Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page 28025- 28036

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten

Pendi Setiawan[1], Titin Hargyatni[2]
[1,2]STIE Studi Ekonomi Modern
e-mail : setiawanfendi332@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna layanan. Sampel penelitian berjumlah 63 responden yang diperoleh dari populasi sebanyak 170 pengguna menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, namun memiliki arah hubungan negatif. Sementara itu, ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Secara simultan kualitas pelayanan dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien determinasi sebesar 51,8%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk menjadi faktor dalam meningkatkan kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan arah hubungan negatif, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan menjadi priorotas terciptanya kepuasan pengguna.
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk, Kepuasan Pengguna

ABSTRAK

This study aims to analyze the effect of service quality and product availability on user satisfaction of the Indowareg Free Meal Bus Program in Klaten Regency. This study uses a quantitative method with data collection techniques through distributing questionnaires to service users. The research sample consisted of 63 respondents obtained from a population of 170 users using the Slovin formula. Data analysis was carried out by validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination using the SPSS program. The results showed that service quality had a significant effect on user satisfaction with a significance value of 0.001 <0.05, but had a negative relationship direction. Meanwhile, product availability had a positive and significant effect on user satisfaction with a significance value of 0.000 <0.05. Simultaneously, service quality and product availability had a significant effect on user satisfaction with a coefficient of determination of 51.8%. The results of this study indicate that product availability is a factor in increasing user satisfaction of the Indowareg Free Meal Bus Program in Klaten Regency. It can be concluded that service quality and product availability have a significant influence on user satisfaction of the Indowareg Free Meal Bus Program in Klaten. The analysis results show that service quality has a significant influence with a negative relationship, indicating that service quality is not a priority in creating user satisfaction.
Keywords: Service Quality, Product Availability, User Satisfaction

© The Author(s). 2026 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Peningkatan kesejahteraan masyarakat merupakan salah satu tujuan utama pembangunan di Indonesia. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui berbagai program sosial yang berfokus pada

pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, salah satunya kebutuhan pangan. Pangan merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh setiap individu untuk menjaga kesehatan serta keberlangsungan hidup. Oleh karena itu, berbagai bentuk program bantuan pangan menjadi salah satu langkah dalam membantu masyarakat yang mengalami keterbatasan ekonomi (Apriliya et al., 2025).

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai komunitas sosial, organisasi kemanusiaan, dan lembaga *non-profit* di Indonesia mulai mengembangkan program bantuan makanan gratis bagi masyarakat. Program tersebut umumnya ditujukan bagi kelompok masyarakat yang membutuhkan, seperti masyarakat berpenghasilan rendah, pekerja sektor informal, maupun masyarakat yang mengalami kesulitan ekonomi. Program makan gratis tidak hanya berfungsi sebagai bantuan sosial, tetapi juga menjadi bentuk kepedulian sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan pangan.

Salah satu program sosial yang berkembang di masyarakat adalah Program Bus Makan Gratis Indowareg. Program ini merupakan kegiatan sosial yang menyediakan makanan gratis bagi masyarakat dengan menggunakan kendaraan bus sebagai sarana distribusi makanan. Konsep pelayanan bergerak memungkinkan program ini menjangkau berbagai lokasi dan masyarakat yang membutuhkan secara lebih luas. Melalui pendekatan tersebut, program Bus Makan Gratis Indowareg diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari sekaligus memberikan pelayanan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, keberhasilan suatu program pelayanan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan bantuan yang diberikan, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana layanan tersebut diberikan kepada masyarakat. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pengguna layanan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pengguna terhadap program yang dijalankan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi masyarakat yang memanfaatkan layanan tersebut (Prakoso et al., 2025).

Salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pengguna adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna. Pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif bagi masyarakat sehingga mendorong meningkatnya tingkat kepuasan pengguna layanan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Prakoso et al., 2025). Temuan lain juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam berbagai jenis layanan (Baharuddin & Wiyadi, 2024).

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna adalah ketersediaan produk. Dalam program makan gratis, ketersediaan produk berkaitan dengan ketersediaan makanan yang diberikan kepada masyarakat. Masyarakat yang memanfaatkan program makan gratis

tentunya berharap bahwa makanan tersedia dalam jumlah yang cukup, mudah diperoleh, serta memiliki kualitas yang layak untuk dikonsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Ndruru, Zalukhu, dan Harefa (2025) menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggann (Ndruru et al., 2025). Selain itu, penelitian Sari dan Wahyuni (2025) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Sari & Wahyuni, 2025).

