

**PERAN *OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *INTEGRATED PRODUCT AND
PRICE* DAN *INTEGRATED PROMOTION* TERHADAP
OMNICHANNEL CUSTOMER SATISFACTION
PADA TOKO KOPI KENANGAN DI ACEH**

SKRIPSI

**PUTRI AMALIA
NIM. 220410168**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**

**PERAN *OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *INTEGRATED PRODUCT AND
PRICE* DAN *INTEGRATED PROMOTION* TERHADAP
OMNICHANNEL CUSTOMER SATISFACTION
PADA TOKO KOPI KENANGAN DI ACEH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**PUTRI AMALIA
NIM. 220410168**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**