



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 1677-1686

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Sumut Sei Sikambing Medan Sumatera Utara

Inmas Tri Wulandari¹, Nur Aisyah Nasution², Tohap Parulian Sihombing³
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia
inmastriwulandari2@gmail.com¹, nuraisyah@staff.uma.ac.id², tohap@staff.uma.ac.id³

Abstrak

This study aims to analyze the influence of mobile banking and customer satisfaction on customer loyalty at PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing Medan, North Sumatra. The research approach used is quantitative, which will determine the extent of the influence of independent variables on dependent variables. The population in this study consists of all customers using mobile banking at PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing, totaling 600 customers in 2024. The sampling technique used in this study is the Solvin formula, resulting in 86 respondents. Data analysis was conducted using SPSS 27 with multiple linear regression analysis to determine the influence of independent variables on dependent variables. The results of the study indicate that Mobile Banking has a positive and significant effect on customer loyalty. This is evident from the significant value (0.000) < 0.05. The Customer Satisfaction variable has a positive and significant effect on customer loyalty. This is evident from the significant value (0.000) < 0.05, simultaneously indicating that the influence of the independent variables Mobile Banking (X1) and Organizational Culture (X2) together is significant on Customer Loyalty.

Keywords: Mobile Banking, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

1. Pendahuluan

Sektor perbankan di Indonesia telah mengalami transformasi yang sangat signifikan dalam beberapa dekade terakhir, terutama dipicu oleh perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Mario dan Cales (2024), transformasi ini telah mengubah fundamental cara bank beroperasi, dari model bisnis tradisional yang bergantung pada interaksi fisik di cabang menjadi model yang lebih terintegrasi dengan teknologi digital. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi operasional bank tetapi juga mengubah ekspektasi nasabah terhadap layanan perbankan yang lebih modern dan efisien.

Penelitian Mario dan Cales (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 75% nasabah perbankan di Indonesia kini mengharapkan akses layanan perbankan yang tersedia 24/7 melalui platform digital. Hal ini menunjukkan layanan yang tersedia secara terus-menerus tanpa henti, baik siang maupun malam, setiap hari dalam seminggu termasuk akhir pekan dan hari libur. Transformasi digital dalam sektor perbankan juga telah mendorong peningkatan efisiensi operasional yang signifikan, pengurangan biaya transaksi hingga 60%, dan peningkatan akses layanan keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau layanan perbankan tradisional.

Perubahan ini juga telah menciptakan ekosistem kompetitif baru dimana bank-bank tradisional harus bersaing tidak hanya dengan sesama bank konvensional, tetapi juga dengan perusahaan fintech dan bank digital yang menawarkan solusi inovatif dan pengalaman pengguna yang lebih personal dan efisien. Dampak transformasi ini terlihat jelas dari meningkatnya investasi sektor perbankan dalam teknologi digital, yang menunjukkan komitmen industri perbankan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Bank-bank besar di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan dalam transformasi digital mereka, dengan Bank Sumut berusaha mengikuti dan mengadaptasi kesuksesan ini sesuai dengan konteks regionalnya. Berdasarkan penelitian komprehensif yang dilakukan oleh Jost et al (2024), bank-bank nasional seperti BCA, BRI, dan Mandiri telah berhasil mengimplementasikan strategi digital yang komprehensif dan

terintegrasi, yang mencakup pengembangan platform Mobile Banking yang canggih, sistem internet banking yang handal, dan berbagai layanan digital inovatif lainnya. Kesuksesan ini ditandai dengan tingginya tingkat adopsi digital banking di kalangan nasabah mereka, dengan lebih dari 80% transaksi kini dilakukan melalui kanal digital, menghasilkan penghematan operasional yang signifikan dan peningkatan kepuasan nasabah.

Bank Sumut, sebagai bank regional yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Sumatera Utara, menghadapi tantangan unik dalam mengikuti transformasi ini. Sebagai bank daerah, Bank Sumut harus mampu bersaing dengan bank-bank nasional yang memiliki sumber daya lebih besar untuk investasi teknologi, sambil tetap mempertahankan karakteristik lokalnya yang menjadi keunggulan kompetitif. Tantangan ini menjadi semakin kompleks karena nasabah Bank Sumut juga memiliki ekspektasi yang sama tingginya dengan nasabah bank-bank nasional dalam hal layanan digital.

