

Tabel 5.8 Kenyamanan dalam pelayanan fitur-fitur	54
Tabel 5.9 Pelayanan pada <i>Costumer Service</i> yang baik	55
Tabel 5.10 Kesesuaian antara kualitas dengan harga	56
Tabel 5.11 Harga kartu perdana yang lebih murah jika dibandingkan pesaing lain	57
Tabel 5.12 Harga menyesuaikan bagi pengguna	58
Tabel 5.13 Kemudahan konsumen dalam memperoleh produk	59
Tabel 5.14 Terdapat penjualan pulsa diseluruh wilayah	60
Tabel 5.15 Penempatan <i>Galery</i> IM3 yang strategis	61
Tabel 5.16 Kenyamanan fasilitas untuk konsumen	62
Tabel 5.17 Kenyamanan pada pelayanan di <i>Costumer Service</i>	63
Tabel 5.18 Promosi penjualan yang disertai bonus-bonus menarik	64
Tabel 5.19 Promosi penjualan pada saat event tertentu dengan berbagai hadiah.	65
Tabel 5.20 Iklan-iklan produk terbaru yang sangat menarik dimedia cetak	66
Tabel 5.21 Promosi produk sangat menarik di media TV	67
Tabel 5.22 Sering berpindah merek provider karena faktor harga	68
Tabel 5.23 Pembeli yang puas dengan produk yang dikonsumsinya	69
Tabel 5.24 Menemukan kepuasan dalam memakai produk	70
Tabel 5.25 Benar-benar menyukai produk	71
Tabel 5.26 Menyarankan atau mempromosikan ke orang lain untuk membeli Produk	72

Tabel 5.27 Rekapitulasi Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran	73
Tabel 5.28 Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan terhadap Produk IM3 pada Layanan <i>Blackberry</i>	74
Tabel 5.29 Hasil analisis regresi berganda antara tingkat Kepuasan dengan bauran pemasaran menggunakan SPSS	75
Tabel 5.30 Hasil analisis regresi berganda secara simultan tabel ANOVA	78
Tabel 5.31 Hasil analisis regresi berganda antara Kepuasan Pelanggan dengan bauran pemasaran menggunakan SPSS	79