

**Pengaruh Citra Perusahaan dan *Word of Mouth* Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Anzon Auto Lestari
(Toyota Tambun)**

Putri Suci Mandiri (1717081)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan (X1) dan *Word of Mouth* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada PT Anzon Auto Lestari (Toyota Tambun) secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yakni analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS 25. Penelitian menggunakan data primer berupa hasil kuesioner. Sampel pada penelitian ini merupakan 193 konsumen yang melakukan pembelian mobil di PT Anzon Auto Lestari (Toyota Tambun) pada tahun 2020. Persamaan regresi dari hasil pengolahan data pada penelitian ini adalah $Y = 9,167 + 0,333X1 + 0,287X2$. Variabel Citra Perusahaan (X1) dan *Word of Mouth* (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan hasil uji T yang menghasilkan nilai t-hitung masing-masing sebesar 5,991 dan 3,799, serta secara simultan Citra Perusahaan (X1) dan *Word of Mouth* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan hasil uji F yang menghasilkan nilai f-hitung sebesar 52,424. Pada penelitian ini sebesar 35,6% variabel Keputusan Pembelian (Y) dijelaskan oleh variabel Citra Perusahaan (X1) dan *Word of Mouth* (X2).

Kata Kunci: Citra Perusahaan, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Berganda