

**PENGARUH LAYANAN DAN PROMOSI MOBILE BANKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SUMUT
SYARIAH PANYABUNGAN**



SKRIPSI

Sebagai Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Perbankan Syariah

Oleh:

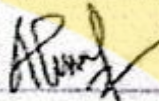
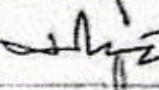
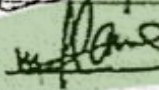
RISKY ADI
NIM. 22150035

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan" a.n. Risky Adi, NIM. 22150035, Program Studi Perbankan Syariah telah di munaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 21 Agustus 2026.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Azizatur Rahmah, M.E NIP. 199106082019032018	Ketua/Merangkap Penguji I		03/09-2026
2	Arwin NIP. 198512162019031007	Sekretaris/Merangkap Penguji II		3/09-2026
3	Erpiana Siregar, M.E NIP. 198907072019032017	Penguji III		03/09-2026
3	Muhammad Ilyas, M.E.I NIP. 198702152025211004	Penguji IV		03/09-2026



**PENGARUH LAYANAN DAN PROMOSI MOBILE BANKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SUMUT
SYARIAH PANYABUNGAN**



SKRIPSI

Sebagai Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Perbankan Syariah

Oleh:

RISKY ADI

NIM. 22150035

Pembimbing I

Azizatur Rahmah, M.E.

NIP.199106082019032018

Pembimbing II

Arwin, M.A

NIP.198512162019031007

STAIN MADINA

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
2026**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risky Adi
NIM : 22150035
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Tempat/ Tgl Lahir : Hutapungkut, 06 Maret 2003
Alamat : Hutapungkut julu, Kec. Kotanopan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: "Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan" adalah hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang diambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat didalamnya.

Demikian lembar pernyataan skripsi ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Agustus 2026

Hormat Saya


Risky Adi

NIM: 2215003

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

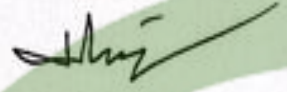
Pembimbingan skripsi atas nama Risky Adi, NIM. 22150035 dengan judul: "**Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan**" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pembimbing I


Azizatur Rahmah, M.E.
NIP. 199106082019032018

Pembimbing II


Arwin, M.A
NIP. 198512162019031007

STAIN MADINA

MOTTO

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(QS Al-Insyirah ayat 6-8)

Lelah boleh singgah, Tapi menyerah bukan pilihan bagi jiwa yang telah berjuang sejauh ini

(Risky Adi)

STAIN MADINA

ABSTRAK

Risky Adi, (Nim: 22150035). Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 87 responden yang merupakan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, layanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,292 > 1,988$) dan signifikan $0,001 < 0,05$. Sementara itu, promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($7,143 > 1,988$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, layanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($163,553 > 3,11$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,796 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan keputusan nasabah sebesar 79,6%, sedangkan sisanya 20,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Sebagai kesimpulan, layanan dan promosi adalah faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Kata kunci: layanan, promosi, kepuasan nasabah bank sumut syariah.

ABSTRACT

Risky Adi (Student ID: 22150035). *The Influence of Mobile Banking Services and Promotion on Customer Decisions at Bank Sumut Syariah Panyabungan.*

This study aims to determine the influence of mobile banking services and promotion on customer decisions at Bank Sumut Syariah Panyabungan. This research employed a quantitative approach using a correlational method. Data were collected through questionnaires distributed to 87 customers of Bank Sumut Syariah Panyabungan. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The results of the study indicate that, partially, the service variable has a positive and significant effect on customer decisions, as evidenced by a t-value of 3.292, which is greater than the t-table value of 1.988 ($3.292 > 1.988$), with a significance value of $0.001 < 0.05$. Meanwhile, the promotion variable also has a positive and significant effect on customer decisions, with a t-value of 7.143, which is greater than the t-table value of 1.988 ($7.143 > 1.988$), and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, service and promotion have a positive and significant effect on customer decisions, as indicated by an F-value of 163.553, which is greater than the F-table value of 3.11 ($163.553 > 3.11$), with a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) is 0.796, indicating that the independent variables explain 79.6% of the variation in customer decisions, while the remaining 20.4% is influenced by other factors not examined in this study. In conclusion, mobile banking services and promotion are important factors that significantly influence customer decisions at Bank Sumut Syariah Panyabungan.

