

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WOM) terhadap kepercayaan dan kepercayaan terhadap minat untuk menggunakan jasa kredit Bank Windu Yogyakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WOM) dan persepsi kualitas terhadap minat untuk menggunakan jasa kredit Bank Windu Yogyakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon nasabah kredit pada Bank Windu Kantor Cabang Yogyakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive* dengan jumlah sampel yang diambil adalah 200 responden. Ada empat variabel penelitian yaitu *Word of Mouth* (WOM), Kepercayaan, Persepsi Kualitas, dan Minat Menggunakan Jasa Kredit. Instrumen Penelitian berupa kuesioner dan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan calon nasabah kredit pada Bank Windu Yogyakarta. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat calon nasabah kredit untuk menggunakan jasa kredit Bank Windu Yogyakarta. Hasil penelitian juga menunjukkan *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif signifikan terhadap minat calon nasabah kredit untuk menggunakan jasa kredit Bank Windu Yogyakarta. Jalur *Word of Mouth* (WOM) → Kepercayaan → Minat menggunakan jasa kredit menjadi jalur yang paling efektif dalam mendorong minat menggunakan jasa kredit. Persepsi kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat calon nasabah kredit untuk menggunakan jasa kredit Bank Windu Yogyakarta.

*Kata-kata Kunci : Word of Mouth, Persepsi Kualitas, Kepercayaan, Minat*