

ABSTRAK

Thohir, Alif Rahman. 2023. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Perilaku Konsumen Pada Primamedia Metro*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing: (1) Suwanto, S.E., M.M., Pembimbing (2) Dr. Febriyanto, S.E., M.M.

Kata Kunci: citra perusahaan, *perceived value*, perilaku konsumen

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat, ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta berusaha memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi perusahaan pesaing. Primamedia Metro merupakan salah satu perusahaan yang melayani layanan percetakan terhadap konsumen dari berbagai kalangan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik terkait dengan data keuangan menunjukkan bahwa sejak terjadinya COVID-19 mengakibatkan kerugian, dikarenakan tidak dapat melakukan kegiatan usaha secara normal.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Apakah ada pengaruh citra perusahaan terhadap perilaku konsumen pada Primamedia Metro? 2) Apakah ada pengaruh nilai yang dirasakan terhadap perilaku konsumen pada Primamedia Metro? 3) Apakah ada pengaruh citra perusahaan dan nilai yang dirasakan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumen pada Primamedia Metro?

Penelitian ini dilaksanakan pada Primamedia Metro menggunakan *non random sampling* yaitu *purposive sampling* kepada 90 responden yaitu konsumen Primamedia Metro. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, nilai tambah yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, dan citra perusahaan dan nilai tambah yang dirasakan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen..