

ABSTRAK

Listrik menjadi salah satu tolak ukur kemajuan masyarakat dan bangsa. Penyedia jasa pelayanan listrik harus berinovasi untuk menarik pelanggan baru dan memperluas hubungan pelanggan. Dalam upaya memberikan pelayanan prima terutama kepada pelanggan khususnya pelanggan korporasi, PT PLN (persero) meluncurkan produk inovasi baru berupa layanan premium. *Premium service* merupakan salah satu bentuk layanan yang diberikan oleh PT PLN dengan jaminan kualitas, menjamin keandalan dan kepastian koneksi sesuai dengan SLA (*Service Level Agreement*) yang disepakati oleh PT PLN dengan pelanggan seperti juga pada UP3 Kudus. dari total 361 pelanggan eksisting tegangan menengah, hanya 7 pelanggan yang beralih ke layanan premium dengan persentase 0,31%. Dengan gap yang jauh tersebut menarik untuk diteliti apa yang menyebabkan pelanggan masih belum mau beralih ke layanan listrik premium. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi, pengetahuan, harapan, dan niat untuk membeli pelanggan industrial PLN terhadap layanan listrik premium yang ditawarkan dan menganalisis perilaku pembelian pelanggan industrial ditinjau dari pengaruh eksternal, pengaruh internal dan proses pengambilan keputusan pembelian untuk beralih dari layanan listrik reguler ke layanan listrik premium. Sampel dalam penelitian ini adalah 4 pelanggan tegangan menengah yang belum beralih ke layanan premium dan 4 pelanggan yang sudah beralih menggunakan layanan premium yang bergerak di berbagai bidang usaha. Pelanggan memiliki persepsi yang baik bahwa layanan listrik premium PLN adalah yang terbaik di Jawa Tengah, terutama untuk pemadaman yang terencana dapat dikomunikasikan dengan baik oleh pihak PLN. Namun permasalahan dari segi harga di setiap matriks pelayanannya masih dianggap oleh sebagian pelanggan masih memberatkan dan juga dari sisi syarat minimum jam nyalanya yang masih menjadi pertimbangan pelanggan. Harapan dari pelanggan industrial PLN adalah bahwa dengan beralih ke layanan listrik premium maka pelayanan yang diberikan juga harus premium. Selain itu pelanggan juga mengharapkan bahwa layanan listrik premium ini dapat mengakomodir untuk penggunaan beban tertentu saja yang membutuhkan kualitas pasokan yang handal dan kontinu tidak untuk keseluruhan beban produksi sehingga perusahaan tidak perlu mengalihkan semua bebannya ke layanan listrik premium.

Kata kunci : perilaku konsumen, listrik, layanan premium