan Generasi Z yang melakukan kunjungan ke Restoran McDonald's di Kawasan Megamas Kota Manado. Seluruh populasi penelitian menjadi acuan dalam menentukan jumlah sampel. Peneliti memilih teknik purposive sampling, yaitu metode yang menitikberatkan pada pemilihan responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan variabel penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data Kuantitatif berupa jenis data yang dapat diukur atau dihitung, dalam penelitian ini diantaranya jumlah transaksi, durasi pelayanan, penggunaan *Self Order Kiosk*, penggunaan system pembayaran tertentu, dan tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan Data Kualitatif berupa informasi yang menggambarkan karakteristik suatu fenomena atau sifat, dan kualitas, dalam penelitian ini diantaranya komentar tentang inovasi dan kepraktisan, pola interaksi pelanggan dengan teknologi, opini sistem pembayaran, dan pernyataan pelanggan tentang kualitas layanan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket) yang disebarkan langsung kepada pelanggan Gen-Z McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado untuk mengumpulkan data mengenai Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, dan Penerapan *Self Service Technology* yang tengah beroperasi. Kuesioner ini dirancang dengan skala Litker untuk mengukur setiap variabel secara kuantitatif.

Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Pengujian Model dalam penelitian ini dilakukan dengan (Outer Model dan Inner Model).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Model Pengukuran (Outer Model)

Metode pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas mencakup empat tahapan pengujian meliputi, uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas. Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Uji Validitas Konvergen

Tabel 2. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	$X_1.1$	0.889	Valid
	$X_1.2$	0.857	Valid
	$X_1.3$	0.865	Valid
	$X_1.4$	0.878	Valid
	$X_1.5$	0.806	Valid
Sistem Pembayaran (X_2)	$X_2.1$	0.796	Valid
	$X_2.2$	0.825	Valid
	$X_2.3$	0.815	Valid
Self Service Technology (X_3)	$X_3.1$	0.865	Valid
	$X_3.2$	0.827	Valid
	$X_3.3$	0.865	Valid
	$X_3.4$	0.879	Valid
	$X_3.5$	0.867	Valid
	$X_3.6$	0.893	Valid
	$X_3.7$	0.919	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	$Y_1.1$	0.891	Valid
	$Y_1.2$	0.883	Valid
	$Y_1.3$	0.869	Valid
	$Y_1.4$	0.838	Valid
	$Y_1.5$	0.875	Valid
	$Y_1.6$	0.792	Valid
	$Y_1.7$	0.810	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS, (2026)

Validitas Konvergen diukur berdasarkan *outer loading/factor loading* yang dikatakan tinggi jika berkorelasi >0,70.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite reliability	Kriteria	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0.911	0.934	> 0.70	*Reliable*
Sistem Pembayaran (X_2)	0.744	0.853	> 0.70	*Reliable*
Self Service Technology (X_3)	0.948	0.958	> 0.70	*Reliable*
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.937	0.949	> 0.70	*Reliable*

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS, (2026)

Hasil pengolahan data pada tabel 3, menunjukkan bahwa semua variable laten memiliki nilai cronbach's alpha dan composite reliability > 0.70. Dapat diambil Kesimpulan setiap variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi dan setiap indikator penyusunnya telah menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan dalam melakukan pengukuran.

Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian data dengan menggunakan model struktural dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-Square.

Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi (R-Square) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk endogen. Nilai koefisien determinasi (R-Square) diharapkan antara 0 dan 1. Dengan kriteria Square sebesar 0,67 0,33 dan 0,19 sebagai kuat, moderat, dan lemah.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Tabel 4. Uji *R-Square*

	R-square	R-square adjusted
Y	0.810	0.804

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS, (2026)

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4, menunjukkan bahwa nilai *RSquare* untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.810, sedangkan nilai *RSquare Adjusted* sebesar 0.804. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, dan Penerapan SST secara simultan mampu menjelaskan 81% variasi pada variabel Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan kriteria penilaian *R-Square*, nilai sebesar 0.810 termasuk dalam kategori kuat, dapat disimpulkan bahwa model struktural yang digunakan memiliki kemampuan prediktif yang baik. Selain itu, nilai *R-Square Adjusted* yang mendekati nilai *RSquare* menunjukkan bahwa model penelitian ini telah tersusun dengan baik dan relatif stabil

Uji *F-Square*

Nilai *F-Square* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen pada tingkat struktural model. Nilai *F-Square* 0.2 mengindikasi bahwa variabel berpengaruh lemah, 0.15 mengindikasikan bahwa variabel berpengaruh sedang, dan 0.35 mengindikasikan bahwa variable berpengaruh tinggi.

