

**ANALYSIS OF BANK SUMUT MOBILE BANKING TRANSACTIONS ON
CUSTOMER CONSUMER BEHAVIOR AT PT. BANK SUMUT CAPEM SYARIAH**

**ANALISIS TRANSAKSI MOBILE BANKING BANK SUMUT TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF NASABAH PADA PT. BANK SUMUT CAPEM
SYARIAH**

Uswah Hasanah¹, Dewi Atika², Iskandar Muda³, Andri Soemitra⁴, Yusrizal⁵

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara¹
Sekolah Tinggi Agama Islam Tebing Tinggi Deli²
Universitas Sumatera Utara³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{4,5}

uswahhasanah@umsu.ac.id¹, dewiatika.manajemen@gmail.com², iskandar1@usu.ac.id³,
andrisoemitra@uinsu.ac.id⁴, yusrizal@uinsu.ac.id⁵

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the form of mobile banking transactions of Islamic bank customers, what factors influence customers to behave consumptively in using mobile banking, and Consumptive behavior in mobile banking transactions of Bank Sumut customers reviewed from an Islamic economic perspective. The type of research used in this study is quantitative descriptive research using statistical data analysis with the aim of testing the established hypothesis. The results of this study indicate that: 1) The form of mobile banking transactions of Bank Sumut customers is almost the same as mobile banking in general, the difference is that there are Islamic services on Sumut Mobile 2) The advantages and conveniences available such as the availability of 24-hour services and security are factors that influence customers to behave consumptively in using mobile banking, while other factors are changes in income. 3) Most customers of Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Kec. Teladan Medan Area behave consumptively in using mobile banking which is not in accordance with economic principles in Islam.

Keywords: Mobile Banking, Consumer Behavior, Customers

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk transaksi mobile banking nasabah bank syariah, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah berperilaku konsumtif dalam menggunakan mobile banking, dan Perilaku konsumtif dalam transaksi mobile banking nasabah Bank Sumut ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Bentuk transaksi mobile banking nasabah Bank Sumut hampir sama dengan mobile banking pada umumnya yang membedakan yaitu terdapat layanan islami pada Sumut Mobile 2) Keunggulan serta kemudahan yang ada seperti tersedianya layanan 24 jam serta keamanan menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah berperilaku konsumtif dalam menggunakan mobile banking, adapun faktor lainnya yaitu perubahan pendapatan. 3) Sebagian besar nasabah Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Kec. Teladan Medan Area berperilaku konsumtif dalam menggunakan mobile banking dimana hal ini tidak sesuai dengan prinsip ekonomi dalam Islam.

Kata Kunci: Mobil Banking, Prilaku Konsumtif, Nasabah

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. (Ismet et al., 2023) berpendapat bahwa dalam menciptakan pelayanan yang mengarah pada kepuasan nasabah, bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya agar

dapat memahami harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang dialami nasabah. Pasar yang semakin kompetitif, dan tuntutan nasabah yang semakin tinggi dan berkembang terus, pemahaman terhadap perilaku nasabah menjadi semakin penting. Menurut Shaikh dan Karjaluoto (2016) menyebutkan bahwa fitur utama mobile

banking meliputi cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan notifikasi transaksi secara real-time. Mereka menekankan bahwa kemudahan akses dan kecepatan layanan adalah fitur penting yang membuat mobile banking diminati.

Mobile banking dalam lembaga perbankan syariah dimaksudkan untuk mempermudah segala bentuk transaksi perbankan dan juga merupakan sebagai salah satu cara untuk menarik minat para nasabah untuk menggunakan produk tabungan yang dilengkapi dengan layanan mobile banking. Mobile banking juga memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabahnya dengan fasilitas pelayanan pembayaran melalui saluran elektronik, seperti melalui transfer rekening dan auto debet.

Cara ini cukup efektif dan efisien mengingat masyarakat semakin disibukkan dengan segala aktivitasnya. Kualitas layanan online seperti mobile banking adalah kemampuan layanan elektronik untuk membantu nasabah secara efektif dalam urusan perbankannya, dan kualitas layanan mobile banking teruji setelah nasabah mendapatkan layanan (Sudirman & Suasana, 2018). Mobile Banking adalah salah satu produk setiap bank yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (General Package Radio Service) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan (Nurdin et al., 2020).

Menurut Sarwono (2016), Perilaku konsumtif adalah perilaku yang ditandai dengan pembelian barang secara impulsive, tidak rasional, dan cenderung emosional untuk memenuhi keinginan, bukan kebutuhan.

