

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand ISP FIXED Indonesia 2015 .....	2
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Alat Pengumpulan Data .....	26
Tabel 3.3 Pedoman Penilaian Fit Indices .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi .....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	48
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Mengenai <i>Employee to customer relationship</i> ( <i>ECR</i> ).....	49
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Mengenai <i>Customer to customer relationship</i> ( <i>CCR</i> ).....	51
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Mengenai <i>Satisfaction (SAT)</i> .....	53
Tabel 4.8 Distribusi Tanggapan <i>Loyalty (LOY)</i> .....	55
Tabel 4.9 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori untuk <i>variable ECR ( Employee to</i> <i>Customer Relationship)</i> .....	58
Tabel 4.10 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori untuk <i>variable CCR ( Customer</i> <i>to Customer Relationship)</i> .....	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori untuk <i>variable SAT( Satisfaction)</i> .....	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori untuk <i>variable LOY( Loyalty)</i> ..	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Kesesuaian Model (GOF).....	66
Tabel 4.14 Uji Parsial (Uji t) Pengaruh <i>ECR</i> Terhadap <i>CCR</i> .....	68
Tabel 4.15 Uji Parsial (Uji t) Pengaruh <i>ECR</i> Terhadap <i>SAT</i> .....	69
Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji t) Pengaruh <i>ECR</i> Terhadap <i>LOY</i> .....	70
Tabel 4.17 Uji Parsial (Uji t) Pengaruh <i>CCR</i> Terhadap <i>SAT</i> .....	71
Tabel 4.18 Uji Parsial (Uji t) Pengaruh <i>CCR</i> Terhadap <i>LOY</i> .....	71
Tabel 4.19 Uji Parsial (Uji t) Pengaruh <i>SAT</i> Terhadap <i>LOY</i> .....	72