Kepuasan pengguna merupakan salah satu indikator dalam menilai keberhasilan suatu program pelayanan. Kepuasan pengguna mencerminkan sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat yang memanfaatkannya. Apabila pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan, maka program tersebut berpotensi memperoleh respon positif dari masyarakat serta memiliki peluang untuk terus berkembang dan berkelanjutan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, ketersediaan produk, serta pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan (Ardiyanto & Ramadhayanti, 2024).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pengguna layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Prakoso, Sucipto, dan Indriyani (2025) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Decrisent, Bismark, dan Putra (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Decrisent et al., 2025).

Namun beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Neneng dan Zega (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan (Neneng & Zega, 2024). Hasil penelitian Ramadhon dan Tyas (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan tanpa didukung oleh variabel lain (Ramadhan & Darmawan, 2024). Selain itu, penelitian Apriliya dan Kurniawan (2025) mengungkapkan bahwa kualitas layanan tidak selalu menjadi faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan variabel lainnya (Apriliya et al., 2025). Penelitian Luthfiana dan Saputro (2024) juga menunjukkan bahwa variabel lain seperti citra merek dan promosi dapat memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan (Luthfiana & Saputro, 2024).

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk merupakan variabel yang sering digunakan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan. Namun sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada sektor bisnis seperti perusahaan jasa, minimarket, maupun platform *e-commerce*. Penelitian yang mengkaji kepuasan pengguna dalam lingkup program sosial, khususnya layanan bantuan makanan gratis berbasis komunitas, masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain itu, penelitian mengenai kepuasan pengguna dalam program sosial seperti Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten juga masih jarang dilakukan. Padahal, program ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan layanan bisnis karena lebih berorientasi pada pelayanan sosial kepada masyarakat tanpa tujuan komersial. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan serta ketersediaan produk dalam program tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

Kabupaten Klaten dipilih sebagai lokasi penelitian karena program Bus Makan Gratis Indowareg di daerah ini merupakan salah satu kegiatan sosial yang aktif memberikan bantuan makanan kepada masyarakat. Program ini melibatkan pelayanan langsung kepada masyarakat sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas serta ketersediaan makanan yang disediakan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna program tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pengguna program Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian mengenai kepuasan pengguna dalam konteks pelayanan sosial serta memberikan masukan bagi pengelola program dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan ketersediaan makanan bagi masyarakat.

Kepuasan pengguna merupakan konsep dalam manajemen pelayanan karena menunjukkan sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Tingkat kepuasan sering digunakan sebagai indikator untuk menilai keberhasilan suatu layanan yang diberikan oleh organisasi atau penyedia jasa (Kotler, 2016). Apabila kinerja layanan melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika berada di bawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tjiptono dan Chandra (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional yang muncul setelah konsumen mengevaluasi pengalaman penggunaan suatu produk atau jasa (Tjiptono & Chandra, 2019). Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pengalaman selama menggunakan layanan. Dalam pelayanan publik maupun layanan sosial, kepuasan pengguna menjadi indikator penting untuk menilai kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat. Indikator kepuasan pengguna meliputi: kesesuaian harapan pengguna terhadap layanan, perasaan puas setelah menggunakan layanan, kesediaan menggunakan kembali layanan, kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap suatu layanan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan organisasi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dianggap baik. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan karakteristik

suatu layanan yang mampu mempengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan mereka. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2019), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), r*esponsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Ketersediaan produk merupakan faktor dalam kegiatan pelayanan karena berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan dalam menyediakan produk yang dibutuhkan oleh pengguna. Apabila produk tersedia dengan baik, maka pengguna akan lebih mudah memperoleh produk tersebut. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa ketersediaan produk merupakan kemampuan organisasi dalam memastikan bahwa produk yang dibutuhkan pelanggan tersedia pada waktu dan tempat yang tepat. Hal ini penting untuk memudahkan pelanggan dalam memperoleh produk yang diinginkan. Tjiptono (2019) juga menjelaskan bahwa ketersediaan produk berkaitan dengan kemampuan organisasi dalam menyediakan produk secara konsisten sehingga pelanggan tidak mengalami kesulitan dalam memperoleh produk tersebut. Indikator ketersediaan produk menurut Kotler dan Keller (2016) meliputi: ketersediaan produk sesuai kebutuhan pengguna, kelengkapan produk yang disediakan, kemudahan memperoleh produk, konsistensi ketersediaan produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini dilakukan pada pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten yang memanfaatkan layanan makan gratis yang disediakan oleh program tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Kabupaten Klaten yang berjumlah 170 orang. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya (Sugiyono, 2022). Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n=\frac{N}{1+N(e)2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Dengan jumlah populasi 170 orang dan tingkat kesalahan 10%, maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n=\frac{170}{1+170(0,1)2}$$

$$n=\frac{170}{1+170(0.01)}$$

$$n=\frac{170}{2,7}\ n=62,96$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dibulatkan menjadi 63 responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Kuesioner disusun menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban yang digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan program SPSS. Teknik analisis yang digunakan meliputi: analisis statistik deskriptif, uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinearitas. analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) (Ghozali, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