Menurut Dwi Astuti (2016), peneliti menyimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif terdiri atas: a) Pembelian impulsive (impulsive

buying): Membeli tanpa perencanaan sebelumnya, b) Frekuensi pembelian: Semakin sering seseorang membeli barang-barang konsumsi, c) Jumlah pengeluaran: Besarnya dana yang digunakan untuk membeli barang konsumtif, d) Dorongan emosional: Pembelian didorong oleh emosi, bukan kebutuhan riil, e) Kecenderungan mengikuti tren: Membeli barang karena ingin terlihat mengikuti mode atau gaya hidup tertentu. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sahu Siregar dan Riyan Pradesyah, *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.4, No.2 (2023),

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. "Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe" Hasil dari penelitian ini adalah variabel *Automatic Teller Machine* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dari t hitung $> t$ tabel ($5,184 > 1,967$) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pada digitalisasi perbankan berupa ATM, Internet Banking, dan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penggunaan layanan digital bank syariah pada BSI Kabanjahe yaitu sebesar 0,560 atau 56.

Mukmin Pohan dan Muhammad Elfi Azhar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMSU, *Jurnal Akuntansi*, Vol 6 No 2, April 2022 Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *lifestyle* terhadap *consumption behavior*, besarnya pengaruh *lifestyle* terhadap *consumption behavior* sebesar 0,425. Koefisien jalur yang bernilai positif menunjukkan semakin tinggi *lifestyle*

maka semakin tinggi pula *consumption behavior*.

Novien Rialdy Dan Miftahul Ilmi Marbun , *Jurnal Of Islamic Economic And Finance*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol.1, No.2, November 2024 Konsep Shopee Pay-Later Dalam Sudut Pandang Manajemen Bisnis Islam Hasil dari pembahasan ini, bahwa praktik *pay-later* yang melibatkan

bunga dan denda keterlambatan tidak sejalan dengan prinsip ekonomi islam yang mengutamakan keadilan, keberkahan, dan bebas dari unsur riba. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan pengembangan sistem yang sesuai dengan syariat untuk mendukung kebutuhan ekonomi umat secara berkelanjutan.

Kesimpulannya kemudahan dalam transaksi penggunaan Mobile Banking Bank Syariah sangat berpotensi mempengaruhi perilaku Konsumtif nasabah yang merupakan pengguna Sumut Mobile, maka hal ini sangatlah menarik untuk diteliti. Untuk mengetahui sejauh mana kemudahan transaksi penggunaan Mobile Banking Bank Syariah ini mempengaruhi perilaku konsumtif nasabah pengguna Sumut Mobile.

METODE PENELITIAN

Menurut Ary et al. (2018), "Quantitative research is based on the collection and analysis of numerical data to explain, predict, or control phenomena of interest." Artinya, Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan, memprediksi, atau mengontrol fenomena melalui data numerik.

Maka penelitian ini disebut dengan penelitian deskriptif kuantitatif karena penelitian ini menggambarkan Analisis Transaksi Mobile Banking

Bank Sumut Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah (Studi Kasus: PT. Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Teladan Kec. Medan Area).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Teladan Kec. Medan Area yang merupakan pengguna Sumut Mobile Banking yang berjumlah 1.800 nasabah. Dalam teknik pengumpulan data, instrumen yang digunakan dalam pengambilan data adalah kuesioner, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi. Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari objek penelitian.

