



PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PERSEROAN TERBATAS (PT). ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE SATELIT KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION IN LIMITED COMPANIES (PT). ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE SATELLITE SIDENRENG RAPPANG DISTRICT

Abdul Kadir 1*

Prodi Manajemen, FEB, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang,
abdulkadirumpar@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh dimensi kualitas jasa, yakni Kehandalan (X1), Responsive (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Berwujud (X5), terhadap kepuasan nasabah (Y) di Perseroan Terbatas (PT) Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang. Melalui penyebaran kuesioner kepada 65 responden, penelitian menemukan bahwa semua dimensi kualitas jasa secara parsial dan simultan memengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas jasa menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan nasabah dan ketepatan penyampaiannya sesuai harapan. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa dimensi kehandalan (X1) memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah, mencapai 86,8%, sedangkan 13,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini. Uji F mengonfirmasi bahwa secara bersama-sama, dimensi kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai Fhitung (85,194) yang jauh melebihi Ftabel (2,37), penelitian mendukung bahwa variabel ini memiliki dampak simultan yang signifikan. Hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa dimensi kehandalan (X1) memiliki pengaruh dominan, terbukti dengan nilai thitung tertinggi sebesar 6,429, dan signifikansi 0,000. Oleh karena itu, H₀ ditolak dan H_a diterima. Dalam rangkaian temuan ini, dapat disimpulkan bahwa dimensi kehandalan menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Adira Dinamika Multi Finance Kabupaten Sidenreng Rappang.

Kata kunci: Dimensi Kualitas, Kepuasan Nasabah, Manajemen Pemasaran

ABSTRACT

This research aims to assess the influence of service quality dimensions, namely Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), and Tangibles (X5), on customer satisfaction (Y) in the Limited Liability Company (PT) Adira Dinamika Multi Finance Satellite Sidenreng Rappang. Through the distribution of questionnaires to 65 respondents, the study found that all service quality dimensions both partially and simultaneously affect customer satisfaction. Service quality emphasizes meeting customer needs and delivering services accurately as per expectations. The correlation analysis results indicate that the Reliability dimension (X1) has the most dominant influence on customer satisfaction, reaching 86.8%, while 13.2% is influenced by other factors not investigated in this study. The F-test confirms that collectively, service quality dimensions significantly influence customer satisfaction. With an F-value of 85.194, far exceeding the F-table (2.37), the research supports that these variables have a significant simultaneous impact. The second hypothesis, stating that the Reliability dimension (X1) has a dominant influence, is substantiated with the highest t-value of 6.429 and a significance of 0.000. Therefore, H₀ is rejected, and H_a is accepted. In this series of findings, it can be concluded that the Reliability dimension is the key factor in enhancing customer satisfaction at PT Adira Dinamika Multi Finance in Sidenreng Rappang.

Keywords: Quality Dimensions, Customer Satisfaction, Marketing Management

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini, suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan.



Kualitas pelayanan jasa yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan berpindah ke jasa layanan lain. Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya jasa pelayanan yang dapat memuaskan konsumen ditimbulkan dari perilaku bisnis yang berkembang atau dikembangkan oleh perusahaan.

Secara umum kepuasan pelanggan tergantung pada mutu dan kualitas jasa yang diterima. Menurut Parasuraman dalam buku Tjiptono (2008:148) "kualitas jasa adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima dan peroleh".

Kualitas pelayanan merupakan unsur penting dalam hal kepuasan pelanggan, variabel-variabel yang termasuk didalamnya adalah kehandalan (*reliability*), responsive (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan berwujud (*tangible*). Kualitas itu sendiri sering di artikan sebagai ukuran dimana produk atau pelayanan mampu memenuhi keinginan pelanggan.

Dunia persaingan yang kompetitif merupakan tantangan bagi perusahaan di era globalisasi seperti sekarang ini. Banyaknya kompetitor yang memberikan produk atau jasa sejenis menuntut perusahaan untuk dapat bersaing dalam merebut pasar bahkan mempertahankan pasar yang sudah ada.