Keywords: service, promotion, mobile banking, customer decisions Bank Sumut Syariah.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak ditengah atau diakhir, maka tulisannya dengan tanda (‘).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal dan monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliteranya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ... ا / آ... اِ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	a>	a dan garis diatas
إ... اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	i>	i dan garis di atas
أ... اِ	<i>Dammah</i> dan <i>waw</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	:	ma>ta
رَمَى	:	rama>
قِيلَ	:	qi>la
يَوَّتُ	:	yamu>tu

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tamarbu>taḥ* ada dua, yaitu: *tamarbu > taḥ* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tamarbu>taḥ* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h. Kalau pada kata berakhir dengan *tamarbu > taḥ* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbu>taḥ* itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	= <i>raudah al-atfal</i> = <i>raudatul-atfal</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	= <i>al-Madinah al-Munawwaroh</i> = <i>al-Madinatul-Munawwaroh</i>

E. Syaddah (*tasyidi>d*)

Syaddah atau *tasyidi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasyidi>d* (ʾ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبُّنَا	= <i>rabbana</i>	الْحَجَّ	= <i>al-hajj</i>
نَزَّلَ	= <i>nazzala</i>	الْبِرِّ	= <i>al-birr</i>

Jika huruf *ṣ* ber-*tasydyd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ʾ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *mahdah* (i>).

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti *iasa*, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الرَّجُلُ	= <i>ar-rajulu</i>	الشمسُ	= <i>asy-syamsu</i>
القلمُ	= <i>al-qalamu</i>	البديعُ	= <i>al-badi'u</i>

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَمْرُونُ	= <i>ta'muruna</i>	النَّوْءُ	= <i>an-nau'u</i>
أَمِرتُ	= <i>umirtu</i>	إِنَّ	= <i>inna</i>

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satrangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh: *Fi Zilal al-Qur'an, Al-sunnah qabl al-tadwin.*

I. Lafz al-jalalah (هلا)

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudlak ilahi (frasa nominal), translate terasi tanpa huruf hamzah contoh *dinullah* dan *billahi*.

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EDY). Huruf kapital misalnya digunakan untuk menulis huruf awal nama diri (orang, tempat,

bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat bila nama diri didahului oleh kata sandang (Al) awal nama diri tersebut bukan huruf awal kata sandangnya jika terletak pada awal kalimat maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang Al-baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan. **Contoh: Nasir al-Din Al-Tusi Abu Nasr Al Farabi**



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kita rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam tidak lupa kita curahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sosok pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan serta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan”, disusun untuk memenuhi tugas dan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam program studi Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

Penulis menyadari bahwa selama proses perkuliahan sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah terlibat dan membantu, baik dalam bentuk tenaga, waktu masukan, informasi serta dukungan moral dan materi. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sangat mendalam atas bantuan tersebut. Semoga apa yang diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan bernilai ibadah dihadapan Allah SWT. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1 Dr. Mara Samin Lubis, M.Ed, Selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
- 2 Bapak Dr. Liantha Adam Nasution, M.H selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Erpiana Siregar, M.E, selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
- 3 Ibu Azizatur Rahmah, M.E selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen PA dan Bapak Arwin, M.A, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, masukan serta bimbingan dan telah banyak mengorbankan waktunya dalam penulisan skripsi ini.
- 4 Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi STAIN Mandailing Natal, yang selama ini memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran berharga selama masa belajar saya. Ilmu yang diberikan oleh para dosen sangat membantu dalam pengembangan ide dan analisis dalam penulisan skripsi ini.
- 5 Teruntuk kedua orang tua saya, Ayahanda tercinta Arman Matondang dan Pintu

surgaku, Ibunda Hanipah terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan dan semangat serta selalu mengajarkan kebaikan dalam hidup penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Sehat selalu dan Panjang umur karena ayah harus selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

- 6 Kepada kakak kandung penulis Laila Safitri terimakasih banyak atas dukungannya, walaupun beliau dan penulis jarang sekali berkomunikasi namun beliau selalu memberikan semangat dan dukungan yang sangat besar kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
- 7 Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh sahabat tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap bantuan, perhatian, dan dorongan yang diberikan, baik dalam suka maupun duka, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin senantiasa diberkahi, diberikan kemudahan dalam meraih cita-cita, serta sukses di masa yang akan datang.
- 8 Teruntuk teman-teman seangkatan pada program studi Perbankan Syariah terkhususnya kepada kelas Perbankan Syariah B yang bertahanmulai dari semester 1 sampai 8.
- 9 Untuk diri saya Risky Adi apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

