



EVALUASI KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK PADA PT. AUTOMOBIL JAYA MANDIRI (WULING MOTORS YOGYAKARTA)

I Nyoman Suece

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana evaluasi Kualitas Produk pada PT. Automobil Jaya Mandiri (Wuling Motors Yogyakarta) (2) Bagaimana evaluasi Citra Merek pada PT. Automobil Jaya Mandiri (Wuling Motors Yogyakarta). Jenis penelitian ini merupakan penelitian secara kuantitatif dengan metode perolehan data observasi dan kuesioner. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan adalah 65 konsumen PT. Automobil Jaya Mandiri (Wuling Motors Yogyakarta). Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 28 dan alat yang digunakan untuk menentukan hasil angka penelitian adalah Uji Instrumen penelitian yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji *Mean arithmetic*. Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen mengenai kualitas produk positif dan tergolong baik. Hasil analisis data mengenai citra merek menunjukkan bahwa penilaian konsumen positif dan tergolong baik.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Citra Merek*

 8/9 '21


**EVALUATION OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE INPT.
AUTOMOBIL JAYA MANDIRI (WULING MOTORS YOGYAKARTA)**

I Nyoman Suece

Abstract

This study aims to determine (1) how to evaluate product quality at PT. Automobil Jaya Mandiri (Wuling Motors Yogyakarta) (2) How to evaluate Brand Image at PT. Automobil Jaya Mandiri (Wuling Motors Yogyakarta). This type of research is a quantitative study with the method of obtaining observational data and questionnaires. The technique used in sampling is the Purposive Sampling method. The sample used is 65 consumers of PT. Automobil Jaya Mandiri (Wuling Motors Yogyakarta). The research data was processed using SPSS version 28 and the tool used to determine the results of the research was the Research Instrument Test, namely Validity Test, Reliability Test and Mean Arithmetic Test. The results of data analysis in this study indicate that consumer assessments of product quality are positive and classified as good. The results of data analysis on brand image show that consumer ratings are positive and classified as good.

Keywords : Product Quality, Brand Image

