

ABSTRAK

Penyaluran dana dalam sistem konvensional dikenal dengan pembiayaan, pembiayaan koperasi yang diberikan tidak hanya didasarkan suatu hubungan antara pembiayaan dan debitur tetapi menjalin suatu hubungan kemitraan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya penurunan jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan. Hal ini dapat dikatakan cukup mengganggu kesehatan koperasi dari sisi *cash flow*, karena nasabah yang menabung lebih banyak daripada nasabah yang mengambil pembiayaan, sehingga dana yang ada tidak dapat disalurkan dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk, aktivitas promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 88 orang anggota nasabah Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer berdasarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa pengetahuan produk, aktivitas promosi dan religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Berdasarkan hasil pengujian kebaikan model, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi Keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Sedangkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan mampu dijelaskan oleh ketiga variabel yaitu pengetahuan produk, aktivitas promosi, dan religiusitas sebesar 85,6%. Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan sebaiknya mempertahankan cara pemasaran lamanya karena hal ini dinilai mampu mendatangkan nasabah yang tertarik dengan pembiayaan syariah, karena daerah Pekalongan merupakan basis pemeluk agama Islam yang cukup kuat.

Kata kunci : pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas, keputusan mengambil pembiayaan.