Dalam penelitian, jika terdapat suatu variabel yang ingin diketahui karakteristiknya, hal itu dapat dilakukan melalui proses pengukuran. Menurut Sappaile untuk mengukur karakteristik suatu variabel diperlukan alat ukur yang disebut dengan instrumen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukandengan memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Teknik Analisis Data variabel suatu metode untuk mengolah data menjadi informasi sehingga sifat-sifat data tersebut menjadi lebih mudah dipahami dan berguna untuk menemukan variabel terhadap masalah, terutama dalam konteks penelitian. Dalam metode penelitian kuantitatif, analisis data kuantitatif merupakan variabel yang dilakukan setelah semua data dari responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data kuantitatif ini menggunakan variabel dan dilakukan secara sistematis.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Transaksi Mobil Banking	P1	0,694	0,263	Valid
	P2	0,700	0,263	Valid
	P3	0,603	0,263	Valid
	P4	0,759	0,263	Valid
	P5	0,754	0,263	Valid
	P6	0,636	0,263	Valid
	P7	0,593	0,263	Valid
	P8	0,733	0,263	Valid
	P9	0,721	0,263	Valid
	P10	0,768	0,263	Valid
	P11	0,811	0,263	Valid
	P12	0,730	0,263	Valid
	P13	0,844	0,263	Valid
	P14	0,823	0,263	Valid
	P15	0,835	0,263	Valid
	P16	0,481	0,263	Valid
	P17	0,401	0,263	Valid
	P18	0,591	0,263	Valid
	P19	0,518	0,263	Valid
	P20	0,456	0,263	Valid
Variabel	Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ket
	P1	0,429	0,263	Valid
	P2	0,294	0,263	Valid
	P3	0,609	0,263	Valid
	P4	0,673	0,263	Valid
	P5	0,283	0,263	Valid
	P6	0,817	0,263	Valid
Perilaku Konsumtif	P7	0,807	0,263	Valid
	P8	0,816	0,263	Valid
	P9	0,810	0,263	Valid
	P10	0,842	0,263	Valid
	P11	0,789	0,263	Valid
	P12	0,837	0,263	Valid
	P13	0,846	0,263	Valid
	P14	0,825	0,263	Valid
	P15	0,739	0,263	Valid
	P16	0,849	0,263	Valid
	P17	0,888	0,263	Valid
	P18	0,896	0,263	Valid
	P19	0,853	0,263	Valid
	P20	0,654	0,263	Valid

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Prasyarat Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan Tingkat

kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Suatu instrument dikatakan valid jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan menggunakan metode kuesioner dan korelasi produk momen (moment product correlation, pearson correlation) antara skor dari setiap butir pertanyaan dengan skor total.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen pengukuran yang mengukur korelasi antar jawaban tiap variabel apakah dapat dikatakan reliabel atau tidak, dengan melihat nilai Cronbach's Alpha (α) jika nilai tersebut $> 0,70$ maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Transaksi Mobile Banking	0,922	Reliabel
Prilaku Konsumtif	0,958	Reliabel

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa variabel transaksi Mobile Banking dan Prilaku Konsumtif memiliki item pernyataan yang reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alfa* pada variabel Transaksi Mobile Banking dan Konsumtif memiliki nilai $\geq 0,7$.

A. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, antara variabel-variabel yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digambarkan dengan nilai kolmogorov-smirnov. Uji Kolmogorov-smirnov digunakan untuk melihat nilai signifikansi antara data yang diuji dengan signifikansi yang ditentukan. Apabila nilai kolmogorov-smirnov $\geq 0,05$ maka data terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas UNSTANDARDIZED RESIDUAL

N		95
NORMAL PARAMETERS AB	Mean	OE-7
	Std. Deviation	13,79957807
MOST EXTREME DIFFERENCES	Absolute	0,131
	Positive	0,098
	Negatif	-0,131
KOLMOGRIV-SMIRNOV Z		1,276
ASYMO. SIG. (2-TAILED)		0,077

Berdasarkan hasil tabel diatas nilai dari Asymp.Sig (2-tailed) Adalah 0,077. Apabila nilai A symp.Sig (2-tailed) > dari 0,05 maka data terdistribusi normal

B. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya variabel independent yaitu pengaruh transaksi mobile banking terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 22. Adapun hasil pengolahan data berikut:

Tabel 4. Hasil Koefisien Regresi.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collarity Statistics	
	B	Std. Error					
(Constant)	-40,247	11,430		-3,521	,001		
Transaksi Mobile Banking	1,364	,129	,739	10,593	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel diatas adapun persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = -40,247 + 1,363X + \epsilon$$

Y = Perilaku Konsumtif

X = Transaksi Mobile Banking

ϵ = Error

Dari persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Konstanta (α) sebesar -40,247 artinya variabel dependen bernilai konstan dan dapat diestimasi sebesar -40,247.
2. Nilai Koefisien Transaksi *Mobile Banking* (X) sebesar 1,363, artinya tiap peningkatan transaksi mobile banking meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 1,363.

Uji Parsial (T)

Uji Statistik T yaitu uji yang dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh antara variabel independent ke variabel dependens. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel.

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
(Constant)	40,247		11,430	3,521	,001
Transaksi Mobile Banking	1,364		,129	10,593	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif.

