**RINGKASAN**

**Penelitian yang berjudul strategi *Marketing Public Relations* dalam menciptakan kepuasan pelanggan *Online Shop* terhadap ekspedisi JNE, adalah kegiatan yang dilakukan oleh marketing *public relations* guna dalam menciptakan kepuasan pelanggan Di jne Bandung.**

**Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk lebih mengetahui strategi marketing public relations dan untuk mengetahui apa saja produk serta program dari JNE agar pelanggan tetap setia terhadap ekspedisi JNE ,dan guna menciptakan kepuasan pelanggan menggunakan strategi-strategi tertentu.**

**Penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif dengan menggambarkan permasalahan terciptanya strategi *Marketing Public relations* dalam menciptakan kepuasan pelanggan *Online shop* . Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, studi kepustakaan, melakukan observasi, wawancara dan penyebaran angket dengan *non probability sampling* menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang dibagikan kepada 52 responden.**

**Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi *marketing public relations* , dengan Teori Reputasi bahwa Reputasi menjadi baik atau buruk,kuat atau lemah bergantung pada kualitas pemikiran strategi dan komitmen manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, serta adanya keterampilan dan energi dengan segala komponen program yang akan di realisasikan dan dikomunikasikan.**

**Rekomendasi sebagai bahan masukan yang dapat peneliti berikan pada *public relations* JNE adalah dapat meningkatkan dan mengarahkan aktualisasi diri dari pegawai dan lebih memperbaiki kondisi tempat kerja yang lebih baik lagi agar dapat meningkatkan kinerja pegawai yang lebih baik,serta mampu memberikan informasi kepada pelanggan yang tepat dan sesuai.**

***SUMMARY***

***The study, entitled strategy Marketing Public Relations in creating customer satisfaction Online Shop of the JNE expedition, the activities carried out by marketing public relations in order to create customer satisfaction In jne Bandung.***

***The aim of this study is to learn more about public relations and marketing strategies to find out what products and programs from JNE that customers remain loyal to the JNE expedition, and in order to create customer satisfaction using certain strategies.***

***This study uses descriptive analysis to describe the problem of the creation of Marketing and Public relations strategy in creating customer satisfaction Online shop. This study uses data collection techniques, literature study, observation, interviews and questionnaires with non-probability sampling using purposive sampling technique which was distributed to 52 respondents.***

***The results of this study prove that the strategy of marketing public relations, with the Theory of Reputation that reputation to be good or bad, strong or weak depending on the quality of strategic thinking and management's commitment to achieve its intended purpose, as well as their skills and energy to all components of the program will be in realized and communicated.***

***Recommendations as an input to the researchers gave the public relations JNE is able to improve and direct the self-actualization of employees and improve workplace conditions better in order to improve employee performance better, and able to provide information to the right customer and the corresponding***

**RINGKESAN**

**Panalungtikan ieu nganggo, judul strategi Marketing Hubungan Public dina nyiptakeun kapuasan customer Online Toko tina ekspedisi JNE, kagiatan dilumangsungkeun ku pamasaran umum hubungan dina raraga nyieun kapuasan customer Dina jne Bandung.**

**Tujuan tina Panalungtikan ieu téh leuwih jéntré ngeunaan hubungan umum jeung strategi marketing pikeun manggihan produk jeung program ti JNE nu konsumén tetep satia ka ekspedisi JNE, sarta dina raraga naon nyieun kapuasan customer ngagunakeun strategi nu tangtu.**

**Panalungtikan ieu ngagunakeun analisis deskriptif pikeun ngagambarkeun masalah kreasi strategi Marketing jeung hubungan Public dina nyiptakeun kapuasan customer toko Online. Panalungtikan ieu ngagunakeun téhnik kumpulan data, ulikan pustaka, observasi, wawancara jeung questionnaires jeung non-probability sampling ngagunakeun téhnik sampling purposive nu disebarkeun ka 52 responden.**

**Hasil Panalungtikan ieu ngabuktikeun yén strategi tina pamasaran humas, jeung Teori reputasi anu reputasi jadi alus atawa goréng, kuat atawa lemah gumantung kana kualitas pamikiran strategis jeung komitmen manajemén pikeun ngahontal tujuan dimaksudkeun anak, kitu ogé kaahlian maranéhanana jeung énergi pikeun sakabeh komponen tina program bakal di sadar jeung komunkasi.**

**Saran salaku input ka panalungtik méré hubungan JNE umum nyaéta bisa ningkatkeun jeung langsung timer aktualisasi pagawé sarta ngaronjatkeun kaayaan gaw leuwih hade dina raraga ngaronjatkeun kinerja pagawe leuwih alus, sarta bisa méré informasi ka customer katuhu jeung pakait ,**