

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Waktu Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	13
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 <i>Omnichannel</i> .....	13

2.1.1.1 Pengertian <i>Omnichannel</i> .....	13
2.1.1.2 Indeks <i>Omnichannel</i> .....	16
2.1.1.3 Kategori <i>Omnichannel</i> .....	17
2.1.1.4 Dimensi <i>Omnichannel</i> .....	21
2.1.1.5 Perbedaan Antara <i>Omnichannel</i> dengan <i>Multichannel</i> .....	23
2.1.2 Kepercayaan Konsumen .....	27
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	27
2.1.2.2 Manfaat dan Karakteristik Kepercayaan Konsumen.....	30
2.1.2.3 Dimensi dan Indikator Kepercayaan Konsumen ....	33
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	33
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.3.2 Tahapan Terbentuknya Loyalitas Pelanggan.....	36
2.1.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	37
2.1.3.4 Mempertahankan Pelanggan.....	38
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran .....	42
2.3 Hipotesis.....	47
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	48
3.1 Objek Penelitian .....	48
3.1.1 Profil Perusahaan .....	48
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	49



4.1.1.3. Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan .....	81
4.1.2. Uji Normalitas .....	84
4.1.3. Analisis Jalur .....	84
4.1.4. Pengujian Hipotesis .....	87
4.2. Pembahasan.....	89
4.2.1. <i>Omnichannel Marketing</i> , Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Shellco Hijab Tasikmalaya .....	89
4.2.2. Pengaruh <i>Omnichannel Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Shellco Hijab Tasikmalaya .	91
4.2.3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Shellco Hijab Tasikmalaya .	93
4.2.4. Pengaruh <i>Omnichannel Marketing</i> dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Shellco Hijab Tasikmalaya .....	95
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	97
5.1. Simpulan.....	97
5.2. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	100

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Penjualan Pada Shellco Hijab Tasikmalaya Periode Januari – Desember 2022 .....	8
2.1	Perbedaan antara Multisaluran dengan <i>Omnichannel</i> .....	26
2.2	Penelitian Terdahulu .....	39
3.1	Oprasionalisasi Variabel .....	53
3.2	Formasi nilai, Notasi dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif .....	63
3.3	Formasi nilai, Notasi dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif .....	63
3.4	Pedoman Untuk Interpretasi Koefisien Korelasi .....	67
3.5	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung .....	67
4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator .....	71
4.2	Analisis Statistik <i>Omnichannel Marketing</i> .....	72
4.3	Klasifikasi Penilaian Variabel <i>Omnichannel Marketing</i> .....	77
4.4	Analisis Statistik Kepercayaan Konsumen .....	77
4.5	Klasifikasi Penilaian Variabel Kepercayaan Konsumen .....	80
4.6	Analisis Statistik Loyalitas Pelanggan .....	81
4.7	Klasifikasi Penilaian Variabel Loyalitas Pelanggan .....	84
4.8	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	86

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.1	Data Keluhan Konsumen Shellco Hijab Tasikmalaya.....	9
2.1	Gambaran dari <i>Omnichannel</i> .....	26
3.1	Struktur Organisasi Shellco Hijab Official Tasikmalaya .....	50
3.2	Model Penelitian.....	62
3.3	Diagram <i>Path Anayisis</i> .....	66
4.1	Hubungan Struktural antara Variabel X1,X2 Terhadap Y .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kegiatan Penelitian.....	105
2	Kuesioner.....	106
3	Identitas Responden.....	110
4	Data Hasil Kuisisioner Penelitian.....	112
5	Uji Instrumen Penelitian.....	118
6	Uji Normalitas.....	126
7	Hasil Analisis Jalur.....	127
8	Daftar Riwayat Hidup.....	128
9	Surat Konfirmasi Penelitian.....	129