

ABSTRAK

Pembisnis *e-commerce* bergantung bisnis kurir dan logistik yang mana salah satunya perusahaan jasa kurir yang masuk dalam top brand index adalah PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *relationship marketing*, *customer loyalty* dan *customer retention* perusahaan JNE pada bisnis *online* di kota Bandung, sehingga JNE dapat membina hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan konsumen serta menciptakan strategi yang lebih baik.

Variabel *relationship marketing* yang membahas kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan keluhan, serta *customer loyalty* yang membahas *recomendation*, *purchase*, *repeart purchase* dan *customer retention* yang membahas *financial benefit*, *sosial benefits* dan *stuktural ties*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan JNE di kota Bandung dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu dengan jenis *accidental sampling* dengan jumlah responden diambil sebanyak 100 responden yang menggunakan jasa kurir JNE pada bisnis *online* nya. Kemudian untuk teknik analisis data menggunakan analisis jalur dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 22.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, persentase penilaian *relationship marketing* masuk dalam kategori baik dengan rentang nilai 68%-84%, sedangkan persentase penilaian *customer loyalty* dan *customer retention* cukup baik dengan rentang nilai 52%-68%, dan pengaruh *relationship marketing* terhadap *customer retention* sebesar 28,1%, pengaruh *relationship marketing* terhadap *customer loyalty* sebesar 45,2% sedangkan *relationship marketing* terhadap *customer loyalty* melalui *customer retention* sebesar 45,2%. Sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian.

Kata Kunci : *Relationship Marketing, Customer Loyalty, Customer Retention*