

***Determinants of Customer Decisions PT Bank Syariah Indonesia
Tbk in Jabodetabek***

By Erisha Putri

Abstract

The growth of Islamic banks has experienced rapid and positive developments. However, the market share of Islamic banking in Indonesia is still in a relatively very small category. To increase the market share of Islamic banks, it is necessary to understand what influences people to decide to become customers. The purpose of this study is to analyze how the influence of product quality, Islamic branding, halal lifestyle, and location on the decision to become a customer of Bank Syariah Indonesia in Greater Jakarta. The research method used is a quantitative method sourced from primary data. The data collection technique is to distribute a questionnaire through a google form with a sample of 120 respondents. The data analysis technique uses the PLS method in SmartPLS 4.0 software. The results of this study show that product quality, Islamic branding, halal lifestyle, and location have a positive and significant influence on the decision to become a BSI customer in Greater Jakarta. This research is expected to contribute to the development of Islamic banks' business strategies in meeting customer preferences and becoming an evaluation in providing better quality.

Keywords: *halal lifestyle, islamic branding, quality product, location*

Determinan Keputusan Menjadi Nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk di Jabodetabek

Oleh Erisha Putri

Abstrak

Pertumbuhan bank syariah mengalami perkembangan yang pesat dan positif. Namun, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia masih termasuk kategori relatif sangat kecil. Untuk meningkatkan pangsa pasar bank syariah, perlu memahami apa saja yang memengaruhi masyarakat memutuskan menjadi nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk, *islamic branding*, gaya hidup halal, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Jabodetabek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang bersumber dari data primer. Teknik pengumpulan data yaitu menyebar kuesioner melalui *google form* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Teknik analisis data menggunakan metode PLS pada software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, *islamic branding*, gaya hidup halal, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BSI di Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan strategi bisnis bank syariah dalam memenuhi preferensi nasabah dan menjadi evaluasi dalam memberikan kualitas yang lebih baik.

Kata kunci: gaya hidup halal, *islamic branding*, kualitas produk, lokasi