Varibel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	63	18	39	28,57	5,555
Ketersediaan Produk	63	23	40	30,00	4,060
Kepuasan Pengguna	63	26	38	29,89	2,880

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 39. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28,57 dengan standar deviasi sebesar 5,555. Variabel Ketersediaan Produk memiliki nilai minimum sebesar 23 dan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 30,00 dengan standar deviasi sebesar 4,060. Variabel Kepuasan Pengguna memiliki nilai minimum sebesar 26 dan nilai maksimum sebesar 38. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 29,89 dengan standar deviasi sebesar 2,880.

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KP.1	0,970	0,248	Valid
	KP.2	0,924	0,248	Valid
	KP.3	0,932	0,248	Valid
	KP.4	0,885	0,248	Valid

	KP.5	0,936	0,248	Valid
	KP.6	0,976	0,248	Valid
	KP.7	0,918	0,248	Valid
	KP.8	0,952	0,248	Valid
Ketersediaan Produk	KSP.1	0,902	0,248	Valid
	KSP.2	0,748	0,248	Valid
	KSP.3	0,758	0,248	Valid
	KSP.4	0,599	0,248	Valid
	KSP.5	0,806	0,248	Valid
	KSP.6	0,742	0,248	Valid
	KSP.7	0,758	0,248	Valid
	KSP.8	0,537	0,248	Valid
Kepuasan Pengguna	KPA.1	0,553	0,248	Valid
	KPA.2	0,753	0,248	Valid
	KPA.3	0,758	0,248	Valid
	KPA.4	0,428	0,248	Valid
	KPA.5	0,348	0,248	Valid
	KPA.6	0,481	0,248	Valid
	KPA.7	0,268	0,248	Valid
	KPA.8	0,511	0,248	Valid

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan kepuasan pengguna memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,248). Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,979	8	0,60	Reliabel
Ketersediaan Produk	0,866	8	0,60	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,620	8	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0,979, variabel ketersediaan produk sebesar 0,866, dan variabel kepuasan pengguna sebesar 0,620. Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

Signifikansi	Keterangan
0,095	Normal

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,095 dengan jumlah sampel sebanyak 63 responden. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,095 > 0,05). Dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Variabel	*Tolerance*	*VIF*	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,437	2,287	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Ketersediaan Produk	0,437	2,287	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel kualitas pelayanan dan ketersediaan produk sebesar 0,437, yang berarti lebih besar dari 0,10. Selain itu, nilai VIF sebesar 2,287, yang berarti lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

Variabel	T	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	-0,624	0,535	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Ketersediaan Produk	0,320	0,750	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber: Output SPSS, 2026

Hasil diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t	Signifikansi
Constant	15,475	8,017	0,000
Kualitas Pelayanan	-0,238	-3,394	0,001
Ketersediaan Produk	0,708	7,361	0,000

Sumber: Output SPSS, 2026

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y=15{,}475-0{,}238X_1+0{,}708X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 15,475 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) dan ketersediaan produk (X_2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai kepuasan pengguna (Y) sebesar 15,475.

2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar -0,238 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan kualitas pelayanan, maka kepuasan pengguna akan menurun sebesar 0,238, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pengguna.
3. Nilai koefisien regresi ketersediaan produk sebesar 0,708 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan ketersediaan produk, maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,708, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Jenis Uji	Variabel	Koefisien / Nilai Uji	Sig.	Keterangan
Uji t (Parsial)	Kualitas Pelayanan	t = -3,394	0,001	Berpengaruh signifikan
	Ketersediaan Produk	t = 7,361	0,000	Berpengaruh signifikan
Uji F (Simultan)	X1 dan X2 → Y	F = 32,269	0,000	Berpengaruh signifikan
Koefisien Determinasi	R Square	0,518	-	Kontribusi 51,8%

Sumber: Output SPSS, 2026

Uji t

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan dengan arah hubungan negatif terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05.
2. Ketersediaan produk (X2) berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan ketersediaan produk masing-masing memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan Bus Makan Gratis Indowareg.

Uji F

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 32,269 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji diatas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,518. Hal ini menunjukkan bahwa 51,8% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan ketersediaan produk. Sementara itu, sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang

tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien sebesar -0,238, yang berarti kualitas pelayanan memiliki arah hubungan negatif terhadap kepuasan pengguna. Arah hubungan negatif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan tidak selalu diikuti dengan peningkatan kepuasan pengguna. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan persepsi dan prioritas pengguna terhadap layanan yang diterima.

