

## **TUGAS AKHIR**

### **Promosi Aplikasi KAI Access Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat**

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya  
pada Program Studi Manajemen Pemasaran dari Program Diploma III Fakultas  
Ekonomi Universitas Andalas*



Oleh

**RISYA FELIA DEVADORA**

**1700512028**

Dosen Pembimbing

**ASMI ABBAS, SE.,**

**NIP. 197907142005011002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2021**

## ABSTRAK

Promosi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Promosi adalah bagian terpenting apa yang dilakukan perusahaan menyampaikan informasi tentang produk, harga, serta posisi dalam pengaruhi serta membujuk konsumen ataupun aspek lain. Bauran promosi adalah selengkap perlengkapan yang digunakan oleh perusahaan buat mengkomunikasikan produknya kepada pelanggan. Bauran promosi ialah salah satu hal terpenting untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Maka dari itu, upaya yang bisa lakukan saat memasarkan suatu produk adalah melawan melaksanakan kegiatan promosi, termasuk periklanan, promosi, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, supaya bakal konsumen lebih mengetahui, memahami dan mengerti atas produknya adalah ditawarkan.

Salah satu bentuk alat promosi yang saat ini banyak digunakan oleh perusahaan adalah aplikasi KAI *access*. KAI *access* adalah aplikasi seluler resmi PT. KAI dapat memudahkan calon penumpang untuk mendapatkan informasi dan memesan tiket kereta secara online kapanpun. Dengan Aplikasi ini, pemesanan tiket menjadi hal paling mudah dilakukan bersantai bersama keluarga untuk memesan tiket kereta yang telah terjadwalkan. KAI *Access* merupakan aplikasi resmi yang di munculkan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero). Aplikasi ini bukan hanya bagi penjualan tiket tetapi sebagian fitur sudah di tambahkan untuk kesenangan dengan pelayanan untuk *customer* PT. KAI (Persero).