ABSTRAK

Salah satu bandara yang dikelola oleh PT Angkasa Pura II (Persero) ialah Bandara Internasional Soekarno Hatta yang menjadi *hub* penerbangan tersibuk di Kawasan Asia Tenggara dan Bandara ini merupakan bandara terbesar yang memiliki 3 Terminal yang dibagi berdasarkan tujuan dari maskapai penerbangannya. Salah satu terminal yang akan menjadi objek peneliti, ialah Terminal 3 keberangkatan Internasional dengan *business stream non aeronautics* (bisnis non aeronautika). Bisnis non aeronautika di Bandara Internasional Soekarno-Hatta pun terdiri dari berbagai macam kategori bisnis. Kategori bisnis tersebut diantaranya ialah bisnis *retail, advertising, food & beverages, utilities fee, lounge, duty free, land transportation, public parking* dan lain-lainnya. Salah satu kategori bisnis yang akan diteliti ialah kategori *food & beverages* di *boarding lounge* Internasional Terminal 3.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk *food & beverages* apa saja yang paling sering dibeli di area *boarding lounge* internasional Terminal 3 Soekarno-Hatta dengan menggunakan konsep *market basket analysis*, meningkatkan penjualan produk dari tenant menggunakan strategi *cross selling*, dan memberikan usulan rekomendasi peningkatan pembelian transaksi pada layanan *order management* tenant di *boarding lounge internasional* Terminal 3 menggunakan *asssociation rules*.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data sekunder tenant yang berasal dari data transaksi pembelian produk tenant yang dilakukan oleh *customer* melalui platform E-pos Collection System (ECSyS) milik PT Angkasa Pura II (Persero). Pengolahan data untuk asosiasi dilakukan dengan menggunakan aplikasi *R Studio* dengan kriteria *Confidence, Support dan Lift* serta dengan mencari produk item yang sering dibeli oleh pelanggan *(Frequently Item).*

Berdasarkan hasil penelitian, menggunakan metode *cross selling* ini bisa digunakan oleh tenant sebagai metode untuk menentukan kebijakan yang tepat dan sebagai strategi marketing 4P untuk tenant *food & beverages* berdasarkan hasil dari *association rules* untuk bisa memberikan materi program promosi produk secara lebih tepat sasaran.

Kata Kunci : *Market basket analysis, Cross Selling, Frequently Item, Association Rules*