

Pengaruh Layanan Perbankan Digital Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Sumut Medan Petisah

Sintia Ananda¹, Misahati Lase², Thomas Firdaus Hutahean³

¹²³PUI Finance, Universitas Prima Indonesia

E-mail : misahatilase@gmail.com

ABSTRAK

Secara teoritis, *kepuasan nasabah* dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas layanan dan kesesuaian antara harapan dan kinerja aktual yang diterima (expectation–confirmation theory). Dalam layanan perbankan digital, dimensi seperti reliability, responsiveness, security, ease of use, dan system quality menjadi variabel krusial yang membentuk persepsi nilai nasabah (Tam & Oliveira, 2017 Sharma et al., 2020). Menurut Mahendra Putra (2024), penelitian kualitatif merupakan proses untuk memahami fenomena manusia atau social dengan membangun Gambaran yang menyeluruh dan kompleks. Sebagian besar responden (51,9%) menyatakan aplikasi mobile/internet banking mudah digunakan. Sebagian besar responden (70,4%) menilai tampilan dan navigasi aplikasi sudah jelas dan intuitif. Mayoritas responden (64,8%) menyatakan transaksi digital dapat diselesaikan dengan cepat. Sebanyak 51,9% responden menilai sistem digital masih mengalami gangguan, sehingga perlu perbaikan. Sebagian besar responden (77,8%) merasa aman menggunakan layanan digital Bank Sumut. Mayoritas responden (77,8%) menyatakan fitur layanan digital sudah sesuai kebutuhan. Sebanyak 83,3% responden setuju bahwa Bank Sumut menawarkan variasi produk yang sesuai. Sebagian besar responden (75,9%) menilai promosi produk sudah informatif dan relevan. Mayoritas responden (64,8%) menilai produk Bank Sumut belum kompetitif dibanding bank lain. Sebagian besar responden (75,9%) merasa puas terhadap layanan Bank Sumut Medan Petisah. Mayoritas responden (90,7%) bersedia merekomendasikan Bank Sumut kepada orang lain. Layanan perbankan digital dan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Medan Petisah.

Kata Kunci: Layanan digital, produk, kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Transformasi digital di sektor perbankan telah mengubah secara fundamental model bisnis, pola interaksi bank–nasabah, serta ekspektasi terhadap kualitas layanan, termasuk bagi Bank Sumut sebagai salah satu lembaga keuangan daerah yang berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi di Sumatera Utara. Perkembangan teknologi finansial (*financial technology*) dan adopsi *mobile banking*, *internet banking*, serta aplikasi berbasis digital telah mendorong bank untuk mengintegrasikan inovasi teknologi ke dalam layanan inti mereka. Studi menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi determinan utama kepuasan dan loyalitas nasabah melalui peningkatan kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan personalisasi layanan (Alalwan et al., 2017; Kaur et al., 2021). Dalam konteks persaingan industri perbankan yang semakin ketat, kualitas layanan digital menjadi faktor strategis yang menentukan daya saing bank daerah seperti Bank Sumut dalam mempertahankan basis nasabahnya.

Secara teoritis, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas layanan dan kesesuaian antara harapan dan kinerja aktual yang diterima (*expectation–confirmation theory*). Dalam layanan perbankan digital, dimensi seperti *reliability*, *responsiveness*, *security*, *ease of use*, dan *system quality* menjadi variabel krusial yang membentuk persepsi nilai nasabah (Tam & Oliveira, 2017; Sharma et al., 2020). Penelitian empiris pasca-2015 menunjukkan bahwa kualitas layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention*, terutama pada generasi milenial dan pengguna aktif teknologi. Dengan meningkatnya penetrasi *smartphone* di Indonesia, tuntutan terhadap layanan perbankan yang cepat, aman, dan *real-time* semakin tinggi, sehingga kegagalan sistem atau gangguan aplikasi dapat secara langsung menurunkan tingkat kepuasan nasabah.