Panyabungan,

2026

Risky Adi

NIM:2215003



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
MOTO	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Kegunaan Penelitian.....	11
G. Defenisi Operasional Variabel	11
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Landasan Teori	14
1. Bank Syariah	14
2. Mobile Banking.....	18
3. Layanan Mobile Banking	23
4. Promosi Mobile Banking	27
5. Kepuasan Nasabah	39
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	41
C. Kerangka Berfikir.....	44

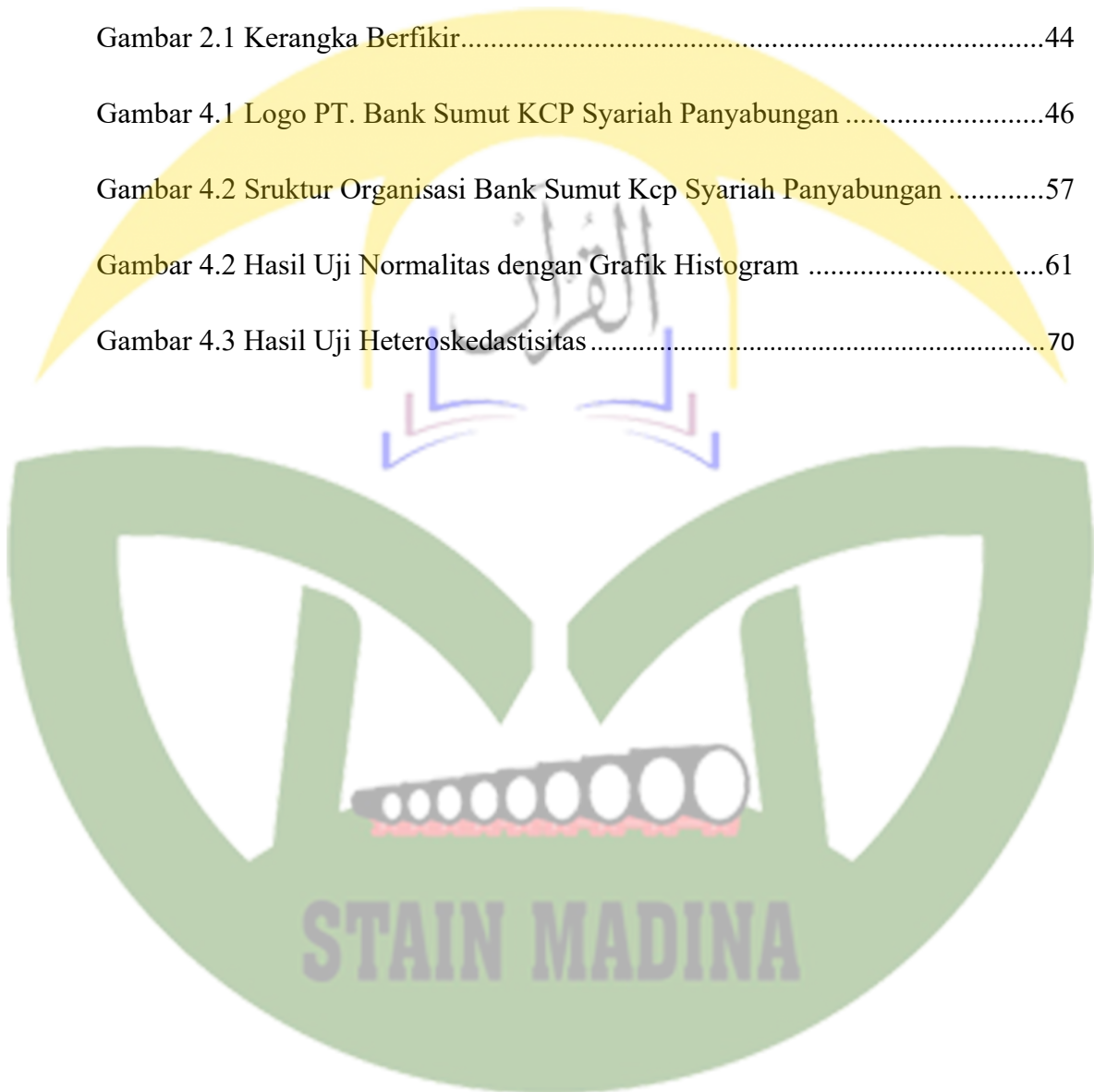
D. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Tempat dan Waktu Penelitian	46
B. Metode Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	47
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data.....	51
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan Penelitian.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	41
Tabel 1.2 Waktu Penelitian	46
Tabel 3.2 Skala Liket	49
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskripsi	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X1)	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman (X2)	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Petani Karet (Y)	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Pengguna SUMUT.mobile.....	3
Gambar 1.2 Fitur-fitur Aplikasi Mobile Banking	11
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	44
Gambar 4.1 Logo PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan	46
Gambar 4.2 Sruktur Organisasi Bank Sumut Kcp Syariah Panyabungan	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram	61
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Pengisian Angket Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman

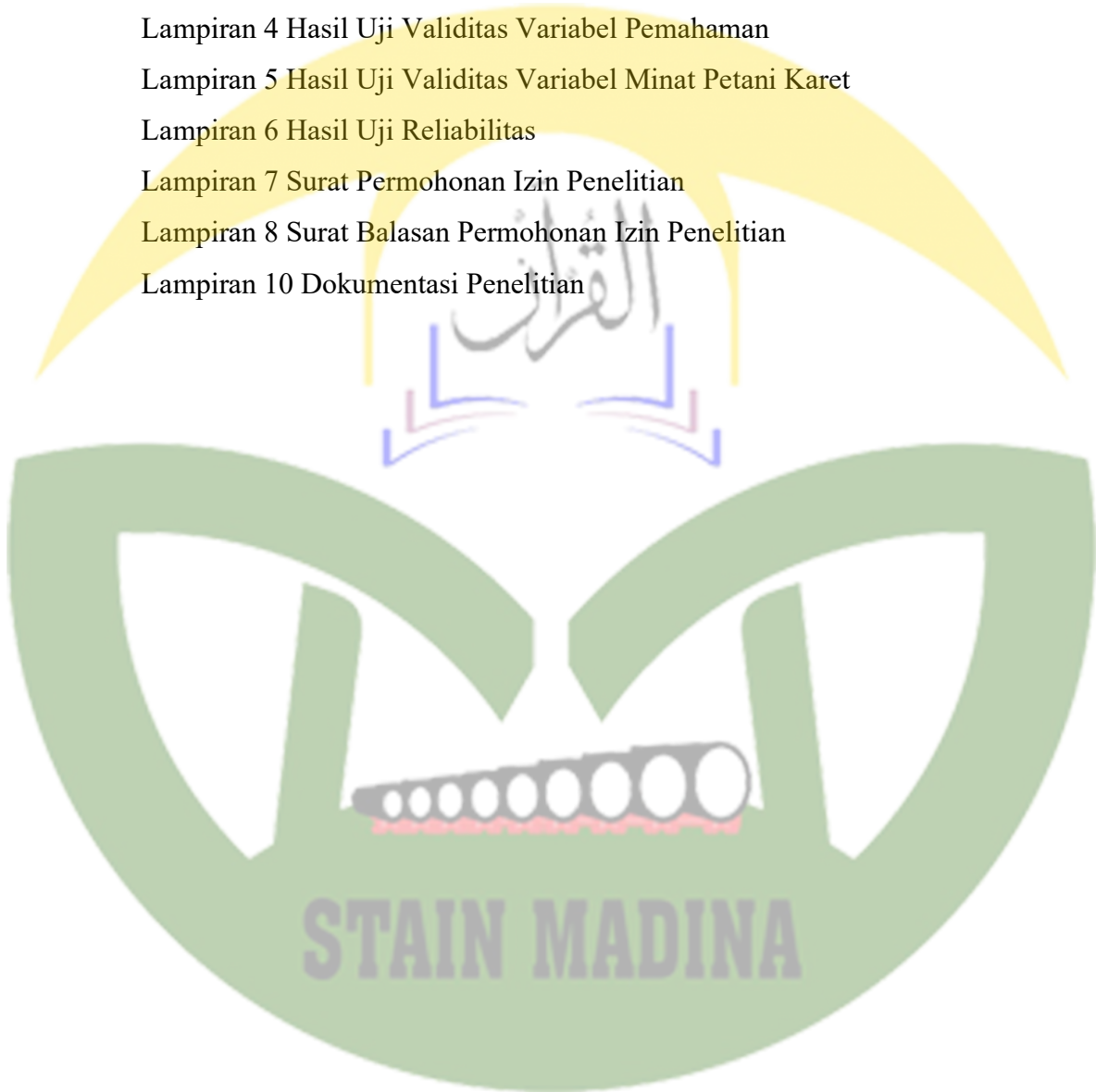
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Petani Karet

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 8 Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam era digital telah memicu perubahan besar dalam layanan perbankan. Digitalisasi menjadi pendekatan utama bagi perbankan untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan layanan, dan memenuhi tuntutan nasabah yang menginginkan layanan yang cepat, praktis, dan aman (Kotler, P., & Keller, 2016a). Salah satu aspek layanan perbankan yang berkembang pesat adalah penggunaan mobile banking. Data nasional menunjukkan bahwa jumlah pengguna mobile banking di Indonesia terus meningkat setiap tahun, sejalan dengan bertambahnya jumlah smartphone dan akses internet di berbagai wilayah, termasuk daerah kabupaten dan kota kecil (Keuangan., 2023a).