Dalam program Bus Makan Gratis, sebagian pengguna kemungkinan lebih menekankan pada ketersediaan makanan dibandingkan aspek pelayanan yang diberikan oleh petugas, sehingga kualitas pelayanan tidak menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Neneng dan Zega (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil ini juga memperkuat pandangan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya kualitas pelayanan, tetapi juga faktor lain seperti ketersediaan produk yang dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh positif yang lebih kuat. Secara teoritis, hasil penelitian ini tetap relevan dengan konsep yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) serta Tjiptono dan Chandra (2019), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan. Dalam penelitian ini, meskipun kualitas pelayanan meningkat, apabila tidak sesuai dengan kebutuhan utama pengguna, maka tidak akan meningkatkan kepuasan(Kotler, 2016), [12].

2. Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten. Koefisien regresi sebesar 0,708 menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Ketersediaan produk dalam penelitian ini berkaitan dengan ketersediaan makanan yang dapat diakses oleh masyarakat secara mudah dan dalam jumlah yang cukup.

Apabila makanan tersedia secara konsisten, maka pengguna akan merasa lebih puas terhadap layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa ketersediaan produk merupakan kemampuan organisasi dalam memastikan produk tersedia pada waktu dan tempat yang tepat sehingga pelanggan dapat memperolehnya dengan mudah(Kotler, 2016). Selain itu, Tjiptono (2019) juga menjelaskan bahwa ketersediaan produk yang konsisten dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan(Tjiptono & Chandra, 2019). Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Ndruru, Zalukhu, dan Harefa (2025) serta Ardiyanto dan Ramadhayanti (2024) yang menunjukkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Ardiyanto & Ramadhayanti, 2024; Ndruru et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik ketersediaan produk yang disediakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,518 menunjukkan bahwa 51,8% kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dan Keller (2016) serta Tjiptono (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan(Kotler, 2016; Tjiptono & Chandra, 2019). Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Prakoso, Sucipto, dan Indriyani (2025) serta Baharuddin dan Wiyadi (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Baharuddin & Wiyadi, 2024; Prakoso et al., 2025). Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dan ketersediaan produk menjadi faktor dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan arah hubungan negatif, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan menjadi priorotas terciptanya kepuasan pengguna. Sementara itu, ketersediaan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga semakin baik ketersediaan makanan yang disediakan maka tingkat kepuasan pengguna akan semakin meningkat. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan ketersediaan produk mampu menjelaskan sebagian variasi kepuasan pengguna Program Bus Makan Gratis Indowareg di Klaten. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pengelola program diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta menjaga ketersediaan makanan agar tetap mencukupi kebutuhan masyarakat. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pengguna, seperti kualitas makanan, lokasi pelayanan, dan kenyamanan layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Apriliya, D. A., Kurniawan, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction pada Seblak Rest Area Bantenan. *Indonesia Economic Journal*, *1*(2), 881–895.

Ardiyanto, T. R., & Ramadhayanti, A. (2024). Pengaruh ketersediaan barang dan kualitas layanan terhadap ulasan pembeli pada platform e-commerce Tokoteknopro. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, *2*(4), 96–104.

Baharuddin, M. H., & Wiyadi, W. (2024). The influence of service quality, product availability, price and location on customer satisfaction at Cespleng Pharmacy. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *11*(2), 85–94.

Decrisent, K. M., Bismark, I. A., Putra, M. A., Wandra, N., & Septaria, V. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Rizkymart 2 Di Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Widyaswara Indonesia*, *1*(2), 66–74.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Kesepuluh). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P. , & K. K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed). Pearson Education Limited.

Luthfiana, H., & Saputro, N. G. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Studi Kasus pada Skintific Official Store di Wilayah Cimahi Selatan. *Syntax Idea*, *6*(8), 3370–3385.

Ndruru, M. A., Zalukhu, Y., Harefa, I., & Gulo, H. (2025). The Influence Of The Availability Of Products Needed By Consumers On The Level Of Customer Satisfaction At Indomaret Stores Diponegoro City Of Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah METADATA*, *7*(3), 151–158.

Neneng, I. S., & Zega, A. (2024). Analisis kepuasan pelanggan dalam memilih minimarket di Kecamatan Sipora Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(1), 1–7.

Prakoso, I. B., Sucipto, H., Indriyani, A., & Ikhwan, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, *4*(2), 676–695.

Ramadhan, M. G., & Darmawan, D. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Bisnis Kolega*, *10*(2), 71–83.

Sari, D. R., & Wahyuni, S. (2025). Influence of Price Increases, Product Availability, and Service Quality on Consumer Satisfaction (A Case Study at LPG 3 Kg Distribution Point Yulianto, agent of PT Mita Ereska, Semarang Regency). *Admisi Dan Bisnis*, *26*(3), 229–234.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ((4th ed.)). Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, quality dan customer satisfaction Edisi 5*.