Pengujian hipotesis melalui t hitung dari output data pada tabel 4. yaitu 10,593. Dengan t tabel 0,1 yaitu sebesar 1,661. Dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel (10,593 > 1,661) dan nilai signifikansi < 0,000 (0,000 < 0,05). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan artian terdapat pengaruh yang signifikan antara analisis transaksi mobile banking bank syariah terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Teladan Kec. Medan Area.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2)

merupakan koefisien yang menjelaskan seberapa besar variabel dependen dapat menjelaskan variabel independent secara Bersama-sama. Nilai R² terletak diantara nilai 0 dan 1. Semakin mendekati 1 berarti variabel independent semakin berpengaruh terhadap dependen dan semakin mendekati 0 maka variabel independent semakin kecil pula pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,739 ^a	0,547	0,542	9,848

a. Predictors: (Constant), Transaksi Mobile Banking

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Dependen. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara analisis transaksi mobile banking bank syariah terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Teladan Kec. Medan Area. Sebesar 54,2%. Sisanya 45,8 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, gaya hidup, maupun lingkungan sosial.

PEMBAHASAN

Kemudahan yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking dapat dilihat dari bagaimana aplikasi m-banking tersebut mampu melakukan interaksi dengan penggunaannya sehingga dapat dengan jelas dan mudah dipahami dan apakah nasabah yang baru menggunakan layanan ini atau versi baru (up-date) dari sebelumnya dapat

mengoperasikannya tanpa perlu banyak upaya untuk belajar. Pada akhirnya, apakah nasabah merasa mudah dalam melakukan transaksi yang ingin dilakukannya melalui mobile banking sehingga mereka dapat dengan terampil mengoperasikan aplikasi ini tanpa mengalami banyak kesulitan.

Adapun pengaruh kemudahan penggunaan pada sikap nasabah terhadap layanan M-Banking, Dari hasil studi literatur ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kemudahan penggunaan pada sikap nasabah terhadap layanan m- banking. Artinya, dengan penggunaan layanan m-banking yang semakin mudah bagi nasabah akan meningkatkan sikap positif mereka pada layanan ini. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi pihak bank khususnya yang berperan dalam pembuatan aplikasi mobile banking untuk meningkatkan kinerja aplikasinya dalam hal ini agar nasabah nyaman saat bertransaksi melalui layanan ini. Dengan kata lain, aplikasi mobile banking yang tidak user- friendly akan menimbulkan sikap negatif dari nasabah.

Hasil ini sejalan dengan studi terdahulu yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan, semakin tinggi sikap nasabah akan menggunakan layanan m-banking Hanafizadeh et al., (2014). Dalam penelitian lain Wang et al., (2015), juga menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan sebagai anteseden secara signifikan dari sikap nasabah terhadap layanan m-banking ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa transaksi mobile banking Bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah

PT. Bank Sumut Capem Syariah HM. Joni Teladan Kec. Medan Area. Nilai uji t membuktikan bahwa variabel transaksi mobile banking memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin tinggi intensitas transaksi mobile banking, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif nasabah. Secara statistik, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,547 menunjukkan bahwa 54,7% variasi perilaku konsumtif nasabah dapat dijelaskan oleh transaksi mobile banking, sedangkan sisanya 45,3% dipengaruhi faktor lain seperti promosi, gaya hidup, maupun lingkungan sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun *mobile banking* memberikan banyak manfaat, keberadaannya juga memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi Pratama *et al.*, _Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kenyamanan Pengaruhnya Terhadap Niat Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu)_ Vol 2, No 1 (Juli 2019): 205.
- [2] Astuti, Dwi. (2016). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 18, No.1.
- [3] Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C. K. S., & Walker, D. A. (2018). *Introduction to Research in Education (10th ed.)*. Cengage Learning.
- [4] Cermati.com. (2015). Mengenal Mobile Banking, Apa Kelebihan dan Kekurangannya Cermati. Com.<https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>
- [5] Ismet *et al.*, (2023). “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking, Internet Banking, dan ATM terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Kasus Sektor Bank Konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) Tahun 2017–2021”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Volume 19, Nomor 2, Juni 2023.
- [6] Mukmin Pohan dan Muhammad Elfi Azhar, (2022). “Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan”, Fakultas ekonomi dan bisnis, UMSU, *Jurnal Akuntansi*, Vol 6 No 2, April 2022.
- [7] Novien Rialdy Dan Miftahul Ilmi Marbun , (2024). Konsep Shopee Pay-Later Dalam Sudut Pandang Manajemen Bisnis Islam. *Jurnal Of Islamic Economic And Finance*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol. 1, No.2, November 2024.
- [8] Sarwono, S.W. (2016). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [9] Sahyu Siregar dan Riyan Pradesyah, (2023). “Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe” *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.4, No.2 (2023), Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- [10] Shaikh dan Karjaluoto (2016). Penelitian ini berjudul “*The Effects of Mobile Banking Application User Satisfaction and System Usage on Bank Customer Relationships*”.