Loyalitas nasabah menjadi faktor yang sangat krusial dalam menentukan kesuksesan transformasi digital perbankan, terutama bagi bank regional seperti Bank Sumut yang beroperasi dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Penelitian ekstensif yang dilakukan oleh Wilson dan Garcia (2024) mengungkapkan bahwa bank-bank yang berhasil membangun loyalitas nasabah melalui layanan digital mereka mengalami peningkatan retensi nasabah hingga 60% dibandingkan bank-bank yang masih mengandalkan pendekatan tradisional. Bagi Bank Sumut, membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah di era digital memerlukan pendekatan yang komprehensif, berkelanjutan, dan disesuaikan dengan karakteristik unik nasabah lokalnya.

Untuk membuktikan kondisi loyalitas nasabah di Bank Sumut, penulis melakukan survei awal kepada 30 nasabah mengenai tingkat loyalitas mereka. Hasil survei menunjukkan adanya tingkat ketidakpuasan yang signifikan terhadap layanan PT Bank Sumut. Pada aspek kepuasan layanan, 60% responden menunjukkan ketidakpuasan dengan 33% sangat tidak setuju dan 27% tidak setuju, sementara 7% responden bersikap netral. Tingginya angka ketidakpuasan dan sikap netral menunjukkan bahwa lebih dari 80% nasabah tidak merasakan tingkat layanan yang diharapkan dari Bank Sumut.

Untuk aspek keyakinan dalam melakukan transaksi ulang, terdapat masalah serius dengan 40% responden menyatakan ketidaksetujuan dan 33% bersikap netral. Jumlah nasabah yang ragu atau tidak bersedia melakukan transaksi ulang mencapai 73%, yang menunjukkan tingkat loyalitas nasabah yang rendah dan potensi beralihnya nasabah ke bank kompetitor. Pada aspek kesan positif terhadap PT Bank Sumut, 59% responden menyatakan ketidaksetujuan dengan 17% bersikap netral. Fakta bahwa 76% nasabah tidak memiliki kesan positif atau bersikap netral mengindikasikan bahwa PT Bank Sumut belum berhasil membangun citra yang kuat dan konsisten di mata nasabahnya.

Berdasarkan kondisi ini, transformasi digital melalui mobile banking dan upaya peningkatan kepuasan nasabah menjadi strategi yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank Sumut. Mobile banking sebagai salah satu layanan digital utama memiliki potensi besar untuk meningkatkan pengalaman nasabah dan membangun loyalitas jangka panjang. Demikian pula, fokus pada kepuasan nasabah melalui perbaikan kualitas layanan dapat menjadi kunci untuk mempertahankan nasabah dan menarik nasabah baru. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing Medan Sumatera Utara" untuk memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi digital Bank Sumut dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Metode Penelitian

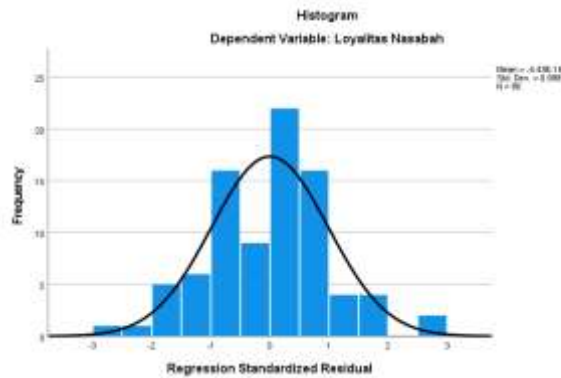
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Judul Pengaruh Mobile Banking Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Sumut Kcp Sei Sikambing Medan Sumatera Utara penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (variabel dependen). populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Nasabah pengguna Mobile Banking pada PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing yang berjumlah 600 Nasabah tahun 2024, dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin dan mendapatkan hasil 86 responden Analisis data menggunakan SPSS 27 dengan uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Hasil Dan Pembahasan

Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

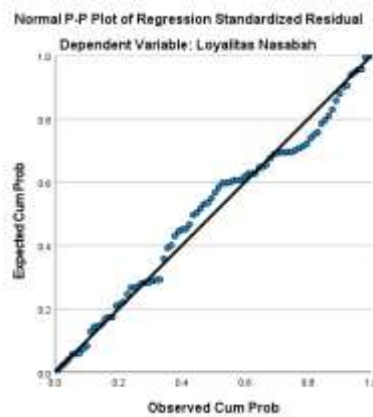
a. Pendekatan Histogram



Gambar 1

Berdasarkan 1 dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang berbentuk lonceng dan tidak melenceng ke kiri atau ke kanan

b. Pendekatan Grafik Normal P-P Plot



Gambar 2

Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa pada gambar terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual peneliti normal. Namun untuk lebih memastikan bahwa di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal, maka dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov.

C Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

Tabel 1. Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12661743
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.076
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200 dan lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05 ($0,200 > 0,05$) hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi. Dengan demikian berdasarkan kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

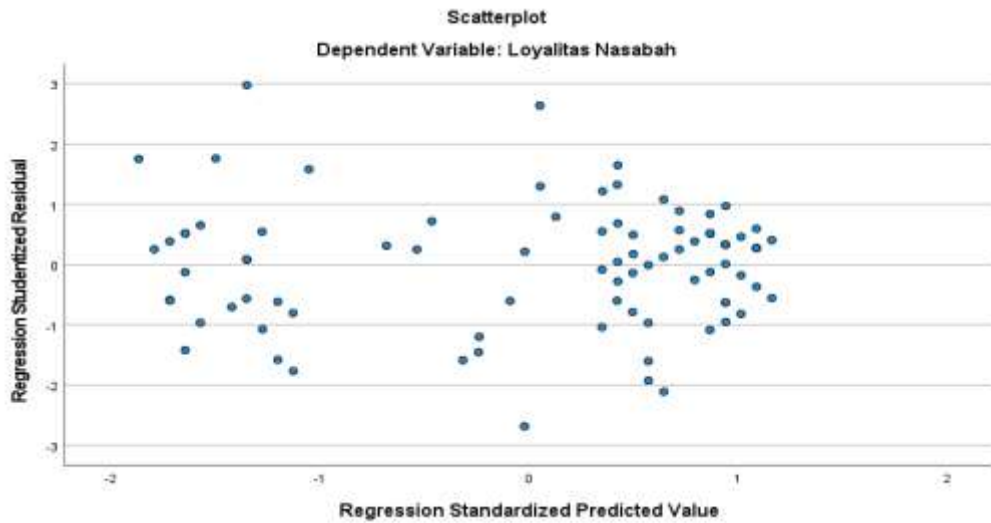
2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Mobile Banking	.204	4.897
Kepuasan Nasabah	.204	4.897

Pada Tabel 2 diketahui bahwa nilai tolerance semua variabel bebas adalah lebih besar dari nilai ketetapan 0,1 dan nilai VIF semua variabel bebas adalah lebih kecil dari nilai ketetapan 10. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini dikatakan tidak mengalami masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3 diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode grafik tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi layak dipakai.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah Mobile Banking (X1), dan Kepuasan Nasabah (X2) secara parsial atau masing-masing berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Untuk menguji hipotesis ini dilakukan deH0 diterima, jika thitung \leq ttabel atau sig t $\geq \alpha$ (0,05)

H1 diterima, jika thitung $>$ ttabel atau sig t $< \alpha$ (0,05)

Diketahui, untuk mencari t tabel sebagai berikut :

Probability = 5% atau (0,05)

df = n-k-1

df = 86-2-1

df = 82

ttabel = probability x df

ttabel = 0.05 x 83

Maka, didapat ttabel = 1.988

Tabel 3. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.278	1.227		1.041	.301
	Mobile Banking	.590	.091	.577	6.500	.000
	Kepuasan Nasabah	.584	.137	.379	4.268	.000

- 1 Variabel Mobile Banking berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) < dari 0,05 dan t-hitung (6.500) > dibandingkan t-tabel (1.988).
- 2 Variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) < 0,05 dan t-hitung (4.268) > dibandingkan t-tabel (1.988).

Uji F (simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat secara bersama-sama atau simultan pengaruh variabel bebas Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah Probability = 5% atau (0,05)

df 1= k

df 2= n-k-1

F tabel = probability X (df 1) X (df 2)

F tabel = 0.05 X 2 X 83

Maka, didapat F tabel = 3.106

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5390.516	2	2695.258	269.222	.000 ^b
	Residual	830.938	83	10.011		
	Total	6221.453	85			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah , Mobile Banking

Tabel 4 mengungkapkan bahwa nilai F-hitung adalah 269.222 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F-tabel pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 3.101. Oleh karena itu pada kedua perhitungan yaitu F-hitung > F-tabel (269.222 > 3.106) dan tingkat signifikansinya (0,000) < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas Mobile Banking (X1), dan Kepuasan Nasabah (X2) secara serempak adalah signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5 . Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.931 ^a	.866	.863	.863	3.16406

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah , Mobile Banking

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan Tabel 5 dapat diinterpretasikan bahwa

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square 0.863 berarti 86,3% Loyalitas Nasabah dapat di jelaskan oleh Mobile Banking (X1), dan Kepuasan Nasabah (X2). Sedangkan sisanya 13,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan Uji t Variabel Mobile Banking berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,000) < 0,05$ dan t-hitung $(6.500) >$ dibandingkan t-tabel (1.988) ..berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya apabila mobile banking di tingkatkan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah semakin kuat.

