

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Integrasi *Omnichannel* terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan Pengalaman Pelanggan sebagai variabel yang memediasi hubungan tersebut, pada pelanggan Janji Jiwa dan Jiwa Toast Gastro Market. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode *path analysis* menggunakan bantuan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Integrasi *Omnichannel* berpengaruh terhadap Pengalaman Pelanggan sebesar 84,3%, berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 36,5%, dan Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 50,5%. Secara bersama-sama, Kualitas Integrasi *Omnichannel* dan Pengalaman Pelanggan memberikan pengaruh sebesar 87% terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, Pengalaman Pelanggan terbukti mampu menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara Kualitas Integrasi *Omnichannel* dan Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Integrasi *Omnichannel*, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Omnichannel Integration Quality on Customer Satisfaction, with Customer Experience as a mediating variable, on consumers of Janji Jiwa and Jiwa Toast Gastro Market. This study uses a descriptive and verification approach with a sample of 93 respondents. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires. Data analysis was carried out using the path analysis method using SPSS software version 26. The results showed that Omnichannel Integration Quality influenced Customer Experience by 84.3%, influenced Customer Satisfaction by 36.5%, and Customer Experience influenced Customer Satisfaction by 50.5%. Together, Omnichannel Integration Quality and Customer Experience have an influence of 87% on Customer Satisfaction. Thus, Customer Experience is proven to be a mediating variable in the relationship between Omnichannel Integration Quality and Customer Satisfaction.

Keywords: Omnichannel Integration Quality, Consumer Experience, Consumer Satisfaction