Tabel 5. Uji *F-Square*

	F-square
Kualitas Layanan (X_1) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0.158
Sistem Pembayaran (X_2) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0.003
Self Service Technology (X_3) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0.768

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS, (2026)

Hasil uji F-Square pada tabel 5, menunjukkan variabel Kualitas Layanan (X_1) memiliki nilai F-Square sebesar 0.158. Nilai tersebut berada pada kategori pengaruh sedang, yang menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Sistem Pembayaran (X_2) memiliki nilai F-Square sebesar 0.003. Nilai ini termasuk dalam kategori pengaruh lemah, yang mengindikasikan bahwa Sistem Pembayaran memiliki kontribusi yang sangat kecil terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel *Self Service Technology* (X_3) memiliki nilai F-Square sebesar 0.768. Nilai tersebut berada pada kategori pengaruh tinggi, yang berarti bahwa *Self Service Technology* memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis

Tabel 6. *Path Coefficients*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Kualitas Layanan (X_1) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0.313	0.335	0.115	2.735	0.003
Sistem Pembayaran (X_2) → Kepuasan Pelanggan (Y)	-0.038	-0.040	0.097	0.389	0.349
Self Service Technology (X_3) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0.660	0.640	0.140	4.700	0.000

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS, (2026)

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Tabel 4. menunjukkan hasil uji *path coefficients* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai original sample sebesar 0.313, yang mengindikasikan pengaruh positif antara kedua variabel. Nilai t-statistik sebesar 2.735 (≥1.96) dan p-value sebesar 0.003 (≤0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Artinya, semakin baik kualitas layanan, semakin meningkat kepuasan pelanggan gen-z . Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima.
2. Pengaruh Sistem Pembayaran (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai original sample -0.038, yang mengindikasikan berpengaruh negatif, namun tidak signifikan. Nilai t-statistik sebesar 0.389 (≥1.96) dan pvalue sebesar 0.349 (≤0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh sistem pembayaran (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) ditolak.
3. Pengaruh *Self Service Technology* (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai original sample 0.660, yang mengindikasikan pengaruh positif antara kedua variabel. Nilai t-statistik sebesar 4.700 (≥1.96) dan p-value 0.000 (≤0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Artinya menjadi faktor paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan gen-z. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh self service technology (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gen-Z di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 2.735 (≥1.96) dan p-value sebesar 0.003 (≤0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis diterima. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan gen-z di Restoran McDonald's Kawasan Megamas Kota Manado. Hasil ini sejalan dengan Lengkey, et.al (2022).

Pengaruh Sistem Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa sistem pembayaran tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 0.389 (≥1.96) dan p-value sebesar 0.349 (≤0.05) sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran yang diterapkan oleh restoran di Kawasan Megamas Kota Manado belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan Gen-Z. Hasil ini sejalan dengan Makhrus & Darianto (2025).

Pengaruh *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa *self service technology* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 4.700 (≥1.96) dan p-value 0.000 (≤0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis diterima. Artinya penerapan *self service technology* yang semakin baik akan secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan Gen Z karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam proses pemesanan di restoran. Hasil ini sejalan dengan Santoso, et.al (2022).

PENUTUP

Kesimpulan

Dari analisis hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Layanan, Sistem Pembayaran, dan Penerapan *Self Service Technology* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado.
3. Sistem Pembayaran berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado.
4. Penerapan Self Service Technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gen-Z di Restoran Kawasan Megamas Kota Manado.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pihak manajemen perlu terus menjaga standar pelayanan yang sudah baik. Pelatihan karyawan terkait keramahan, kecepatan respons, ketepatan pesanan, serta kemampuan menangani keluhan pelanggan perlu dilakukan secara berkala. Bagi pelanggan Gen Z, pengalaman layanan yang cepat, ramah, dan bebas kesalahan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan.
2. Meskipun sistem pembayaran berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, bukan berarti aspek ini dapat diabaikan. Sistem pembayaran tetap harus dijaga kecepatan, keamanan, dan kestabilannya. Gangguan kecil dalam proses pembayaran justru berpotensi menurunkan pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, fokus manajemen sebaiknya pada kelancaran transaksi serta ketersediaan berbagai metode pembayaran yang umum digunakan Gen Z.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SST memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, restoran disarankan untuk memastikan mesin pemesanan mandiri selalu dalam kondisi baik, mudah digunakan, serta memiliki tampilan antarmuka yang jelas dan responsif. Selain itu, perlu disediakan petugas pendamping pada jam ramai untuk membantu pelanggan yang mengalami kesulitan, sehingga teknologi benar-benar meningkatkan kenyamanan, bukan justru menimbulkan hambatan.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, memperluas objek penelitian ke berbagai jenis restoran, serta menggunakan pendekatan atau metode analisis yang berbeda agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, M. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan, Promosi Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur). Skripsi. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Amelia, R., & Kusumastuti, D. W. (2025). Pengaruh Sistem Pembayaran Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Orange Carwash. Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU). 2(6), 1376-1390.