Selain aspek layanan digital, karakteristik dan inovasi produk perbankan juga memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Produk yang kompetitif baik dari sisi fitur, biaya administrasi, kemudahan transaksi, maupun integrasi dengan ekosistem digital menjadi faktor pembeda antarbank. Literatur menunjukkan bahwa *product quality* dan *perceived value* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor jasa keuangan (Izogo & Ogba, 2015; Kaura et al., 2015). Dalam konteks Bank Sumut Medan Petisah, keberagaman produk seperti tabungan digital, kredit UMKM, serta layanan pembayaran elektronik perlu disesuaikan dengan kebutuhan lokal masyarakat Kota Medan yang heterogen, baik dari sisi pelaku usaha maupun nasabah individu. Sebagai bank daerah, Bank Sumut menghadapi tantangan dalam menyesuaikan layanan digitalnya agar mampu bersaing dengan bank nasional yang memiliki teknologi lebih maju. Hal ini juga dirasakan

pada kantor Cabang Medan Petisah, yang merupakan salah satu cabang dengan aktivitas transaksi cukup tinggi.

Fenomena empiris menunjukkan bahwa meskipun adopsi layanan digital meningkat, tingkat kepuasan nasabah tidak selalu sejalan apabila kualitas sistem, stabilitas jaringan, dan kemudahan penggunaan belum optimal. Beberapa penelitian di negara berkembang menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital perbankan sangat bergantung pada integrasi antara kualitas layanan digital dan desain produk yang relevan dengan kebutuhan nasabah (Amin, 2016; Oliveira et al., 2018). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara empiris bagaimana pengaruh layanan perbankan digital dan produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumut Medan Petisah, sehingga dapat diidentifikasi faktor dominan yang berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan serta perumusan strategi penguatan daya saing bank daerah di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Mahendra Putra (2024), penelitian kualitatif dipahami sebagai suatu proses ilmiah yang berorientasi pada upaya memahami fenomena manusia maupun sosial secara mendalam melalui penyusunan gambaran yang utuh, kontekstual, dan kompleks. Dalam kerangka ini, pendekatan kualitatif tidak sekadar menempatkan realitas sebagai sesuatu yang dapat diukur secara kuantitatif, melainkan sebagai konstruksi makna yang dibentuk oleh pengalaman, interaksi, serta dinamika sosial yang melingkupinya. Oleh karena itu, penelitian kualitatif menuntut kepekaan peneliti dalam menangkap berbagai dimensi yang sering kali bersifat implisit, tidak terstruktur, dan berkembang secara situasional di lapangan.

Lebih lanjut, pendekatan ini menolak cara pandang reduksionis yang cenderung menyederhanakan fenomena hanya pada variabel-variabel tertentu. Sebaliknya, penelitian kualitatif berupaya menghadirkan pemahaman yang komprehensif melalui keterlibatan langsung peneliti dengan subjek penelitian, baik melalui observasi, wawancara mendalam, maupun interpretasi terhadap konteks sosial yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, realitas tidak dipandang sebagai sesuatu yang tunggal dan statis, melainkan dinamis, berlapis, serta terbuka terhadap berbagai penafsiran.

Dalam praktiknya, proses ini menempatkan peneliti sebagai instrumen utama yang berperan aktif dalam mengumpulkan, menafsirkan, dan merekonstruksi data menjadi suatu pemahaman yang bermakna. Hal ini memungkinkan penelitian kualitatif untuk menghasilkan temuan yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga reflektif dan interpretatif, sehingga mampu

memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

H₁: Layanan perbankan digital berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumut Medan Petisah.

Layanan perbankan digital merupakan salah satu inovasi yang berkembang pesat dalam industri perbankan, yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara praktis tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Kehadiran layanan seperti mobile banking, internet banking, dan ATM memberikan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta fleksibilitas dalam bertransaksi kapan saja dan di mana saja.

Dalam konteks ini, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir transaksi, tetapi juga oleh pengalaman selama menggunakan layanan digital tersebut. Sistem yang cepat, mudah digunakan, serta memiliki tingkat keamanan yang tinggi akan memberikan rasa nyaman dan kepercayaan bagi nasabah. Sebaliknya, apabila layanan digital sering mengalami gangguan atau sulit digunakan, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan digital banking memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Oleh karena itu, layanan perbankan digital diduga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah di Bank Sumut Cabang Medan Petisah.

H₂: Produk perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumut Medan Petisah

Produk perbankan merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan suatu bank. Produk yang dimaksud meliputi tabungan, kredit, deposito, serta berbagai layanan keuangan lainnya yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat. Keberagaman produk yang ditawarkan akan memberikan lebih banyak pilihan bagi nasabah dalam menyesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.

Nasabah cenderung merasa puas כאשר produk yang mereka gunakan mampu memberikan manfaat yang nyata, memiliki fitur yang lengkap, serta mudah diakses dan digunakan. Selain itu, faktor seperti biaya administrasi yang kompetitif, fleksibilitas dalam penggunaan, serta

kejelasan informasi produk juga turut memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas produk tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kesesuaian produk dengan kebutuhan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Produk yang inovatif dan relevan akan meningkatkan nilai yang dirasakan oleh nasabah, sehingga mendorong terbentuknya kepuasan.

H₃: Pengaruh layanan digital dan produk secara bersama - sama

Kepuasan nasabah pada dasarnya merupakan hasil dari pengalaman menyeluruh dalam menggunakan layanan dan produk yang disediakan oleh bank. Layanan perbankan digital dan produk perbankan tidak dapat dipisahkan, karena keduanya saling melengkapi dalam memberikan nilai kepada nasabah. Layanan digital berperan dalam mempermudah akses dan proses transaksi, sementara produk perbankan memberikan manfaat utama yang dibutuhkan oleh nasabah.

Apabila layanan digital yang disediakan oleh bank berjalan dengan baik—mudah digunakan, cepat, dan aman—serta didukung oleh produk perbankan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka akan tercipta pengalaman yang positif secara keseluruhan. Sebaliknya, jika salah satu aspek tidak optimal, maka dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap bank secara keseluruhan.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas layanan digital dan keunggulan produk perbankan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepuasan nasabah dibandingkan jika hanya salah satu faktor saja. Oleh karena itu, layanan perbankan digital dan produk perbankan secara bersama-sama diduga memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk kepuasan nasabah di Bank Sumut Cabang Medan Petisah.

METODE

Penelitian ini mengkaji pengaruh *layanan perbankan digital dan produk terhadap kepuasan nasabah* di bank sumut medan petisah. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif berupa data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Form dengan pertanyaan terbuka untuk memperoleh data deskriptif dari responden. Metode kualitatif merupakan pendekatan ilmiah yang berfokus pada pemahaman secara mendalam terhadap fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat. data yang dikumpulkan dalam bentuk yang diperoleh berupa deskripsi dalam bentuk kata-kata melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data observasi ini untuk

menentukan hasil seberapa pengaruhnya layanan perbankan digital dan produk terhadap nasabah. Purposive sampling diterapkan dalam penelitian ini sebagai teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dipilih oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan adalah 50 responden nasabah bank sumut medan petisah dengan cara setiap nasabah mengisi google form, yang kemudian dianalisis oleh peneliti. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Berikut uraian kriteria pemilihan sampel penelitian:

Tabel 1. Kriteria – kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria sampel	Keterangan	Jumlah
1	Nasabah aktif Bank Sumut	Nasabah yang masih memiliki rekening dan melakukan transaksi	50
2	Menggunakan layanan perbankan digital Bank Sumut	Pernah menggunakan mobile banking, Internet banking, atau layanan digital lainnya	38
3	Menggunakan produk perbankan Bank Sumut	Pernah menggunakan produk seperti Tabungan, Giro, Deposito.	50
4	Bersedia menjadi responden	Bersedia memberikan data dan informasi melalui wawancara dan google form.	50

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Penelitian ini diukur dengan beberapa 2 variabel X dan 1 variabel Y dijelaskan sebagai berikut:

Variabel XI Layanan Perbankan Digital

Variabel layanan perbankan digital merupakan variabel independen yang menggambarkan kualitas layanan berbasis teknologi yang disediakan oleh pihak bank kepada nasabah. Layanan

ini mencakup penggunaan mobile banking dan internet banking dalam mendukung aktivitas transaksi keuangan secara elektronik. Pengukuran variabel ini didasarkan pada beberapa indikator, yaitu kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, keamanan transaksi, serta ketersediaan fitur. Kemudahan penggunaan berkaitan dengan sejauh mana sistem dapat dioperasikan secara sederhana oleh nasabah. Kecepatan layanan mengacu pada efisiensi waktu dalam melakukan transaksi. Keamanan transaksi mencerminkan tingkat perlindungan terhadap data dan dana nasabah. Sementara itu, ketersediaan fitur menunjukkan kelengkapan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan transaksi secara digital.

