

ABSTRAK

Rista Haryani : **Tinjauan Aktivitas *Relationship Marketing* Pada Mitra Usaha Sewa Ruang *Non Aeronautical* di PT Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Minangkabau**
Pembimbing : **Astri Yuza Sari, S.E, M.M**

Penelitian ini dilakukan di PT Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Minangkabau. Adapun Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi penerapan *relationship marketing* yang sudah dilaksanakan oleh PT Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Minangkabau serta upaya untuk meningkatkan *relationship marketing* dengan para mitra usaha sewa ruang *non aeronautical*. Dalam penyusunan tugas akhir ini, metode yang digunakan adalah metode observasi dan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan mitra usaha sewa ruang *non aeronautical* di PT Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Minangkabau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *relationship marketing* dilakukan dengan menggunakan strategi *Attraction* (daya tarik), *Retention* (penjagaan), dan *Enhancement* (peningkatan hubungan). Adapun upaya untuk meningkatkan *relationship marketing* tersebut dengan melakukan, *customer service*, *loyalty program*, dan *community building*.

Kata Kunci: ***Relationship Marketing, Attraction, Retention, Enhancement.***