

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Jumlah Pelanggan Speedy	2
Gambar I.2 Grafik Penjualan Speedy.....	2
Gambar I.3 Grafik <i>Market Share LIS Broadband Internet</i>	3
Gambar I.4 Grafik <i>Churn Speedy</i>	4
Gambar II.1 Konsep <i>Brand Equity</i>	9
Gambar II.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	11
Gambar II.3 Nilai dari <i>Brand Awareness</i>	12
Gambar II.4 Nilai dari <i>Brand Association</i>	15
Gambar II.5 Nilai dari <i>Perceived Quality</i>	16
Gambar II.6 Piramida <i>Brand Loyalty</i>	17
Gambar II.7 Nilai dari <i>Brand Loyalty</i>	18
Gambar III.1 Model Konseptual	20
Gambar III.2 Kerangka Pemecahan Masalah.....	21
Gambar III.3 Matriks Klein Grid	30
Gambar IV.1 Persentase Tingkat Pemahaman Responden	33
Gambar IV.2 <i>Gap</i> antara <i>Performance – Importance</i>	50
Gambar IV.3 Matriks Klein Grid Speedy	51
Gambar V.1 Atribut yang Membentuk Asosisasi Speedy	56
Gambar V.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> yang Tidak Kuat.....	64
Gambar V.3 Piramida <i>Brand Loyalty</i> yang Kuat	64
Gambar VI.1 Program Rekomendasi Peningkatan dan Pengelolaan <i>Brand Equity</i> Speedy	69