Variabel X2 Produk Perbankan

Variabel produk perbankan merupakan variabel independen yang berkaitan dengan berbagai jenis layanan keuangan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah, seperti tabungan, giro, dan deposito. Variabel ini mencerminkan sejauh mana produk yang disediakan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini meliputi jenis produk, manfaat produk, kesesuaian produk, dan ketersediaan produk. Jenis produk mengacu pada ragam layanan yang ditawarkan. Manfaat produk berkaitan dengan keuntungan yang diperoleh nasabah. Kesesuaian produk menunjukkan tingkat kecocokan produk dengan kebutuhan nasabah. Sedangkan ketersediaan produk menggambarkan kemudahan akses terhadap produk tersebut.

Variabel X2 Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah merupakan variabel dependen yang menunjukkan tingkat perasaan senang atau kecewa nasabah setelah menggunakan layanan dan produk yang diberikan oleh bank. Kepuasan ini muncul sebagai hasil dari perbandingan antara harapan nasabah dengan kinerja layanan yang diterima. Pengukuran variabel ini didasarkan pada beberapa indikator, yaitu kepuasan terhadap layanan, kepuasan terhadap produk, rekomendasi, dan loyalitas. Kepuasan layanan berkaitan dengan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Kepuasan produk mencerminkan penilaian terhadap produk yang digunakan. Rekomendasi menunjukkan kecenderungan nasabah untuk menyarankan layanan kepada pihak lain. Sedangkan loyalitas menggambarkan kesediaan nasabah untuk terus menggunakan layanan dan produk bank secara berkelanjutan.

HASIL

Uji Deskriptif Statistik

Tabel 2 Statistik Deskriptif

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
N	Valid	54	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

		P8	P9	P10	P11
N	Valid	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Analisis Distribusi Frekuensi

Tabel 3 Analisis Distribusi Frekuensi

P1

	Frequency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Tidak Setuju	25	46.3	46.3	46.3

V alid	Setuju	28	51.9	51.9	98.1
	Akses aplikasi mobile/internet banking mudah digunakan?	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100. 0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebagian besar responden (51,9%) menyatakan aplikasi mobile/internet banking mudah digunakan.

Tabel 4 Analisis Distribusi Frekuensi

P2

		Frequ ency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
V alid	1	15	27.8	27.8	27.8
	2	38	70.4	70.4	98.1
	Tampilan dan navigasi aplikasi digital jelas dan intuitif ?	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100. 0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebagian besar responden (70,4%) menilai tampilan dan navigasi aplikasi sudah jelas dan intuitif.

Tabel 5 Analisis Distribusi Frekuensi

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	33.3	33.3	33.3
	2	35	64.8	64.8	98.1
	Transaksi melalui layanan digital cepat selesai?	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Mayoritas responden (64,8%) menyatakan transaksi digital dapat diselesaikan dengan cepat.

Tabel 6 Analisis Distribusi Frekuensi

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	28	51.9	51.9	51.9
	2	25	46.3	46.3	98.1
	Sistem digital jarang mengalami gangguan	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebanyak 51,9% responden menilai sistem digital masih mengalami gangguan, sehingga perlu perbaikan.

Tabel 7 Analisis Distribusi Frekuensi

P5

		Frequency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	1	11	20.4	20.4	20.4
	2	42	77.8	77.8	98.1
	saya merasa aman saat menggunakan layanan digital bank sumut	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebagian besar responden (77,8%) merasa aman menggunakan layanan digital Bank Sumut.

Tabel 8 Analisis Distribusi Frekuensi

P6

		Frequency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	1	11	20.4	20.4	20.4
	2	42	77.8	77.8	98.1

Layanan digital menyediakan fitur-fitur yang saya butuhkan	1	1.9	1.9	100.0
Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Mayoritas responden (77,8%) menyatakan fitur layanan digital sudah sesuai kebutuhan.

Tabel 9 Analisis Distribusi Frekuensi

P7

		Frequency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	8	14.8	14.8	14.8
	Setuju	45	83.3	83.3	98.1
	Bank sumut menawarkan variasi produk sesuai kebutuhan!	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebanyak 83,3% responden setuju bahwa Bank Sumut menawarkan variasi produk yang sesuai.