Informasi menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah saat ini lebih memilih menggunakan layanan digital dibandingkan layanan tradisional di cabang bank. Hal ini terjadi karena kemudahan dalam melakukan transaksi, penghematan waktu, serta fleksibilitas penggunaan layanan mobile banking yang dapat diakses setiap saat. Situasi ini mengharuskan lembaga perbankan, termasuk bank syariah, untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan digital agar dapat menjaga kepuasan serta loyalitas nasabah (Kasmir., 2018).

Dalam dunia perbankan syariah, penggunaan mobile banking memainkan peranan yang sangat vital tidak hanya sebagai sarana untuk melakukan transaksi keuangan, tetapi juga sebagai alat untuk memberikan edukasi serta menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan perbankan masa kini. Bank syariah diharuskan untuk menawarkan layanan digital yang sebanding bahkan lebih baik daripada bank konvensional, baik dalam hal kemudahan penggunaan,

kecepatan layanan, keamanan sistem, maupun transparansi informasi produk yang didasarkan pada akad syariah (Tjiptono, 2008a).

Perkembangan mobile banking secara global menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat seiring meningkatnya penggunaan smartphone, internet, dan digitalisasi layanan keuangan. Mobile banking kini menjadi salah satu layanan utama perbankan modern karena memberikan kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja. Secara global, penggunaan mobile banking meningkat karena masyarakat lebih memilih transaksi digital dibandingkan datang langsung ke kantor bank. Faktor yang mendorong perkembangan tersebut antara lain kemudahan akses, kecepatan transaksi, Keamanan digital, serta meningkatnya penggunaan pembayaran digital seperti QRIS dan e-wallet.

Adapun fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi mobile banking meliputi pengecekan saldo, transfer antar rekening, transfer antar bank, pembayaran tagihan listrik dan air, pembelian pulsa dan paket data, pembayaran menggunakan QRIS, mutasi rekening, pembayaran cicilan, hingga layanan tarik tunai tanpa kartu.

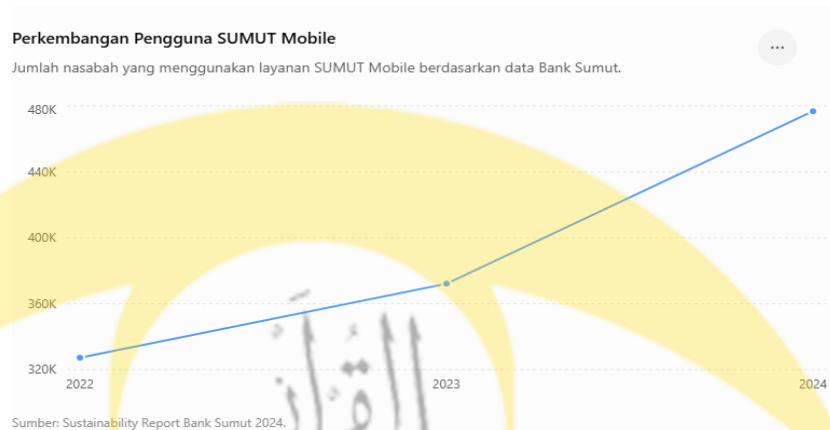
Gambar 1.2
Fitur-fitur Aplikasi Mobile Banking



Keberadaan fitur-fitur tersebut bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Kualitas layanan mobile banking yang memuaskan diharapkan dapat memenuhi **kebutuhan dan ekspektasi** nasabah, memberikan **pengalaman bertransaksi yang efisien dan praktis**, serta **mendukung peningkatan kepuasan nasabah secara keseluruhan** (Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, V. A., & Leonard L. Berry, 1988).

Di Indonesia, perkembangan mobile banking juga **mengalami** peningkatan signifikan. Bank-bank nasional maupun daerah **mulai** berlomba meningkatkan layanan digital mereka. Salah satunya adalah Bank Sumut melalui aplikasi SUMUT.mobile. Berdasarkan grafik perkembangan penggunaan SUMUT Mobile, dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang menggunakan layanan mobile banking Bank SUMUT mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, jumlah pengguna SUMUT Mobile tercatat sebanyak 327.167 nasabah, kemudian meningkat menjadi 372.115 nasabah pada tahun 2023. Selanjutnya, pada tahun 2024 jumlah pengguna kembali mengalami peningkatan menjadi 476.893 nasabah. Dengan demikian, terjadi **peningkatan sebesar 104.778 nasabah** atau sekitar 28,16% dari tahun 2023 ke tahun 2024.

