DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Pelanggan Layanan Flexi Prabayar di Bandung 1
Tabel I.2 ARPU Flexi 4
Tabel I.3 Ringkasan Kelemahan yang Dimiliki Alat Ukur Eksisting..... 4
Tabel I.4 Alasan Terus Berlanggan Terhadap Layanan Flexi Prabayar 5
Tabel II.1 Penelitian Sebelumnya 11
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian 17
Tabel V.1 Rekapitulasi Hasil *Pretest*..... 38
Tabel V.2 Uji Normalitas Data *Test-retest* 39
Tabel V.3 Rekapitulasi dan Seleksi Hasil Penyebaran Kuesioner..... 41
Tabel V.4 Frekuensi Usia Responden..... 42
Tabel V.5 Frekuensi Pekerjaan Responden 43
Tabel V.6 Frekuensi Penghasilan/Uang Saku Responden..... 43
Tabel V.7 Frekuensi Rata-rata Pengeluaran Untuk Flexi Prabayar..... 44
Tabel V.8 Frekuensi Lama Berlangganan Flexi Prabayar 44
Tabel V.9 Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi *Kendall's tau-b* antara Penghasilan/Uang Saku per Bulan dan Pengeluaran Pulsa Flexi Prabayar per Bulan..... 45
Tabel V.10 *Cross tabulation* antara Penghasilan/Uang Saku per Bulan dan Pengeluaran Pulsa Flexi Prabayar per Bulan 46
Tabel V.11 Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi *Kendall's Tau-b* antara Lamanya Berlangganan Flexi Prabayar Dengan *Corporate Image*.... 47
Tabel V.12 *Cross tabulation* antara Lama Berlangganan Flexi Prabayar dengan *Corporate Image*..... 47
Tabel V.13 Hasil uji signifikansi dan korelasi *Kendall's tau-b* antara Pengeluaran Pulsa Flexi prabayar per Bulan dan *Customer Loyalty*.. 48
Tabel V.14 *Cross tabulation* antara Pengeluaran Pulsa Flexi Prabayar per Bulan dan *Customer Loyalty* 48
Tabel V.15 Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi *Kendall's Tau-b* antara Lamanya Berlangganan Flexi Prabayar Dengan C*ustomer Satisfaction*..... 49

Tabel V.16 *Cross tabulation* antara Lama Berlangganan Flexi Prabayar dengan *Customer Satisfaction* 50
Tabel V.17 Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi *Kendall's Tau-b* antara Lamanya Berlangganan Flexi Prabayar Dengan *Trust* 50
Tabel V.18 *Cross tabulation* antara Lama Berlangganan Flexi Prabayar dengan *Trust* 51
Tabel V.19 Rekapitulasi Nilai Hasil Pengujian Normalitas Data dengan Menggunakan Uji *Shapiro-Wilk* 51
Tabel V.20 Hasil Perhitungan Korelasi *Rank Spearman* 53
Tabel V.21 Hasil Pengelompokan Informasi dari Kesan dan Pesan Pelanggan Flexi prabayar 56
Tabel VI.1 Karakteristik Umum Responden 58
Tabel VI.2 Rangkuman Kecenderungan Jawaban Pada Variabel *Trust* Untuk Responden Flexi Prabayar 62
Tabel VI.3 Rangkuman Kecenderungan Jawaban Pada Variabel *Customer Satisfaction* Untuk Responden Flexi Prabayar 66
Tabel VI.4 Rangkuman Kecenderungan Jawaban Pada Variabel *Switching Cost* Untuk Responden Flexi Prabayar 69
Tabel VI.5 Rangkuman Kecenderungan Jawaban Pada Variabel *Corporate Image* Untuk Responden Flexi Prabayar 74
Tabel VII.1 Proses Perumusan Rekomendasi Program 82
Tabel VII.2 Hasil *Brainstorming* dan Inovasi Rekomendasi Program untuk Variabel *Trust* 85
Tabel VII.3 Hasil *Benchmark* dan Inovasi Rekomendasi Program untuk Variabel *Customer Satisfaction* 89
Tabel VII.4 Hasil *Benchmark* dan *Brainstorming* Rekomendasi Program untuk Variabel *Switching Cost* 92
Tabel VII.5 Hasil *Benchmark* dan *Brainstorming* Rekomendasi Program untuk Variabel *Corporate Image* 96
Tabel VII.6 Rekomendasi Perbaikan Alat Ukur 97
Tabel VIII.1 Kesimpulan Pengaruh Variabel yang Berpengaruh dengan *Customer Loyalty* 98

Tabel VIII.2 Rekomendasi Program Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Flexi Prabayar 99