PT. Adira Dinamika Multi Finance Sidenreng Rappang merupakan perusahaan jasa pembiayaan yang sudah dikenal masyarakat, dengan meningkatkan kualitas jasa dan kinerja para karyawannya, maka diharapkan kepuasan pelanggan dapat tercapai. Kepuasan pelanggan akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan. "Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya". (Zeitham, et al dalam buku Tjiptono,2008:28)

PT. Adira Dinamika Multi Finance Sidenreng Rappang sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembiayaan dalam memenuhi kebutuhan akan kendaraan yang dibeli secara kredit seperti kendaraan bermotor adalah produk yang laris dipasaran. Namun untuk membelinya secara tunai tentu harus mempunyai uang yang cukup banyak. Kesempatan inilah yang menjadi dasar perusahaan pembiayaan seperti PT. Adira Dinamika Multi Finance Sidenreng Rappang menawarkan jasa sebagai perusahaan yang bergerak dibidang finance guna memenuhi kebutuhan akan kendaraan yang dibeli secara kredit.

Salah satu kunci sukses bisnis dalam kondisi seperti ini adalah kerjasama yang baik dengan mitra kerja yaitu dealer yang loyal, yakni Dealer yang puas terhadap layanan yang diberikan, maka dari itu PT. Adira Dinamika Multi Finance Sidenreng Rappang harus menjaga dan selalu meningkatkan legitimasi perusahaan berupa pelayanan yang mudah, dan cepat baik itu dengan customer maupun bisnis relation.

Namun seiring dengan penjualan yang meningkat tentu PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang juga mempunyai masalah dalam penanganan nasabah, seperti nasabah yang komplain terhadap pelayanan yang kurang memuaskan, seperti penagihan kepada nasabah yang berulang-ulang kali hingga keterlambatan untuk memiliki BPKB, serta kurang ramahnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang. Adapun langkah-langkah utama yang tercakup dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah 650 nasabah yang menggunakan jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang pada periode Agustus-Oktober 2023. Sampel diambil sebanyak 65 responden dengan menggunakan teknik simple random sampling.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data:

- Data Kualitatif: Meliputi gambaran umum PT. Adira Dinamika Multi Finance.
- Data Kuantitatif: Terdiri dari skala Likert pada kuesioner.

3. Sumber Data:

- a. Data Primer: Diperoleh melalui wawancara dengan karyawan PT. Adira Dinamika Multi Finance Sidenreng Rappang.
- b. Data Sekunder: Informasi dari dokumen dan laporan internal perusahaan.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Penelitian Lapangan: Melibatkan observasi, wawancara, dan kuesioner.
- b. Teknik Kuesioner: Dilakukan dengan skala Likert.
- c. Penelitian Kepustakaan: Studi kepustakaan dilakukan untuk mendukung penelitian.

5. Teknik Analisis Data

- a. Analisis Regresi Linier Berganda: Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (dimensi kualitas jasa) dengan variabel dependen (kepuasan nasabah).
- b. Koefisien Korelasi Berganda (R): Mengukur keeratan hubungan antar variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- c. Koefisien Determinasi (R²): Menunjukkan presentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen.
- d. Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama): Untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- e. Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial): Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen.

Berisi bahan dan alat, lokasi penelitian, uraian masalah atau alasan penelitian, metode/cara pengumpulan data (survei atau perancangan percobaan), dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul: “Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Perseroan Terbatas (PT). Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang”, maka diperoleh data-data sebagai berikut;

1. Karakteristik Responden:

Tabel .1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	>20	6	9.23
2	20-30	30	46.15
3	31-40	22	33.85
4	<41	7	10.77
Total Responden		65	100

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel 3 diatas diketahui bahwa yang paling dominan memberikan tanggapan kuesioner adalah responden yang berusia antara 20 sampai 30 tahun yaitu sebanyak 46,15 %, usia 31 tahun sampai 40 tahun sebanyak 33,85 % dan dibawah 20 tahun 9,23%, diatas 40 tahun sebanyak 10,77%.

