

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam sebesar 87% dari total populasi memiliki potensi yang besar dalam pengembangan lembaga keuangan berbasis syariah. Potensi tersebut semakin diperkuat oleh meningkatnya kepercayaan serta penerimaan masyarakat terhadap sistem ekonomi syariah, yang tercermin dari pertumbuhan lembaga keuangan syariah dari tahun ke tahun. Sehubungan dengan hal tersebut, BPRS Al Mabur Babadan melalui Kantor Cabang Lamongan menunjukkan perkembangan yang signifikan, khususnya pada produk pembiayaan yang pada tahun 2024 mencatat total penyaluran sebesar Rp48 miliar atau meningkat 92% dibandingkan tahun 2023 sebesar Rp25 miliar. Berdasarkan fenomena pertumbuhan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, pendapatan, prosedur pembiayaan, dan persepsi kepatuhan syariah terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabur Babadan Cabang Lamongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif* dengan pengumpulan data primer melalui *kuesioner*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data primer penelitian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Analisis data diolah menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi, pendapatan, prosedur pembiayaan, dan persepsi kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabur Babadan Cabang Lamongan. Secara simultan keempat variabel tersebut juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pembiayaan.

Kata Kunci : Promosi, Pendapatan, Prosedur Pembiayaan, Persepsi Kepatuhan Syariah, Keputusan Pengambilan Pembiayaan.

ABSTRACT

Indonesia, with a Muslim majority of 87%, has significant potential for the development of Sharia-compliant financial institutions. This potential is further strengthened by the growing public trust and acceptance of the Sharia economic system, as reflected in the year-on-year growth of Sharia financial institutions. In this regard, the BPRS Al Maburr Babadan, through its Lamongan Branch Office, has demonstrated significant growth, particularly in financing products. In 2024, the total disbursement reached IDR 48 billion, a 92% increase compared to IDR 25 billion in 2023. Based on this growth, this study aims to analyze the influence of promotions, income, financing procedures, and perceptions of Sharia compliance on the decision to become a financing customer at the BPRS Al Maburr Babadan Lamongan Branch.

This study used a quantitative approach, collecting primary data through a questionnaire. The sample size was 100 respondents, using the Slovin formula. The sampling technique used non-probability sampling with a purposive sampling method. The primary data were analyzed using multiple linear regression. Data analysis was performed using SPSS.

The results of the study indicate that partially, the variables of promotion, income, financing procedures, and perceived Sharia compliance have a positive and significant influence on the decision to become a financing customer at the BPRS Al Maburr Babadan Lamongan Branch. Simultaneously, these four variables were also shown to have a significant influence on the decision to become a financing customer.

Keywords : *Promotion, Income, Financing Procedures, Perception of Sharia Compliance, Financing Decision.*