Bahrani. (2022). Kualitas layanan perguruan tinggi. Banda Aceh: Syiah Kuala Universitas Press

Baskoro, W., & Mokoginta, M. A. P. (2024). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Di Yogyakarta. Jurnal Spektrum Ekonomi. 7(9), 21-129.

Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. Purwokerto: CV IRDH Databoks (2023). Restoran Cepat Saji yang Memberikan Pelayanan Terbaik Menurut Warga Indonesia. Diakses 25 Mei 2025, dari https://databoks.katadata.co.id/produkkonsumen/statistik/11c08702b60ff63/inilah-restoran-cepat-saji-yangmemberikan-pelayanan-terbaik-menurut-warga-indonesia

Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. Optimal : Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 2(3), 1-11.

Fauzi, A., Salwa, S. A., Safitri, A., Julianti, E. A. C., & Fazriyah, S. U. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. 2(1), 11-17.

Fauziah, R. N, . (2022). “Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan Optimalisasinya”. Diakses pada 25 Mei 2025. Gramedia.com, dari https://www.gramedia.com/best-seller/customer-satisfaction/

Firmansyah, B., Evianti, N., Permana, D. S., Mulyana. A., & Jaya, R. (2022). Rancangan Bangun Media Pemesanan Menu Restoran Mcdonald’s Menggunakan QR Code Berbasis Web Dengan Pembayaran E-Wallet. Jurnal Teknik Informatika. 1(2), 79-90.

Gulo, M., Zai, K. S., & Lase, N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cv. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 10(4), 1290-1298.

Gunadi, A., & Darma, G. S. (2022). Menakar Minat Masyarakat Mengadopsi Aplikasi Customer Self Service Berbasis Mobile. Jurnal Kumpulan Riset Akuntansi. 14(1), 26-34.

Hapsari. Y. T. (2022). Kualitas Teknologi Layanan Mandiri Aplikasi KAI Access (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 9 Jember). Jurnal Pendidikan Ekonomi. 10(2), 429-436.

Isjwara, A. D. H., Indrayanti, I. I., & Wijayanti, C. A. (2024). Opinions Of Gen Z Surabaya Regarding The Effectiveness Of The Spokes Character Ronald Mcdonald In Communicating Mcdonalds’ Brand Image. Journal Of Content and Engagement. 2(2), 166-181.

Izzuddin, M. D., & Abidin, Z. (2025). The Service Quality Effect of McDonald's SelfService Technology towards Customer Loyalty: A Cognition Affective Behavior Theory Approach. JAIST : Journal of Advances in Information Systems and Technology. 7(1), 1-14

Juhro, S. M. (2020). Pengantar Kebanksentralan Teori dan Kebijakan. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Karina, M., Bila, N. S, Primantari, R., & Tara, J. D. (2021). Gen Z Insights: Perspective on Education. Banjarsari: Unisri Press

Kencana, P. N. (2020). The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction of PT Huda Express Courier Services at Mcdonald's Bintaro Restaurant. Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran. 7(1), 29-38.

Lengkey, G. R., Mandey, S. L., & Soepeno, D.(2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pln Mobile Pelanggan Pt.Pln (Persero) Unit Layanan Pelanggan Tomohon. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 4(5), 62-71.

Musfiroh, M & Sudibyo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mcdonalds Tb. Simatupang 2019. Journal of Communication Empowerment. 2(2), 34- 52.

Makhrus, M. W & Darianto. (2025). Pengaruh Sistem Penjualan dan Metode Pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Ababills Lamongan. Jurnal Bisnis Mahasiswa. 5(1), 308-317.

