

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 PENELITIAN <i>OMNICHANNEL</i> TERDAHULU	10
TABEL 1. 2 JADWAL PENELITIAN	15
TABEL 1. 3 ANGGARAN PENELITIAN.....	17
TABEL 1. 4 STRATEGI SWOT	23
TABEL 2. 1 <i>LITERATURE REVIEW</i>	31
TABEL 4. 1 STATISTIK PENDUDUK KOTA BANDUNG	69
TABEL 4. 2 <i>COFFEE SHOPS</i> DI INDONESIA.....	71
TABEL 4. 3 LOKASI PENGAMBILAN SAMPEL	72
TABEL 4. 4 INFORMASI OBSERVASI.....	74
TABEL 4. 5 JENIS PELANGGAN	75
TABEL 4. 6 HASIL OBSERVASI FLASH COFFEE.....	86
TABEL 4. 7 HASIL OBSERVASI KOPI KENANGAN	90
TABEL 4. 8 HASIL OBSERVASI TOMORO COFFEE	93
TABEL 4. 9 HASIL WAWANCARA FLASH COFFEE.....	99
TABEL 4. 10 HASIL WAWANCARA KOPI KENANGAN	103
TABEL 4. 11 HASIL WAWANCARA TOMORO COFFEE	106
TABEL 4. 12 DEMOGRAFIK WAWANCARA <i>COFFEE SHOPS</i> (LOKASI).....	109
TABEL 4. 13 DEMOGRAFIK SURVEY SEMUA <i>COFFEE SHOPS</i>	110
TABEL 4. 14 DEMOGRAFIK SURVEY FLASH COFFEE.....	110
TABEL 4. 15 SURVEY PENGGUNA FLASH APPS	113
TABEL 4. 16 SURVEY PENGUNJUNG FLASH COFFEE.....	113
TABEL 4. 17 SURVEY FLASH DENGAN FA	113
TABEL 4. 18 DEMOGRAFIK SURVEY KOPI KENANGAN	114
TABEL 4. 19 SURVEY PENGGUNA KOPKEN APPS	115
TABEL 4. 20 SURVEY PENGUNJUNG KOPI KENANGAN	116
TABEL 4. 21 SURVEY KOPKEN DENGAN FA.....	116
TABEL 4. 22 DEMOGRAFIK SURVEY TOMORO COFFEE	116
TABEL 4. 23 SURVEY PENGGUNA TOMORO APPS	119
TABEL 4. 24 SURVEY PENGUNJUNG TOMORO COFFEE	119

TABEL 4. 25 SURVEY TOMORO DENGAN FA.....	119
TABEL 4. 26 DATA MINING FLASH COFFEE	120
TABEL 4. 27 DATA MINING KOPI KENANGAN	120
TABEL 4. 28 DATA MINING TOMORO COFFEE	121
TABEL 4. 29 FLASH <i>LOYALTY</i>.....	123
TABEL 4. 30 KOPKEN <i>LOYALTY</i>	123
TABEL 4. 31 TOMORO <i>LOYALTY</i>	124
TABEL 4. 32 JENIS-JENIS <i>CHANNEL ORDERING</i>.....	128
TABEL 5. 1 ANALISIS HASIL DATA WAWANCARA TERSTRUKTUR	130
TABEL 5. 2 ANALISIS HASIL DATA OBSERVASI	133
TABEL 5. 3 ANALISIS HASIL DATA SURVEY.....	135
TABEL 5. 4 ANALISIS HASIL DATA MINING.....	136
TABEL 5. 5 HASIL TRIANGULASI FLASH COFFEE	137
TABEL 5. 6 HASIL TRIANGULASI KOPI KENANGAN	139
TABEL 5. 7 HASIL TRIANGULASI TOMORO COFFEE	141
TABEL 5. 8 HASIL TRIANGULASI SEMUA COFFEE SHOPS	143
TABEL 5. 9 PERBANDINGAN OMNICHANNEL ORDERING.....	152
TABEL 5. 10 TABEL MODIFIED NPS	160