

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Data penjualan dan churn pelanggan Speedy.....	I-1
<b>Tabel 3.1</b>	Jenis skala berjenjang .....	III-7
<b>Tabel 3.2</b>	Skala tingkat kepuasan .....	III-8
<b>Tabel 3.3</b>	Skala tingkat kepentingan.....	III-8
<b>Tabel 3.4</b>	Skala penelitian CSI.....	III-13
<b>Tabel 3.5</b>	Skala penelitian CSGI.....	III-13
<b>Tabel 3.6</b>	Skala penelitian korelasi.....	III-14
<b>Tabel 4.1</b>	Jenis Responden.....	IV-1
<b>Tabel 4.2</b>	Profil pelanggan Speedy dan pesaing.....	IV-2
<b>Tabel 4.3</b>	Alasan pelanggan menggunakan Speedy .....	IV-3
<b>Tabel 4.4</b>	Tingkat pengenalan Speedy terhadap pelanggan pesaing.....	IV-4
<b>Tabel 4.5</b>	Alasan pelanggan berhenti berlangganan layanan sebelumnya .....	IV-5
<b>Tabel 4.6</b>	Keluhan pelanggan selama menggunakan layanan Speedy.....	IV-6
<b>Tabel 4.7</b>	Uji independensi dengan chi-square.....	IV-6
<b>Tabel 4.8</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi produk.....	IV-7
<b>Tabel 4.9</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi tarif .....	IV-7
<b>Tabel 4.10</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi lokasi.....	IV-8
<b>Tabel 4.11</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi promosi.....	IV-8
<b>Tabel 4.12</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi proses.....	IV-9
<b>Tabel 4.13</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi staf.....	IV-9
<b>Tabel 4.14</b>	Perbandingan nilai CSI dan CSGI dimensi fasilitas tambahan.....	IV-10
<b>Tabel 4.15</b>	Letak kuadran tiap atribut layanan Speedy.....	IV-10
<b>Tabel 4.16</b>	Letak kuadran tiap atribut layanan Melsa.....	IV-11
<b>Tabel 4.17</b>	Letak kuadran tiap atribut layanan Centrin.....	IV-12
<b>Tabel 4.18</b>	Letak kuadran tiap atribut layanan Telkomnet Instan.....	IV-12
<b>Tabel 4.19</b>	Letak kuadran tiap atribut layanan lainnya.....	IV-13
<b>Tabel 4.20</b>	Tingkatan loyalitas pelanggan pesaing.....	IV-14
<b>Tabel 4.21</b>	Program customer retention berdasarkan preferensi pelanggan Speedy.....	IV-14
<b>Tabel 4.22</b>	Pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas.....	IV-19
<b>Tabel 4.23</b>	Pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.....	IV-20
<b>Tabel 4.24</b>	Pengaruh total terhadap loyalitas dan loyalitas melalui kepuasan pelanggan.....	IV-20
<b>Tabel 5.1</b>	Keunggulan layanan pesaing berdasarkan dimensi marketing mix.....	V-22
<b>Tabel 5.2</b>	Nilai rata-rata CSI & CSGI tiap dimensi Speedy .....	V-23
<b>Tabel 5.3</b>	Usulan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan Speedy.....	V-24
<b>Tabel 5.4</b>	Usulan program frequency marketing.....	V-27
<b>Tabel 5.5</b>	Usulan program relationship marketing.....	V-28

<b>Tabel 5.6</b>	Usulan program aftermarking.....	V-28
<b>Tabel 5.7</b>	Usulan program implicit guarantee.....	V-29
<b>Tabel 5.8</b>	Usulan program unconditional guarantee.....	V-30
<b>Tabel 5.9</b>	Usulan program payout.....	V-30
<b>Tabel 5.10</b>	Usulan program defection management.....	V-30