

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Positioning dan Cara Bayar Produk Telkomsel.....	2
Tabel 1.2 Mekanisme Pengumpulan Poin.....	3
Tabel 2.1 Perbedaan antara Pemasaran Transaksional dan Pemasaran Relasional	22
Tabel 2.2 Konsep Hubungan dalam Relationship Marketing.....	24
Tabel 2.3 Tipologi Program Loyalitas	29
Tabel 2.4 Daftar Penelitian terdahulu yang Meneliti Landasan Penelitian ini	37
Tabel 3.1 Variabel Operasional	47
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert.....	48
Tabel 4. 1 Nilai Rata-Rata Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Asosiasi/Korelasi.....	69
Tabel 4. 3 Crosstab Tingkatan Telkomsel Poin dengan Produk.....	70
Tabel 4. 4 Hasil Uji Asosiasi/Korelasi Tingkatan Telkomsel Poin dan Produk.....	71
Tabel 4. 5 Crosstab Tingkatan Telkomsel Poin dengan Pengeluaran.....	72
Tabel 4. 6 Hasil Uji Asosiasi/Korelasi Tingkatan Telkomsel Poin dengan Pengeluaran	74
Tabel 4. 7 Crosstab Tingkatan Telkomsel Poin dengan Jenis Reward.....	75
Tabel 4. 8 Uji Asosiasi/Korelasi Tingkatan Telkomsel Poin dengan Jenis Reward...	76
Tabel 4. 9 Crosstab Jenis Reward dengan Produk.....	77
Tabel 4. 10 Uji Asosiasi/Hubungan Jenis Reward dengan Produk	78
Tabel 4. 11 Assesment of Normality	79
Tabel 4. 12 Tabel Validitas	82
Tabel 4. 13 Perhitungan Measurement Error dari Perceived Benefits – Monetary Savings	83
Tabel 4. 14 Perhitungan Measurement Error dari Perceived Benefits – Exploration.	84
Tabel 4. 15 Perhitungan Measurement Error dari Perceived Benefits – Entertainment	85
Tabel 4. 16 Perhitungan Measurement Error dari Perceived Benefits – Recognition	85
Tabel 4. 17 Perhitungan Measurement Error dari Perceived Benefits – Social Benefits	86
Tabel 4. 18 Perhitungan Measurement Error dari Perceived Relationship Investment	87
Tabel 4. 19 Perhitungan Measurement Error dari Relationship Quality	88
Tabel 4. 20 Tabel Goodness Of Fit.....	89
Tabel 4. 21 Tabel Pengujian Hipotesis	93
Tabel 4. 22 Hasil Uji Pengaruh Variabel Perceived Benefits dan Perceived Relationship Investment terhadap Relationship Quality berdasarkan Tingkatan Telkomsel Poin.	94

Tabel 4. 23 Tabel Pengujian Hipotesis pada Tingkatan Telkomsel Poin Mass dan Red	95
Tabel 4. 24 Tabel Pengujian Hipotesis pada Tingkatan Telkomsel Poin Gold dan Priority	96
Tabel 4. 25 Direct, Indirect dan Total Effects Variabel Perceived Benefits terhadap Relationship Quality dengan Mediasi PRI.....	98
Tabel 4. 26 Perbandingan Uji T-value dengan dan tanpa mediasi PRI	99