

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Alasan Terus Berlanggan Layanan Speedy	4
Tabel 2.1	Rangkuman Penelitian Sebelumnya	10
Tabel 4.1	Uji Normalitas Data <i>Test-retest</i>	23
Tabel 4.2	Uji Korelasi <i>Test-retest</i>	24
Tabel 4.3	<i>Screening</i> Kuesioner	25
Tabel 4.4	Frekuensi Lama Berlangganan	25
Tabel 4.5	Frekuensi Pekerjaan	26
Tabel 4.6	Frekuensi Penghasilan	26
Tabel 4.7	Frekuensi Paket Speedy yang Digunakan	27
Tabel 4.8	Frekuensi Pengeluaran Internet per Bulan	28
Tabel 4.9	Frekuensi Penggunaan Penyedia Jasa Internet Selain Speedy	28
Tabel 4.10	Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi <i>Kendall's tau-b</i> antara Penghasilan per Bulan dan Pengeluaran Internet per Bulan	29
Tabel 4.11	<i>Crosstabulation</i> antara Penghasilan per Bulan dan Pengeluaran Internet per Bulan	30
Tabel 4.12	Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi <i>Kendall's tau-b</i> antara Lama Berlangganan dan <i>Customer Loyalty</i>	31
Tabel 4.13	<i>Crosstabulation</i> antara Lama Berlangganan dan <i>Customer Loyalty</i>	31
Tabel 4.14	Pengujian Kekuatan Pengaruh antara Pekerjaan dan <i>Perceived Quality</i>	32
Tabel 4.15	<i>Crosstabulation</i> antara Pekerjaan dan <i>Perceived Quality</i>	32
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikansi dan Korelasi <i>Kendall's tau-b</i> antara Pengeluaran Internet per Bulan dan <i>Customer Loyalty</i>	33
Tabel 4.17	<i>Crosstabulation</i> antara Pengeluaran Internet per Bulan dan <i>Customer Loyalty</i>	33
Tabel 4.18	Uji Normalitas	34

Tabel 4.19	Pengujian Hipotesis	35
Tabel 5.1	Analisis Umum Responden	38
Tabel 5.2	Rekapitulasi Kecenderungan Jawaban pada Variabel <i>Corporate Image</i>	41
Tabel 5.3	Rekapitulasi Kecenderungan Jawaban pada Variabel <i>Perceived Quality</i>	43
Tabel 6.1	Proses Perumusan Rekomendasi Program <i>Customer Retention</i>	48
Tabel 6.2	Proses Perumusan Rekomendasi terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i>	50
Tabel 6.3	Hasil <i>Benchmark</i> dan Inovasi Rekomendasi Program untuk Variabel <i>Perceived Quality</i>	54
Tabel 6.4	Proses Perumusan Rekomendasi terhadap Variabel <i>Corporate Image</i>	55
Tabel 6.5	Hasil <i>Benchmark</i> dan Inovasi Rekomendasi Program untuk Variabel <i>Corporate Image</i>	59
Tabel 7.1	Kesimpulan Pengaruh Variabel yang Berpengaruh pada <i>Customer Loyalty</i>	60
Tabel 7.2	Kesimpulan Rekomendasi Program <i>Customer Retention</i>	61