Tabel. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	27	41.54
2	Perempuan	38	58.46
Total Responden		65	100

Sumber: Data diolah 2023

Sedangkan dari tabel 2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin perempuan yang paling dominan memberikan jawaban kuesioner yaitu sebanyak 58,46 % dan sisanya sebanyak 41.54 % adalah laki-laki.

2. Variabel Penelitian

a. Variabel Keandalan (X1)

- Jadwal jatuh tempo pembayaran: Mayoritas sangat setuju (95.38%).
- Pelayanan informasi denda: Mayoritas sangat setuju (89.23%).
- Denda sesuai perjanjian jual beli: Mayoritas sangat setuju (89.23%).
- Perjanjian jual beli dimengerti nasabah: Mayoritas sangat setuju (95.38%).

b. Variabel Responsive (X2):

- Tanggapan cepat terhadap pelunasan: Mayoritas sangat setuju (90.77%).

- Akses ke kantor mudah: Mayoritas sangat setuju (83.08%).
 - Respon cepat terhadap keluhan: Mayoritas sangat setuju (86.15%).
 - Kesiediaan mendengar keluhan: Mayoritas sangat setuju (93.85%).
- c. Variabel Jaminan (X3):
- Karyawan tahu semua produk: Mayoritas sangat setuju (95.38%).
 - Karyawan cekatan berkomunikasi: Mayoritas sangat setuju (76.92%).
 - Produk kendaraan berkualitas: Mayoritas sangat setuju (72.31%).
 - Reputasi baik di masyarakat: Mayoritas sangat setuju (80%).
- d. Variabel Empati (X4):
- Karyawan mengenal nasabah: Mayoritas sangat setuju (95.38%).
 - Ramah kepada nasabah: Mayoritas sangat setuju (72.31%).
 - Mengetahui keadaan nasabah: Mayoritas sangat setuju (72.31%).
 - Sabar menghadapi karakter nasabah: Mayoritas sangat setuju (80%).
- e. Variabel Berwujud (X5):
- Ruang tunggu nyaman: Mayoritas sangat setuju (95.38%).
 - Kursi cukup untuk antrian: Mayoritas sangat setuju (83.08%).
 - Fasilitas ruang tunggu memuaskan: Mayoritas sangat setuju (73.85%).
 - Lingkungan ruang tunggu bersih dan sehat: Mayoritas sangat setuju (95.38%).

Setelah variabel dalam penelitian yang diuraikan, berikutnya adalah pembahasan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini datanya:

Tabel.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Coeffesient Regressions</i>	<i>t</i> _{hitung}	Sig
Konstanta	0.455		
Kehandalan (X ₁)	0.558	6.429	0.000
Responsive (X ₂)	0.092	1.599	0.115
Jaminan (X ₃)	0.043	0.404	0.688
Empati (X ₄)	0.003	0.032	0.974
Berwujud (X ₅)	0.218	1.846	0.069

R (Koefisien korelasi)	= 0.937
R² (Koefisien determinasi)	= 0.878
F _{hitung}	= 85.194
Sig F	= 0.087
F _{tabel}	= 2.37
t _{tabel}	=1.671
n	= 65

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persamaan Regresi Linear Berganda

$$Y = 0,455+0,558X_1+0,092X_2+0,043X_3+0,003X_4+0,218X_5,$$

Yang berarti bahwa:

- a. Angka 0,455 adalah nilai konstanta, yang berarti meskipun nilai kehandalan (X1), responsive (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan berwujud (X5) adalah sama dengan 0 (nol), maka besarnya nilai variabel kepuasan (Y) adalah 0,455.
 - b. Angka 0,558 adalah nilai untuk variabel kehandalan (X1), yang berarti jika variabel kehandalan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan maka nilai variabel kepuasan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,558 dan variabel kehandalan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (Y).
 - c. Angka 0,092 adalah nilai untuk variabel responsive (X2), yang berarti jika variabel responsive mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan, maka nilai variabel kepuasan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,092 dan variabel responsive berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (Y).
 - d. Angka 0,043 adalah nilai untuk variabel jaminan (X3), yang berarti jika variabel jaminan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan, maka nilai variabel kepuasan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,043 dan variabel jaminan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (Y).
 - e. Angka 0,003 adalah nilai untuk variabel empati (X4), yang berarti jika variabel empati mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan, maka nilai variabel kepuasan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,003 dan variabel empati berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (Y).
 - f. Angka 0,218 adalah nilai untuk variabel berwujud (X5), yang berarti jika variabel berwujud mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan, maka nilai variabel kepuasan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,218 dan variabel berwujud berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (Y).
2. Koefisien Korelasi (R)

TABEL .4
Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,937	0,878	0,868	0,11215

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel tersebut 30 di atas dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,937 yang berarti bahwa hubungan antara variabel dimensi kualitas jasa (X) yang terdiri dari kehandalan (X1), responsive (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan berwujud (X5) terhadap variabel Y yaitu kepuasan nasabah berada pada tingkatan 0,800-1,000.

Di mana dalam buku Sugiyono (2010:250), dapat diketahui bahwa pada tingkatan atau level tersebut maka hubungan antara kedua variabel yaitu variabel X

(kehandalan, responsive, jaminan, empati dan berwujud) dengan variabel Y (kepuasan nasabah) adalah sangat kuat.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Dari tabel tersebut di atas, diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,868 atau sebesar 86,8%, yang berarti bahwa variabel yang diteliti telah memberikan kontribusi sebesar 86,8% terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 13,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji F

TABEL.5 ANOVA(b)

Model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
1 Regression	5,358	5	1,072	85,194	,000 ^b
Residual	,742	59	,013		
Total	6,100	64			

Sumber: Data diolah 2023

Dari perhitungan uji F diketahui nilai Fhitung sebesar 85,194, dan jika dibandingkan dengan Ftabel sebesar 2,37. Jadi nilai Fhitung > Ftabel atau nilai 85,194 > 2,37 yang berarti bahwa variabel dimensi kualitas jasa yang terdiri dari kehandalan (X1), responsive (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan berwujud (X5) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.

5. Uji t

Setelah dilakukan uji t, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- T hitung untuk variabel kehandalan (X1) diperoleh hasil sebesar 6,429 dan jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,671, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai 6,429 > 1,671, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Jadi variabel kehandalan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
- T hitung untuk variabel responsive (X2) diperoleh hasil sebesar 1,599 dan jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,671, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai 1,599 < 1,671, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan nilai signifikan $0,155 > 0,05$. Jadi variabel responsive (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
- T hitung untuk variabel jaminan (X3) diperoleh hasil sebesar 0,404 dan jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,671, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai 0,404 < 1,671, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan nilai signifikan $0,688 > 0,05$. Jadi variabel jaminan (X3) tidak berpengaruh terhadap secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
- T hitung untuk variabel empati (X4) diperoleh hasil sebesar 0,032 dan jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,671, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai 0,032

$< 1,671$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan nilai signifikan $0,974 > 0,05$. Jadi variabel empati (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

- e. T hitung untuk variabel berwujud (X_5) diperoleh hasil sebesar $1,846$ dan jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar $1,671$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $1,846 > 1,671$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan nilai signifikan $0,069 > 0,05$. Jadi variabel berwujud (X_5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Dari apa yang telah diuraikan tersebut, maka diketahui untuk hipotesis kedua juga terbukti, yaitu variabel kehandalan (X_1) yang dominan ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} tertinggi yaitu sebesar $6,429$ dan dengan nilai signifikan terkecil $0,000$ atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

KESIMPULAN

2. Objek Penelitian:

Penelitian dilakukan pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang dengan responden utama berupa nasabah perusahaan.

