

## Intisari

Dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar nasional dan ASEAN kedepannya, bank syariah di Indonesia dituntut untuk dapat memperkuat asetnya. Namun, dana pihak ketiga yang terbatas menjadi salah satu hambatan utama yang harus diselesaikan. Oleh karena itu, memahami kriteria pemilihan suatu bank oleh nasabah merupakan hal yang penting untuk dipahami oleh bank syariah untuk meningkatkan dana pihak ketiganya.

Ada lima faktor dalam kriteria pemilihan bank yang diukur dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut antara lain: agama, biaya dan manfaat, kualitas layanan, kenyamanan, dan pengaruh lainnya. Survei melalui kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data. Statistik deskriptif melalui tabulasi silang digunakan untuk meneliti hubungan antara profil demografi responden dan faktor-faktor kriteria pemilihan bank oleh nasabah. Selain itu, uji frekuensi juga digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh sampai yang sedikit berpengaruh dalam kriteria pemilihan bank oleh nasabah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling penting yang membuat nasabah di Indonesia memilih bank syariah daripada bank konvensional. Selanjutnya, uji frekuensi menunjukkan pengaruh faktor-faktor lainnya yang terpenting setelah kualitas pelayanan adalah biaya dan manfaat, kemudahan, faktor agama, dan pengaruh lainnya seperti penampilan internal dan eksternal bank, iklan media massa, ruang parkir yang luas dan nyaman, inovasi dan adaptasi teknologi baru, serta rekomendasi dari keluarga, teman, dan kerabat. Berdasarkan hasil tersebut, bank syariah di Indonesia harus lebih fokus untuk meningkatkan kualitas layanan bank dalam menawarkan produk dan jasanya kepada nasabah.

**Kata kunci:** Perbankan Syariah, Bank Syariah, Kriteria Pemilihan Bank, dan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

## ABSTRACT

In order to increase competitiveness in national and future ASEAN market, Islamic banks in Indonesia is demanded to strengthen its asset. However, a limited deposit from third party is one of the main barriers to overcome. Thus, it is important to understand the customers bank selection criteria to patronize Islamic banks' saving products.

There were five factors in bank selection criteria measured in this research. They were religious factor, cost and benefits, service quality, convenience and other influences/attractiveness. Survey through questionnaire was employed to collect data. Descriptive statistics via cross-tabulations was used to investigate the relationship between respondents' demographic profile and bank selection criteria factors. Besides, frequency test was also employed to know the most to the least influential factors in customers' bank selection criteria.

Result shows that service quality is the most important factors that customers in Indonesia considered to choose Islamic banks over conventional banks then followed by cost and benefits, convenience, religious factor and other influence/attractiveness such as internal and external appearance of bank, mass media advertising, large and convenient parking space, innovativeness and adaptation of new technology and recommendations from family, friends, and relatives. Therefore, Islamic banks in Indonesia should mainly focus to improve its service quality since banks offer similar products and services to customers.

**Keywords:** Islamic banking, Islamic bank, banking, bank selection criteria, and Asean Economic Community.