

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Self Service Technology terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Podomoro. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis deskriptif. Data yang digunakan penelitian ini hasil dari penyebaran kuesioner sebesar 385 responden dengan kriteria khusus yaitu mahasiswa telkom university, pernah membeli produk McDonald's dan pernah bertransaksi di mesin self-service. Data yang didapatkan diolah menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana

Hasil dari beberapa uji yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Self Service Technology memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's. Self service technology memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Something sebesar 90,61% dan masuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi bahwa self service technology terhadap kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Something sebesar 57,5%, sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Self Service Technology*, Kepuasan Pelanggan.