Tabel 10 Analisis Distribusi Frekuensi

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V alid	1	1.9	1.9	1.9
Tidak Setuju	11	20.4	20.4	22.2
Setuju	41	75.9	75.9	98.1
Promosi dan penawaran produk informatif dan relevan	1	1.9	1.9	100.0
Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebagian besar responden (75,9%) menilai promosi produk sudah informatif dan relevan.

Tabel 11 Analisis Distribusi Frekuensi

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V alid	35	64.8	64.8	64.8
Tidak Setuju	18	33.3	33.3	98.1
Setuju	1	1.9	1.9	100.0
Produk Bank Sumur kompentitif dibanding bank lain?	54	100.0	100.0	
Total				

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Mayoritas responden (64,8%) menilai produk Bank Sumut belum kompetitif dibanding bank lain.

Tabel 12 Analisis Distribusi Frekuensi

P10

	Frequency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
V alid	1	1.9	1.9	1.9
1	11	20.4	20.4	22.2
2	41	75.9	75.9	98.1
secara keseluruhan saya puas dengan layanan bank sumut medan petisah	1	1.9	1.9	100.0
Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Sebagian besar responden (75,9%) merasa puas terhadap layanan Bank Sumut Medan Petisah.

Tabel 13 Analisis Distribusi Frekuensi

P11

	Frequency	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
V alid	1	1.9	1.9	1.9
Tidak Setuju	3	5.6	5.6	7.4

Setuju	49	90.7	90.7	98.1
Saya akan merekomendasikan bank sumut kepada orang lain!	1	1.9	1.9	100.0
Total	54	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Mayoritas responden (90,7%) bersedia merekomendasikan Bank Sumut kepada orang lain.

PEMBAHASAN

Tanggapan Nasabah Terhadap Layanan Perbankan Digital

Layanan perbankan digital memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian produk, secara praktis tanpa harus datang ke kantor bank secara langsung. Selain itu, layanan digital juga di nilai efisien karena dapat di akses kapan saja.

Usaha Peningkatan Produk Perbankan Pada PT Bank Sumut Medan Petisah

Usaha peningkatan produk perbankan pada PT Bank Sumut Medan Petisah di lakukan melalui pengembangan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, khususnya berbasis digital. Bank juga berupaya meningkatkan kualitas dengan layanan dengan memperbaiki fitur, kemudahan dan akses, serta keamanan transaksi, bank melakukan strategi pemasaran dan sosialisasi produk secara aktif agar nasabah lebih memahami dan memanfaatkan produk yang tersedia.

Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan digital dan produk PT Bank Sumut

Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan digital dan produk PT Bank Sumut dinilai belum optimal. Hal ini disebabkan oleh adanya kendala seperti gangguan sistem, keterbatasan fitur, serta kualitas aplikasi yang belum optimal. PT Bank Sumut Medan Petisah harus meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan layanan yang lebih efektif dan efisien, serta membantu memberikan informasi yang dibutuhkan dengan jelas, sehingga tidak ada nasabah yang merasa tidak puas lagi dengan jelas, sehingga tidak ada nasabah yang tidak puas lagi dengan layanan digital dan produk PT Bank Sumut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, layanan perbankan digital dan produk perbankan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Medan Petisah. Layanan digital memberikan kemudahan bagi nasabah, namun belum optimal karena masih terdapat gangguan sistem. Sementara itu, produk perbankan juga berpengaruh, tetapi dinilai kurang kompetitif dibandingkan bank lain.

Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, PT Bank Sumut disarankan untuk meningkatkan kestabilan layanan digital serta mengembangkan produk yang lebih inovatif dan kompetitif. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain agar hasil penelitian lebih komprehensif, dan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian di lingkungan akademik.

REFERENSI

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2017). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
- Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2014-0161>
- Izogo, E. E., & Ogba, I. E. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250–269. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-05-2013-0075>
- Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404–422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2021). Why do people use and recommend m-banking services? An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 56, 102222.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102222>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2018). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Sharma, S. K., Mangla, S. K., Luthra, S., & Al-Salti, Z. (2020). Mobile banking adoption: A multi-perspective framework. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(3), 471–496. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2018-0199>

Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature review of mobile banking and individual performance. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1044–1067. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2015-0143>

Luthfiyani, Putri Wahidah, and Sri Murhayati. “Strategi Memastikan Keabsahan Data Dalam Penelitian Kualitatif”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 8, no. 3, Nov. 2024, pp. 45315-28, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/21803>.