Berikut grafik perkembangan pengguna mobile banking Bank Sumut berdasarkan data yang tersedia:

Gambar 1.1**Grafik Perkembangan Pengguna new SUMUT.mobile**

Keterangan:

2022: 327.167 pengguna

2023: 372.115 pengguna

2024: 476.893 pengguna

Kenaikan 2022–2023: sekitar 13,7%

Kenaikan 2023–2024: sekitar 28,2%

Peningkatan jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa layanan mobile banking semakin diterima dan dimanfaatkan oleh nasabah Bank SUMUT sebagai sarana untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara digital. Pertumbuhan pengguna juga diikuti dengan peningkatan aktivitas transaksi. Pada tahun 2024, transaksi melalui SUMUT Mobile mencapai 62.620.011 transaksi, meningkat dibandingkan tahun 2023 yang berjumlah 54.563.600 transaksi. Kondisi ini menunjukkan semakin besarnya pemanfaatan layanan digital dalam aktivitas perbankan nasabah.

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang lebih praktis, Bank SUMUT kemudian menghadirkan new SUMUT.mobile sebagai pengembangan layanan mobile banking dengan tampilan dan fitur yang lebih baru. Aplikasi tersebut menyediakan berbagai fasilitas,

antara lain pembayaran tagihan, QRIS, top up e-wallet, pembelian pulsa dan paket data, tarik tunai tanpa kartu, pengaturan rekening, histori transaksi, pengaturan limit transaksi, serta fitur keamanan berupa password dan fingerprint.

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi layanan perbankan Bank SUMUT terus mengalami peningkatan. Namun, meningkatnya jumlah pengguna secara keseluruhan belum secara otomatis menunjukkan bahwa seluruh nasabah telah merasa puas terhadap layanan new SUMUT.mobile. Masih diperlukan penelitian untuk mengetahui bagaimana nasabah menilai kualitas layanan dan promosi yang diberikan, serta sejauh mana kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan new SUMUT.mobile. Oleh karena itu, perkembangan jumlah pengguna tersebut dapat menjadi salah satu dasar penting untuk mengkaji pengaruh layanan dan promosi mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan.

Berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan, masih terdapat nasabah yang belum merasa puas terhadap layanan mobile banking pada Bank Sumut Syariah Cabang Panyabungan. Ketidakpuasan tersebut muncul karena beberapa nasabah masih mengalami kendala dalam menggunakan aplikasi mobile banking, baik dari segi akses layanan, kecepatan transaksi, maupun kestabilan sistem. Selain itu, sebagian nasabah juga merasa bahwa layanan digital yang tersedia belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan dan kebutuhan mereka dalam melakukan transaksi perbankan secara praktis dan efisien.

Penggunaan layanan mobile banking juga belum sepenuhnya memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi seluruh nasabah. Sebagian nasabah, khususnya yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital, masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi mobile banking. Di samping itu, adanya

kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi dan risiko kesalahan transaksi membuat beberapa nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara langsung di kantor bank dibandingkan menggunakan layanan digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik bagi nasabah.

Selain faktor layanan, promosi mobile banking yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah Panyabungan juga belum sepenuhnya mampu menarik minat dan meningkatkan kepuasan nasabah. Promosi yang dilakukan masih terbatas sehingga belum seluruh nasabah memperoleh informasi yang jelas mengenai manfaat, fitur, dan kemudahan penggunaan mobile banking. Kurangnya intensitas promosi menyebabkan sebagian nasabah belum tertarik untuk menggunakan layanan tersebut secara aktif dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

Masih terdapat pula nasabah yang kurang memahami fitur dan manfaat layanan mobile banking karena kurangnya informasi dan promosi yang efektif. Sebagian nasabah hanya mengetahui fungsi dasar mobile banking, seperti pengecekan saldo dan transfer uang, namun belum memahami fitur lain seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, QRIS, maupun layanan transaksi digital lainnya. Kurangnya edukasi dan sosialisasi secara langsung dari pihak bank menyebabkan tingkat pemahaman nasabah terhadap penggunaan mobile banking masih rendah, sehingga pemanfaatan layanan digital tersebut belum optimal.

