

OMNICHANNEL CUSTOMER SATISFACTION:
PERAN MEDIASI DAN MODERASI
(Pada Pelanggan Indomart dan Alfamart)

Oleh

Ervan Husnil Pata

213402046

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana
pada Jurusan Manajemen**



JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025

OMNICHANNEL CUSTOMER SATISFACTION:
PERAN MEDIASI DAN MODERASI
(Pada Pelanggan Indomart dan Alfamart)

Oleh

Ervan Husnil Pata

213402046

Dibawah Bimbingan

Prof. Kartawan, SE., MP.

Adhitya Rahmat Taufiq, S.E, M.Si.

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana
pada Jurusan Manajemen**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**