

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan kartuHalo Telkomsel Tahun 2017	6
Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan Berhenti Langganan kartuHalo Tahun 2018.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	31
Tabel 3.2 Skala Likert Kuisisioner <i>Branding</i>	38
Tabel 3.3 Validitas <i>Pilot Test</i> kartuHalo.....	39
Tabel 3.4 <i>t-Table</i>	46
Tabel 4.1 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Salience</i> kartuHalo	51
Tabel 4.2 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Perfomance</i> kartuHalo	52
Tabel 4.3 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Imagery</i> kartuHalo	52
Tabel 4.4 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Judgments</i> kartuHalo	53
Tabel 4.5 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Feelings</i> kartuHalo.....	54
Tabel 4.6 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Resonance</i> kartuHalo	54
Tabel 4.7 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Satisfaction</i> kartuHalo.....	55
Tabel 4.8 Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Loyalty</i> kartuHalo.....	56
Tabel 4.9 <i>Convergent Validity Salience Branding</i> kartuHalo.....	57
Tabel 4.10 <i>Convergent Validity Perfomance Branding</i> kartuHalo	58
Tabel 4.11 <i>Convergent Validity Imagery Branding</i> kartuHalo	58
Tabel 4.12 <i>Convergent Validity Judgments Branding</i> kartuHalo	59
Tabel 4.13 <i>Convergent Validity Feelings Branding</i> kartuHalo	59
Tabel 4.14 <i>Convergent Validity Resonance Branding</i> kartuHalo	60
Tabel 4.15 <i>Convergent Validity Satisfaction Branding</i> kartuHalo	60
Tabel 4.16 <i>Convergent Validity Loyalty Branding</i> kartuHalo	60
Tabel 4.17 <i>Cronbach Alpha Branding</i> kartuHalo	61
Tabel 4.18 <i>R Square Branding</i> kartuHalo.....	62
Tabel 4.19 <i>Path Coefficient</i> untuk <i>Branding</i> kartuHalo	63
Tabel 4.20 <i>t-statistics</i> untuk <i>Branding</i> kartuHalo	64
Tabel 4.21 <i>Path Coefficient</i> dan <i>Standard Error Age</i>	65
Tabel 4.22 <i>t-statistics</i> Moderat Age untuk <i>Branding</i> kartuHalo	65
Tabel 4.23 <i>Path Coefficient</i> dan <i>Standard Error Gender</i>	66

Tabel 4.24 <i>t-statistics</i> Moderat <i>Gender</i> untuk <i>Branding</i> kartuHalo	66
Tabel 4.25 <i>Path Coefficient</i> dan <i>Standard Error</i> Pengeluaran Seluler	67
Tabel 4.26 <i>t-statistics</i> Moderat Pengeluaran Seluler untuk <i>Branding</i> kartuHalo .	67
Tabel 4.27 Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan Persepsi.....	68
Tabel 4.28 Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan <i>t-statistics</i>	69
Tabel 4.29 Indikator <i>Salience</i> Berdasarkan Persepsi Pelanggan	70
Tabel 4.30 Indikator <i>Perfomance</i> Berdasarkan Persepsi Pelanggan.....	72
Tabel 4.31 Indikator <i>Imagery</i> Berdasarkan Persepsi Pelanggan.....	74
Tabel 4.32 Indikator <i>Judgments</i> Berdasarkan Persepsi Pelanggan	76
Tabel 4.33 Indikator <i>Feelings</i> Berdasarkan Persepsi Pelanggan	78
Tabel 4.34 Indikator <i>Resonance</i> Berdasarkan Persepsi Pelanggan.....	80