

TESIS

PENGARUH INTEGRASI *OMNICHANNEL* DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP NIAT BERBELANJA (*SHOPPING INTENTION*) SERTA RETENSI PELANGGAN (*CUSTOMER RETENTION*) MELALUI PENGALAMAN PELANGGAN (*CUSTOMER EXPERIENCE*)

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi

Oleh:

NAMA : SHARINE SONDANG
NIM : 01689230028



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2025**