

ABSTRAKSI

Masalah penelitian ini berawal dari adanya *fenomena gap* yaitu tingkat kritik yang diterima oleh PLN Jepara masih relatif tinggi, hal tersebut mengindikasikan adanya ketidakpuasan dari pelanggan yang mengakibatkan turunnya minat WOM. Masalah adanya ketidakpuasan dari pelanggan yang menyebabkan minat WOM yang rendah akan mempengaruhi kelangsungan hidup dari PLN . Masalah dalam penelitian ini juga didukung adanya *research gap* dalam penelitian terdahulu yang meneliti tentang hal-hal yang mempengaruhi minat WOM.

Pemecahan masalah diawali dengan perumusan dan pengembangan model penelitian yang didasarkan pada kajian-kajian teoritis hasil penelitian terdahulu. Dari model tersebut diketahui terdapat lima variabel (*Kemudahan Pemakaian, Kemudahan Pembayaran, Persepsi Manfaat, Kepuasan Pelanggan dan Minat WOM*) dan tujuh hipotesis yang akan diestimasi untuk menyelesaikan permasalahan penelitian. Responden penelitian ini sebanyak 150 orang yang menggunakan layanan listrik pintar di area Jepara. Berdasarkan pengujian dengan teknik *Structural Equation Model (SEM)* menggunakan software AMOS 20, maka diperoleh *Full model* dengan modifikasi yang dinyatakan sesuai dengan data empiris dan dapat digunakan sebagai pijakan penyelesaian masalah penelitian karena telah memenuhi sebagian besar kriteria goodness of fit sebagai berikut *Chi-square* 131,470; *probability* = 0,328; RMSEA = 0,022; GFI = 0,886; AGFI = 0,844; TLI = 0,991 dan CFI = 0,993. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model tersebut layak digunakan.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses untuk mendorong terciptanya *words of mouth* positif dalam meningkatkan jumlah pelanggan listrik pintar adalah melalui peningkatan Kemudahan Pembayaran, Persepsi Manfaat, Kepuasan Pelanggan, Kemudahan Pemakaian guna meningkatkan minat WOM terhadap listrik pintar.

Kata Kunci : Kemudahan Pembayaran, Persepsi Manfaat, Kepuasan Pelanggan, Kemudahan Pemakaian dan Minat Words of Mouth (WOM).