Berdasarkan penelitian terhadap variabel Mobile Banking yang telah disebar kepada 86 responden, pertanyaan yang memiliki nilai Mean terbesar berada pada pertanyaan nomor 7 yaitu "Fitur yang tersedia di Mobile Banking PT Bank Sumut lengkap dan memenuhi kebutuhan saya" dengan Mean 3,71. Peneliti menemukan bahwa 35 responden (40,7%) menjawab sangat setuju dan 16 responden (18,6%) menjawab setuju. Responden berpendapat bahwa kelengkapan fitur merupakan aspek Mobile Banking yang paling memuaskan bagi mereka. Aspek keamanan transaksi juga mendapat respon positif tinggi dengan Mean 3,65. Sebanyak 27 responden (31,4%) sangat setuju bahwa mereka merasa aman melakukan transaksi, sementara 31 responden (36,05%) setuju bahwa sistem keamanan seperti PIN, OTP, dan verifikasi lainnya memberikan perlindungan yang memadai dengan Mean 3,63.

Kemudahan penggunaan aplikasi juga dinilai baik oleh responden dengan Mean 3,6. Sebanyak 28 responden (32,56%) sangat setuju bahwa aplikasi Mobile Banking mudah digunakan dan ramah pengguna, serta 30 responden (34,88%) setuju bahwa aplikasi jarang mengalami gangguan atau error dengan Mean 3,59.

Namun terdapat tantangan pada pertanyaan dengan Mean terendah yaitu nomor 8 "Saya puas dengan variasi layanan yang ditawarkan melalui Mobile Banking" dengan Mean 3,4. Terdapat 16 responden (18,6%) yang sangat tidak setuju, menunjukkan bahwa variasi layanan yang ditawarkan masih perlu diperluas dan ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang beragam.

Secara keseluruhan peneliti menemukan bahwa responden memberikan respon positif dengan nilai Mean berkisar antara 3,4 hingga 3,71. Hal ini menunjukkan bahwa Mobile Banking PT Bank Sumut memiliki kualitas yang baik dalam melayani nasabah. Mayoritas responden berpendapat bahwa kelengkapan fitur, keamanan sistem, kemudahan penggunaan, dan keandalan aplikasi memberikan dampak positif terhadap pengalaman perbankan digital mereka. Meskipun beberapa aspek seperti variasi layanan perlu diperbaiki, secara keseluruhan Mobile Banking PT Bank Sumut merupakan platform yang dapat diandalkan dan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pendekatan teknologi yang user-friendly dan aman.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan Dan Hidayat (2023) yang menyatakan Secara parsial Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah. dan di perkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Et al (2022) mendapat kan hasil Secara parsial Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah

2. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan Uji t Variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,000) < 0,05$ dan t-hitung $(4.268) >$ dibandingkan t-tabel (1.988) ..berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya apabila Kepuasan Nasabah di tingkatkan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah semakin kuat.

Berdasarkan penelitian terhadap variabel Kepuasan Nasabah yang telah disebar kepada 86 responden, pertanyaan yang memiliki nilai Mean terbesar berada pada pertanyaan nomor 2 dan 4 yaitu "Petugas bank memberikan solusi yang memuaskan atas keluhan yang saya ajukan" dan "Saya merasa bangga menjadi nasabah PT Bank Sumut KCP Sei Sikambang karena reputasinya yang baik" dengan Mean masing-masing 3,56. Pada pertanyaan nomor 2, peneliti menemukan bahwa 29 responden (33,72%) menjawab sangat setuju dan 19 responden (22,09%) menjawab setuju. Sementara pada pertanyaan nomor 4, sebanyak 24 responden (27,91%) sangat setuju dan 25 responden (29,07%) setuju. Responden berpendapat bahwa kualitas solusi yang diberikan petugas dan reputasi bank merupakan aspek yang paling memuaskan dalam pelayanan.

