

## ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha berbasis teknologi dan informasi terus berkembang pesat, salah satunya yaitu usaha penyedia jasa *travel online*. Banyaknya jasa *online travel agent* di Indonesia mendorong para pelaku bisnis untuk terus berinovasi guna mendapatkan, mengakuisisi dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM). Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Tiket.com di Kota Bandung.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dan pengambilan data menggunakan kuisisioner secara *online* melalui *google docs* yang melibatkan 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Kriteria populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna yang telah melakukan registrasi dan melakukan transaksi serta berdomisili di Kota Bandung.

Hasil penelitian secara keseluruhan diperoleh bahwa tanggapan responden pada variabel *Customer Relationship Management* (CRM) pengguna Tiket.com di Kota Bandung masuk dalam kategori baik. Sedangkan variabel Loyalitas Pelanggan pengguna Tiket.com di Kota Bandung masuk dalam kategori cukup baik. Hasil koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Tiket.com di Kota Bandung.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management*, Loyalitas Pelanggan