3. Regresi Linear Berganda:

- Persamaan regresi linear berganda: $Y = 0,455 + 0,558X_1 + 0,092X_2 + 0,043X_3 + 0,003X_4 + 0,218X_5$.
- Variabel dimensi kualitas jasa (X_1 - X_5) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).

4. Korelasi dan Determinasi:

- Koefisien korelasi tinggi ($0,937$) menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara dimensi kualitas jasa dengan kepuasan nasabah.
- Nilai determinasi sebesar $86,8\%$ menunjukkan kontribusi besar variabel yang diteliti terhadap kepuasan nasabah.

5. Uji Statistik:

Nilai F_{hitung} ($85,194$) $> F_{tabel}$ ($2,37$), menunjukkan bahwa dimensi kualitas jasa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6. Uji T Individu:

- Variabel kehandalan (X_1) menonjol dengan t_{hitung} tertinggi ($6,429$) dan signifikansi $0,000$, menunjukkan pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah.
- Memuat makna hasil penelitian, jawaban atas hipotesis atau tujuan penelitian, tidak mengulang abstrak, dan kesimpulan bukan rangkuman hasil percobaan.

SARAN

Setelah mengadakan penelitian dan melakukan perhitungan dari data yang dikumpulkan, maka ada beberapa saran ingin penulis kemukakan:

1. Diharapkan PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang tidak hanya melayani jasa pembiayaan kendaraan berupa kredit motor dan mobil seperti yang ada sekarang ini, namun lebih dikembangkan dengan membuka

- tabungan/simpanan nasabah secara khusus bukan berupa penitipan uang angsuran, sehingga jelas nominal uang nasabah tersebut.
2. PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang harus dapat mengevaluasi pelayanan jasa yang ada saat ini, sehingga nasabah merasa nyaman menjalin kerjasama untuk kedepannya.
 3. Korelasi hubungan antara nasabah dengan PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang berdasarkan hasil perhitungan tabulasi data kuesioner yang dibagikan kepada responden menunjukkan tingkat hubungan yang cukup baik. Alangkah baiknya PT. Adira Dinamika Multi Finance Satelit Sidenreng Rappang lebih meningkatkan kualitas jasa terhadap nasabah.
 4. Dapat digunakan untuk menyebutkan sumber dana penelitian yang hasilnya dilaporkan pada jurnal ini dan memberikan penghargaan kepada beberapa institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad (2015), Manajemen Pemasaran Jasa, Cetakan keempat Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari (2014), manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa, Bandung
- Siswanto (2015), Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi kedua belas. Indeks Jakarta
- Hasibuan Malayu. (2016), Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta:Bumi Aksara
- Haris, A. (2022). The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction At Aish Saad Arshiya Work Training Institution, Gowa District Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Pelatihan Kerja Aish Saad Arshiya Kabupaten Gowa. JEINSA: Jurnal Ekonomi Ihsan Sidenreng Rappang, 1(2), 71-84.
- Lupiyoadi. (2013). Manajemen Pemasaran jasa. Edisi Kedua. Malang: Gaya Media
- Sugiono. (1999), Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2004). Manajemen Jasa. Edisi kedua. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2008), Strategi Pemasaran, Edisi keempat. Andi.Yogyakarta
- Swasta dan Irawan. 2008. Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta : Libert
- Herlambang (2013). Manajemen Kualitas Jasa. Cetakan kelima. Pustaka utama. Jakarta
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Edisi keduabelas. Indeks. Jakarta.
- Handoko, T, H .1995. Manajemen. Edisi 2. BPFE. Yogyakarta.



Umar, H. 2007. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Cetakan Keempat. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sugiyono (2010) Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif.

Ariekunto, S. 2002. Prosedur Penelitian. Rieneke Cipta. Jakarta.

