

ABSTRAK**PERAN TENAGA PENJUALAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PENENTUAN DAN PENETAPAN LEASING KONSUMEN. STUDI
KASUS PADA TOYOTA AUTO2000 RADEN INTAN LAMPUNG****Oleh****MEY HALEN ISABELLA****2206061012**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran tenaga penjualan dalam pengambilan keputusan konsumen terhadap penentuan dan penetapan leasing kendaraan pada Toyota Auto2000 Raden Intan Lampung. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana tenaga penjualan memberikan informasi dan edukasi kepada konsumen mengenai sistem leasing, sejauh mana pengaruhnya terhadap keputusan konsumen, serta faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih perusahaan leasing berdasarkan rekomendasi tenaga penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang membeli kendaraan melalui leasing di Toyota Auto2000. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel peran tenaga penjualan dan keputusan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran tenaga penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menentukan dan menetapkan leasing. Tenaga penjualan berperan aktif dalam memberikan informasi, menjelaskan berbagai alternatif leasing, serta membangun kepercayaan yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, rekomendasi tenaga penjualan menjadi faktor penting dalam proses pembelian kendaraan melalui leasing.

Kata Kunci: Tenaga Penjualan, leasing kendaraan, pengambilan keputusan, penentuan leasing, penetapan leasing, Toyota Auto2000.

ABSTRACT
THE ROLE OF IN CONSUMER DECISION-MAKING REGARDING
LEASING SELECTION AND DETERMINATION: A STUDY AT
TOYOTA AUTO2000 RADEN INTAN LAMPUNG

By:
MEY HALEN ISABELLA
2206061012

This research aims to examine the role of salespersons in influencing consumer decisions regarding the selection and determination of vehicle leasing at Toyota Auto2000 Raden Intan Lampung. The study focuses on how salespersons provide information and education about leasing systems, the extent of their influence on consumer decision-making, and the key factors considered by consumers in choosing a leasing company based on the salesperson's recommendations.

The research uses a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to consumers who purchased vehicles through leasing at Toyota Auto2000. The data were analyzed using simple linear regression to identify the relationship between the salesperson's role and consumer decision-making.

The results indicate that the role of salespersons has a positive and significant effect on consumer decisions in determining and selecting leasing options. Salespersons actively provide information, present various leasing alternatives, and build consumer trust, which becomes a strong foundation in the decision-making process. Therefore, the salesperson's recommendation plays a vital role in the leasing selection made by consumers.

Keywords: *Salesperson, vehicle leasing, decision making, leasing determination, leasing selection, Toyota Auto2000.*