

## ABSTRAK

Pada penjualan mobil, tidak hanya sampai *closing the sale* saja tetapi sangat diperlukan layanan purna jual (*after sale service*) tersebut dengan menjual suku cadang asli Toyota atau Toyota *Genuine Parts* (TGP). Suku cadang pengganti sangat dibutuhkan apabila ada suku cadang yang rusak, agar tetap menjaga daya kerja dan kemampuan mobil tetap prima. Bila suku cadang pengganti tidak sesuai maka hal ini dapat menimbulkan keseimbangan mobil terganggu dan daya kerjanya menurun. Oleh karena itu faktor *supplying* Toyota *Genuine Part* (TGP) merupakan bagian yang penting dari kehidupan mobil Toyota. Oleh karena hal tersebut, penulis memilih melakukan penelitian ini, karena ingin mengetahui aktivitas penjualan suku cadang toyota yang terjadi di Departemen *Part Indirect* PT Astra *International* Tbk - AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mekanisme penjualannya, target penjualan setiap tahunnya, realisasi penjualan yang dicapai, dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan penjualan suku cadang Toyota kedepannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dan analisis data yang digunakan adalah menggunakan Model Miles dan Huberman.

Kata Kunci : Aktivitas Penjualan, Layanan Purna Jual, Penjualan Suku Cadang.