OpinionPark (2022). Favorite Payment Method In Indonesia. Diakses 25 Mei 2025, dari https://opinion-park.com/412/about-way-of-payment

Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pt. Matahari department store di mantos 2. Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 9(1), 1428-1438.

Ramadhanti, S. P., Buchdadi, A. D., & Fawaiq, M. (2022). Determinan Adopsi Dompet Digital: Perceived Ease Of Use, Trust, dan Perceived Usefulness. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan. 4(1), 75-85.

Rosmegawati., Tobing, S. M. L., & Denis, A. S. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Pembayaran, Promosi Terhadap Kepuasan Pembeli Dan Efeknya Pada Loyalitas Pembeli. Jurnal Akuntansi FE-UB. 16(2), 24-38.

Riyanto, K. (2022). Peran Penting Teknologi Informasi Dalam Sebuah Bisnis F&B. Diakses pada 25 Mei 2025. Kumparan.com, dari https://kumparan.com/krisna-_r/peran-penting-teknologi-informasi-dalamsebuah-bisnis-fandb-1xJXvcGV8J8

Santoso, A. F. (2023). "Self Service Adalah Pendekatan Modern Pada Layanan Pelanggan". Diakses pada 25 Mei 2025. PhinCon.com, dari https://phincon.com/articles/self-service/

Sa'idah, A. K., Astuti, R. P., Rosi. B., & Nurhasa, S. R. (2024). Sistem Pembayaran Di Indonesia. Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu. 2(6), 533-537.

Sari, A. P., & Hendayani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Self service technology (SST) terhadap Loyalitas dan Behavioral Intention dengan Customer Satisfuction Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Bandung: Telkom University

Santoso, S., Nurhidajat. R., Praja, A., Perdian, S., & Arsih, Y. B. (2022). Penerapan Teknologi Self-Service Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction Pada Usaha Ritel Food And Beverage. Jurnal Administrasi Profesional. 3(2), 11- 24.

Saputra, U. R., Suwono. I., & Sholikah, M. (2021). Implementasi Teori Servqual Pada Layanan Akademik Satu Pintu. Jurnal Kajian Ilmu Administrasi. 18(1), 63-89.

Saputro, W. W. (2024). Kepuasan Pelanggan. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group.

Setiawati, T. (2022). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta. Bening Pustaka

Siagian, J. A., & Adlina, H. (2024). The Effect Of Self Service Technology And Perceived Enjoyment On Interest In Reusing Self-Ordering Kiosk On GenZ In Medan City. Journal Business Administration (JBA). 3(1), 23-29.90

Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Puspitarini, M. R. C., Resti, A. A., Masripah, S.E., Ak, M. S. (2022). SEM. APLIKASI SEM PLS.

Siahaan, T. A. P., Mandey, S. L & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Lemong Di Grabfood Kota Manado. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 11(3), 1326-1336.

Stanley, B., Pratama, Y., & Subakti, A. G. (2023) The Impact Of Self-Order Kiosk And Service Quality On Customer Experience In Mcdonald's Citra Garden 6 Jakarta. Journal E3S Science. Vol. 426, 1-11.

Soegoto, A. S., Soegoto, D. S., Pasha, M. S (2020). Empowerment Digital Strategies for Medium Small Enterprises. Journal of Physics: Conference Series. 1477 (7), 1-8.

Teviningrum, S., & Urfa, F. (2021). Analisis Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran, Studi kasus di McDonald's TB Simatupang, Jakarta. Jurnal Simki Economic. 4(1), 11-12.

Wibowo, M. L., Setyabudi, D., & Manalu, S. R. (2024). Pengaruh Ekspektasi Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Luxcrime Blur & Cover Two Way Cake Di Shopee. Jurnal Fisip Undip. 12(3).

Wijaya, A. (2020). Implementasi Konsep Self service technology (SST) Pada Model Bisnis Restoran. Jurnal Dinamika Informatika. 63-66.

Wijaya, J., & Narundana, V. T. (2025). PENGARUH SELF-ORDER KIOSK DAN QRIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS MCDONALD'S BANDAR LAMPUNG). JPRO. 6(2), 2775-5967.

Yusran, H., Judijanto, L., Nuvriasari, A., Siagian, Y., & Hermawan, A. (2025). Manajemen Jasa Membangun Hubungan Berkelanjutan Dengan Konsumen. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Zayyan, M. F., & Wahyuningtyas, Y. F. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Spbu Self Service Pertamina Diy. Jurnal Tambora. 8(2), 25-33.9