

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Tabel Top <i>Brand Award</i> 2016	5
TABEL 1.2 Tabel Peringkat Operator Seluler Berdasarkan <i>Customer Number</i>	6
TABEL 1.3 Tabel Peringkat Operator Seluler Berdasarkan <i>Customer Growth</i>	7
TABEL 1.4 Tabel Perbedaan dan Persamaan Layanan	11
TABEL 2.1 Manfaat – Manfaat Merek	19
TABEL 2.2 Dimensi Untuk Mengukur <i>Customer Based Brand Equity</i> Berdasarkan Studi Empiris	24
TABEL 2.3 Penelitian Terdahulu	30
TABEL 3.1 Karakteristik Penelitian	51
TABEL 3.2 Variabel Operasional	54
TABEL 3.3 Skala Likert	58
TABEL 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y	63
TABEL 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel	65
TABEL 3.6 Kriteria Interpretasi Skor	66
TABEL 4.1 Responden Terhadap Dimensi <i>Brand Awareness</i>	83
TABEL 4.2 Responden Terhadap Dimensi <i>Perceived Quality</i>	85
TABEL 4.3 Responden Terhadap Dimensi <i>Brand Association</i>	88
TABEL 4.4 Responden Terhadap Dimensi <i>Brand Loyalty</i>	92
TABEL 4.5 Responden Terhadap <i>Customer Based Brand Equity</i>	95
TABEL 4.6 Responden Terhadap Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	97
TABEL 4.7 Tabel Korelasi Antar Variabel	101
TABEL 4.8 Tabel Hasil Uji R Kuadrat	105
TABEL 4.9 Tabel Anova untuk Menghitung Uji F	106
TABEL 4.10 Tabel Uji T	108
TABEL 4.11 Tabel Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	113
TABEL 4.17 Tabel Nilai Persentase Dimensi <i>Customer Based Brand Equity</i>	114