

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Brand Loyalty	II-7
Gambar 3.1 Model Konseptual	III-1
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	III-2
Gambar 4.1 Frekuensi Merek SIM Card yang digunakan saat ini	IV-2
Gambar 4.2 Frekuensi lama waktu berlangganan	IV-2
Gambar 4.3 Frekuensi penggunaan HP dalam sehari	IV-3
Gambar 4.4 Fasilitas layanan SIM Card yang paling sering digunakan	IV-3
Gambar 4.5. Manfaat yang dirasakan	IV-4
Gambar 4.6. Manfaat yang diharapkan	IV-4
Gambar 4.7. Rata-rata pengeluaran perbulan untuk mengisi pulsa ataupun membayar tagihan	IV-5
Gambar 4.8. Faktor harga yang diutamakan Switcher	IV-6
Gambar 4.9. Faktor yang membuat responden menjadi Habitual Buyer	IV-7
Gambar 4.10. Jumlah Pelanggan kategori Habitual Buyer yang merasa rugi maupun tidak rugi jika berpindah ke merek SIM Card yang lain dari merek SIM Cardnya yang sekarang	IV-8
Gambar 4.11. Faktor yang membuat pelanggan menjadi Satisfied Buyer	IV-9
Gambar 4.12. Faktor yang membuat pelanggan menjadi Liking the Brand	IV-10
Gambar 4.13. Faktor yang membuat pelanggan menjadi Committed Buyer	IV-11
Gambar 4.14 Piramida Loyalitas Merek SIM Card PT Excelcomindo Pratama Pada Kalangan Mahasiswa Di Bandung	IV-12
Gambar 5.1 Piramida Loyalitas merek	V-12
Gambar 6.1 Piramida Loyalitas Merek SIM Card PT Excelcomindo Pratama pada Kalangan Mahasiswa Di Bandung	VI-2