Kepuasan nasabah adalah ukuran utama dalam mengevaluasi keberhasilan sebuah bank dalam memberikan layanan. Data yang ada menunjukkan bahwa nasabah yang merasa puas dengan layanan digital perbankan cenderung lebih setia, melakukan transaksi berulang, dan memiliki pandangan positif terhadap reputasi bank. Sebaliknya, ketidakpuasan nasabah dapat menyebabkan penurunan penggunaan

layanan, beralih ke bank lain, serta menyampaikan pengalaman buruk kepada calon nasabah yang lain.

Selain kualitas layanan, promosi mobile banking juga memainkan peran penting dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Data menunjukkan bahwa seberapa banyak orang menggunakan layanan perbankan digital sangat dipengaruhi oleh intensitas dan keberhasilan promosi yang dilakukan oleh bank. Promosi yang informatif dan edukatif dapat meningkatkan pemahaman nasabah tentang keuntungan mobile banking, mengurangi rasa ragu untuk menggunakan aplikasi, serta meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan digital (Rivai, V., & Arifin, 2010a).

Di daerah Panyabungan, tingkat pemahaman digital di kalangan masyarakat masih bervariasi. Sebagian nasabah sudah terbiasa dengan teknologi digital, namun ada juga yang masih memerlukan bimbingan dan sosialisasi secara langsung. Ini menunjukkan bahwa promosi mobile banking tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai alat edukasi bagi nasabah. Promosi yang dilakukan secara berkesinambungan melalui berbagai saluran, seperti sosialisasi langsung di kantor bank, platform media sosial, brosur, dan bantuan dari petugas bank, sangat penting untuk meningkatkan pemahaman serta minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti dengan beberapa nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Panyabungan, diperoleh informasi bahwa sebagian besar nasabah yang telah mendapatkan penjelasan secara langsung dari petugas bank mengenai penggunaan mobile banking merasa lebih mudah memahami fitur-fitur yang tersedia. Salah satu nasabah yaitu bapak hamid menyatakan bahwa setelah mendapatkan bimbingan dari petugas, ia menjadi lebih percaya diri dalam melakukan transaksi seperti transfer dan pembayaran tagihan melalui aplikasi mobile banking. Sebaliknya, Ibu

Halimah nasabah yang belum pernah mendapatkan sosialisasi atau pelatihan mengaku masih ragu dan khawatir dalam menggunakan layanan tersebut, terutama terkait keamanan dan kesalahan dalam transaksi.

Selain itu, hasil wawancara dengan pihak manajemen, dalam hal ini Bapak Mukti Harri Siregar selaku wakil pimpinan Bank Sumut Syariah Cabang Panyabungan, menunjukkan bahwa kegiatan promosi dan edukasi seperti sosialisasi langsung, pendampingan penggunaan aplikasi, serta penyebaran informasi melalui media sosial memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap peningkatan penggunaan mobile banking. Bapak tersebut juga menyampaikan bahwa nasabah yang aktif mengikuti kegiatan edukasi cenderung lebih sering menggunakan layanan mobile banking dan menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan nasabah yang belum mendapatkan edukasi secara memadai.

Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa layanan dan promosi mobile banking memiliki peranan yang sangat krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik tidak akan maksimal tanpa dukungan promosi yang tepat, dan sebaliknya juga demikian. Oleh karena itu, Bank Sumut Syariah Panyabungan harus memperhatikan kedua aspek tersebut dengan seimbang agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat daya saing di tengah persaingan perbankan digital yang semakin ketat.

Sebagai salah satu bank daerah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, Bank Sumut Syariah secara aktif mengembangkan layanan mobile banking untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam. Di Kantor Cabang Panyabungan, layanan mobile banking telah dimanfaatkan oleh nasabah untuk berbagai jenis transaksi seperti pengiriman uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta pengecekan saldo. Berdasarkan data internal bank, jumlah keseluruhan nasabah pada tahun 2025 tercatat sebanyak 3.708 nasabah,

