

INTISARI

Pariwisata di Yogyakarta didukung dengan beberapa aspek penunjang pariwisata seperti transportasi, restoran, akomodasi, toko oleh-oleh dan lain sebagainya. Yogyakarta memiliki berbagai akses transportasi salah satunya adalah Kereta Api Bandara Internasional Yogyakarta (YIA). Kereta Api Bandara Internasional Yogyakarta (YIA) adalah jenis kereta baru PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Stasiun Besar Yogyakarta. Kereta ini dalam jadwal keberangkatannya dimulai dari Stasiun Besar Yogyakarta sampai Stasiun Wojo. Kereta ini memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik sesuai standar nasional Indonesia. Akan tetapi kereta ini tentu tidak lepas dari permasalahan, permasalahan tersebut adalah kereta ini memiliki jumlah penumpang yang sedikit. Oleh karena itu, Penelitian Tugas Akhir ini mengangkat penelitian tentang strategi pemasaran tiket Kereta Api Bandara Internasional Yogyakarta menggunakan bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah penumpang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran tiket KA Bandara yang telah dilakukan perusahaan. Penelitian yang digunakan penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) divisi pemasaran di Stasiun Besar Yogyakarta sudah melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penumpang di Kereta Bandara Internasional Yogyakarta menggunakan bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, dan jenis-jenis promosi (periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas).

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Kereta Api
Bandara Internasional Yogyakarta, Stasiun Besar Yogyakarta,
PT Kereta Api Indonesia (Perseo).**

ABSTRACT

Tourism in Yogyakarta is supported by several aspects of tourism support such as transportation, restaurants, accommodations, souvenir shops and others. Yogyakarta has a range of transport access, one of them is Yogyakarta International Airport Train (YIA). Yogyakarta International Airport Train is a new type of train by PT Kereta Api Indonesia (Persero) at Yogyakarta Railway Station. This train is on schedule starting from Yogyakarta Railway Station to Wojo Railway Station. This train has good facilities and services according to Indonesia's standards. However this train is not certainly separated from the problems, the problem of this train is that it has a few passengers. Therefore, this research is identifying the marketing strategy of Yogyakarta International Airport Train tickets using marketing mix to increase the number of passengers. The purpose of this research is to discover Yogyakarta International Airport Train ticket marketing strategy that has been carried out by the company. The research used descriptive qualitative research with data collection techniques in the form of interviews, observations, literature studies, and documentation. The results of this study indicates that PT Kereta Api Indonesia (Persero) marketing division at Yogyakarta Railway Station has implemented a marketing strategy to increase the number of passengers at the Yogyakarta International Airport Train used a marketing mix such as product, prices, places, and other types of promotion (advertising, personal selling, sales promotion, and publicity).

Keywords : Marketing Strategy , Marketing Mix, Yogyakarta International Airport Train, Yogyakarta Railway Station, PT Kereta Api Indonesia (Persero).