Namun terdapat tantangan pada pertanyaan dengan Mean terendah yaitu nomor 1 "Proses penanganan keluhan dan saran di PT Bank Sumut KCP Sei Sikambang cepat dan responsif" dengan Mean 3,31. Terdapat 14 responden (16,28%) yang sangat tidak setuju dan 13 responden (15,12%) tidak setuju, menunjukkan bahwa kecepatan dan responsivitas dalam penanganan keluhan masih perlu ditingkatkan secara signifikan.

Aspek kesesuaian produk dan layanan juga memerlukan perhatian dengan Mean 3,43. Sebanyak 13 responden (15,12%) sangat tidak setuju bahwa produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan mereka, mengindikasikan perlunya evaluasi dan penyesuaian portofolio produk.

Secara keseluruhan peneliti menemukan bahwa responden memberikan respon cukup positif dengan nilai Mean berkisar antara 3,31 hingga 3,56. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing berada pada level yang dapat diterima namun masih memiliki ruang untuk perbaikan. Mayoritas responden berpendapat bahwa reputasi bank, kualitas solusi yang diberikan petugas, dan kepercayaan terhadap bank memberikan dampak positif terhadap kepuasan mereka. Meskipun beberapa aspek seperti kecepatan penanganan keluhan dan kesesuaian produk perlu diperbaiki, secara keseluruhan PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing memiliki fondasi yang baik untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui pendekatan yang lebih responsif dan berorientasi pada kebutuhan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan Setiagraha et al (2023) yang mendapatkan hasil Secara parsial Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dan di perkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Akop dan Sukarno (2022) Secara parsial Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

3. Pengaruh Mobile Banking Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan mengungkap bahwa nilai F-hitung adalah 269.222 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F-tabel pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 3.101. Oleh karena itu pada kedua perhitungan yaitu F-hitung > F-tabel ($269.222 > 3.106$) dan tingkat signifikansinya ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas Mobile Banking (X_1), dan Kepuasan Nasabah (X_2) secara serempak adalah signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan nilai pengaruh Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah, dapat diketahui bahwa Mobile Banking memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan dengan Kepuasan Nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai Standardized Coefficients Beta untuk Mobile Banking yaitu 0,577, dibandingkan dengan Kepuasan Nasabah yang sebesar 0,379. Ini menunjukkan bahwa Mobile Banking memiliki peran yang lebih dominan dalam mempengaruhi Loyalitas Nasabah.

Nasabah tampaknya lebih memprioritaskan kemudahan dan kualitas layanan Mobile Banking yang mencakup aspek kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kelengkapan fitur, dan keandalan aplikasi, dibandingkan dengan aspek kepuasan nasabah secara umum. Mereka merasa lebih loyal ketika dapat mengakses layanan perbankan digital yang efisien, aman, dan memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Meskipun demikian, Kepuasan Nasabah tetap memiliki pengaruh yang signifikan dalam memberikan rasa percaya, kepuasan terhadap pelayanan, dan kebanggaan menjadi nasabah yang mendukung peningkatan loyalitas.

Kedua variabel independen memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Ini berarti Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah merupakan faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan meningkatkan kualitas layanan Mobile Banking dan kepuasan nasabah secara menyeluruh, diharapkan dapat mendorong peningkatan komitmen dan kesetiaan nasabah terhadap bank.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengindikasikan bahwa Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah memiliki peran yang krusial dalam mempengaruhi Loyalitas Nasabah. Dominasi Mobile Banking menunjukkan bahwa di era digital ini, nasabah lebih mengutamakan kemudahan akses dan kualitas layanan teknologi perbankan. Oleh karena itu, perlu diprioritaskan peningkatan kualitas Mobile Banking serta tetap mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah untuk menciptakan loyalitas yang berkelanjutan dan kompetitif di industri perbankan.