sedangkan nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* sebanyak 665 nasabah. Meskipun jumlah ini menunjukkan adanya adopsi layanan digital, namun, berdasarkan pengamatan di lapangan, masih ada beberapa nasabah yang belum memaksimalkan penggunaan layanan *mobile banking*. Hal ini terlihat dari masih adanya antrean di kantor cabang untuk melakukan transaksi yang sebenarnya bisa dilakukan melalui aplikasi *mobile banking*.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis, penulis mengambil judul penelitian sebagai berikut: **“Pengaruh Layanan dan Promosi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan”**. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perbankan syariah dalam meningkatkan layanan dan promosi dalam bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, beberapa masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masih terdapat nasabah yang belum merasa puas terhadap layanan *mobile banking* pada Bank Sumut Syariah Panyabungan.
2. Penggunaan layanan *mobile banking* belum sepenuhnya memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi seluruh nasabah.
3. Promosi *mobile banking* yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah Panyabungan belum sepenuhnya mampu menarik minat dan meningkatkan kepuasan nasabah.
4. Masih terdapat nasabah yang kurang memahami fitur dan manfaat layanan *mobile banking* karena kurangnya informasi dan promosi yang efektif.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis menetapkan batasan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji layanan mobile banking dan promosi mobile banking sebagai variabel yang memengaruhi.
2. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini.
3. Subjek yang diteliti adalah nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan yang memanfaatkan layanan mobile banking.
4. Penelitian ini dilaksanakan di satu tempat, yaitu Bank Sumut Syariah Panyabungan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan?
2. Apakah promosi mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan?
3. Apakah layanan dan promosi mobile banking secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan.

3. Untuk mengetahui pengaruh layanan dan promosi mobile banking secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Panyabungan.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu, terutama dalam bidang manajemen pemasaran untuk jasa dan perbankan syariah, serta berfungsi sebagai sumber rujukan bagi penelitian yang akan datang terkait layanan digital perbankan dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank

Menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Bank Sumut Syariah Panyabungan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan strategi promosi mobile banking untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Nasabah

Memberikan penjelasan tentang kualitas layanan dan promosi mobile banking yang dapat membuat transaksi lebih nyaman dan memuaskan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi sumber rujukan dan bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa di masa mendatang.

G. Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian ini memiliki tujuan yang jelas dan dapat diukur, sangat penting untuk mendefinisikan secara operasional masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Penjelasan operasional untuk setiap variabel menyajikan uraian rinci mengenai

makna dari variabel itu sehingga dapat diukur dengan indikator yang sesuai.

1. Layanan Mobile Banking (X1)

Layanan *mobile banking* adalah tingkat pelayanan yang dialami oleh pelanggan saat menggunakan aplikasi mobile banking yang disediakan oleh Bank Sumut Syariah Panyabungan untuk melakukan beragam transaksi perbankan secara daring. Layanan ini mencakup seluruh interaksi antara pelanggan dan sistem aplikasi, mulai dari kemudahan akses dan penggunaan, kecepatan serta ketepatan dalam memproses transaksi, keandalan sistem yang beroperasi tanpa kendala, hingga tingkat keamanan yang mampu melindungi data dan dana pelanggan. Selain itu, layanan mobile banking juga menunjukkan seberapa baik informasi yang disajikan dalam aplikasi itu jelas, akurat, dan mudah dimengerti oleh nasabah, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan nasabah saat bertransaksi.

2. Promosi Mobile Banking (X2)

Promosi mobile banking adalah seluruh aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh bank untuk mengenalkan, memberikan informasi, dan mendorong nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Aktivitas promosi ini mencakup penyampaian informasi tentang fitur, keuntungan, kemudahan, dan keamanan layanan mobile banking melalui berbagai saluran dan media komunikasi, baik dengan cara langsung maupun tidak langsung. Tujuan dari promosi mobile banking adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman nasabah, membangun minat dan kepercayaan, serta menciptakan sikap positif terhadap layanan perbankan digital. Dengan promosi yang jelas, menarik, dan berkelanjutan, diharapkan bank dapat mengurangi keraguan nasabah terhadap penggunaan teknologi dalam perbankan digital, meningkatkan

tingkat adopsi layanan mobile banking, dan berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah (Assauri., 2013).

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan senang, puas, atau tidak puas yang dialami oleh pelanggan setelah mengevaluasi perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dan kinerja layanan mobile banking yang sebenarnya diterima. Kepuasan ini timbul ketika layanan mobile banking dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan dalam hal kemudahan penggunaan, kecepatan dan ketepatan transaksi, keamanan sistem, serta kenyamanan saat bertransaksi. Tingkat kepuasan pelanggan mencerminkan pandangan dan pengalaman keseluruhan pelanggan terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh bank. Pelanggan yang merasa puas biasanya memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, menunjukkan sikap yang positif, serta cenderung ingin terus menggunakan layanan mobile banking dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi penanda yang vital dalam menilai keberhasilan layanan mobile banking dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Kotler, P., & Keller, 2016a).

STAIN MADINA