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deltu et al (2024) Secara Simultan Mobile Banking Dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dan di perkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatia et al (2024) Secara Simultan Mobile Banking Dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Mobile Banking berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) < dari 0,05 dan t-hitung (6.500) > dibandingkan t-tabel (1.988). Artinya Mobile Banking Nasabah di tingkatkan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah semakin kuat. 2. Kepuasan Nasabah berpengaruh Positif Dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) < 0,05 dan t-hitung (4.268) > dibandingkan t-tabel (1.988). Artinya apabila Kepuasan Nasabah di tingkatkan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah semakin kuat. 3. Gaya Kepemimpinan dan Kepuasan Nasabah Positif Dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terlihat mengungkapkan bahwa nilai F-hitung adalah 269.222 dengan tingkat signifikansi 0,000

Referensi

1. Aisyah, N. (2020). Perilaku Sdm Masa Covid-19. In Repository Medan Area University (Vol. 4, Issue 1).
2. Akob, Rezki Arianty, And Zulfikry Sukarno. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bumh Di Makassar." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 11.2 (2022): 269-283.
3. Angraini, Mayang Julia, Abdullah Sani, And Arfan Harahap. "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai." *Eksya: Jurnal Ekonomi Syariah* 3.2 (2022): 16-43.
4. Alfifto. (2024). *Statistika Penelitian: Konsep Dan Kasus*. Medan: Uma Press.
5. Al-Ghifari, M. Irza, and Khusnudin Khusnudin. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5.2 (2022): 421-434.
6. Bellia, Mario, And Ludovic Calès. "Bank Profitability And Central Bank Digital Currency." *Journal Of International Financial Markets, Institutions And Money* 99 (2025): 102105.
7. Deltua, Sri Nova, Et Al. "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan Dan Mahasiswa Politeknik 'Aisyiah Sumatera Barat')." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak* 4.1 (2024): 1-6.
8. Fatiha, Ririn Rezki, Saharuddin Saharuddin, and Suhandra Makkasau. "The influence of service quality and customer satisfaction on use loyalty BRI Mobile Banking." *Journal of Multidisciplinary Academic and Practice Studies* 2.3 (2024): 335-347
9. Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
10. Jost, Stefanie T., et al. "Neurostimulation for advanced Parkinson disease and quality of life at 5 years: a nonrandomized controlled trial." *JAMA network open* 7.1 (2024): e2352177-e2352177.
11. Kuncoro, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit : Erlangga, Jakarta
12. Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Pt Indeks.
13. Kurniawan, Hastiar. "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Pelanggan." (2023).
14. Lahusa, Rifaldi. "Perilaku Pengguna E-Wallet Dan Mobile Banking Selama Covid-19." *Jebesh: Journal Of Economics Business Ethic And Science Histories* 1.1 (2023): 13-23.
15. Lubis, Muhammad Arif Fadhillah, and Muthmainnah Muthmainnah. "Systematic Literature Review Tentang Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Indonesia." *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 13.2 (2023): 237-248.
16. Markonah (2020). "Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta."
17. Moh Nasuka, S. E. *Buku Monograf Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Etika Pemasaran Islam*. Unisnu Press, 2023.
18. Mukhra, U. H., Makruf, J. J., Kesuma, T. M., Nizam, A., & Siregar, M. R. (2024). *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Syiah Kuala University Press.
19. Muchran, Muchriady, Muchran Muchran, And Aenul Aenul. "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar." *Seiko: Journal Of Management & Business* 4.3 (2022): 28-31.
20. Marliyah, Marliyah, M. Ridwan, and Ayu Kartika Sari. "The Effect of E-Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile Banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan)." *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 4.2 (2021): 2717-2729.
21. Nzabirinda, Etienne. "The Influence Of Mobile Banking Services On Customer Satisfaction." Available at SSRN 4132574 (2019).

22. Ovami, Debbi Chyntia, Sari Wulandari, And Esa Setiana. "Buku Monograf Digital Payment Untuk Umkm." (2024).
23. Putra, Agung Satria, Khairul Umam Khudhori, And Fitmawati Fitmawati. Spiritualitas Dan Pengetahuan Mobile Banking. Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2024.
24. Rosyid, Muhammad Ibnu, And Maya Ariyanty. "Pengaruh E-Servqual Dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bca Di Bandung." *Eproceedings Of Management* 6.3 (2019).
25. Setiagraha, Dika, Ilham Prawidi Sakti, And Mail Hilian Batin. "Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia." *Arbitrase: Journal Of Economics And Accounting* 4.1 (2023): 39-48.
26. Sari, Kartika. "Internet Banking: Perilaku Pencarian Variasi Dan Loyalitas Nasabah." Feniks Muda Sejahtera, 2022.
27. Soleh, Soleh. "Buku Referensi-Dr. Soleh-Dinamika Perilaku Nasabah Perbankan Syariah." (2023).
28. Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
29. Tjiptono, Fandy. 2018. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
30. Tohari, Heni Noviarita. *Kepuasan Nasabah: Tinjauan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah*. Penerbit Adab, 2024.