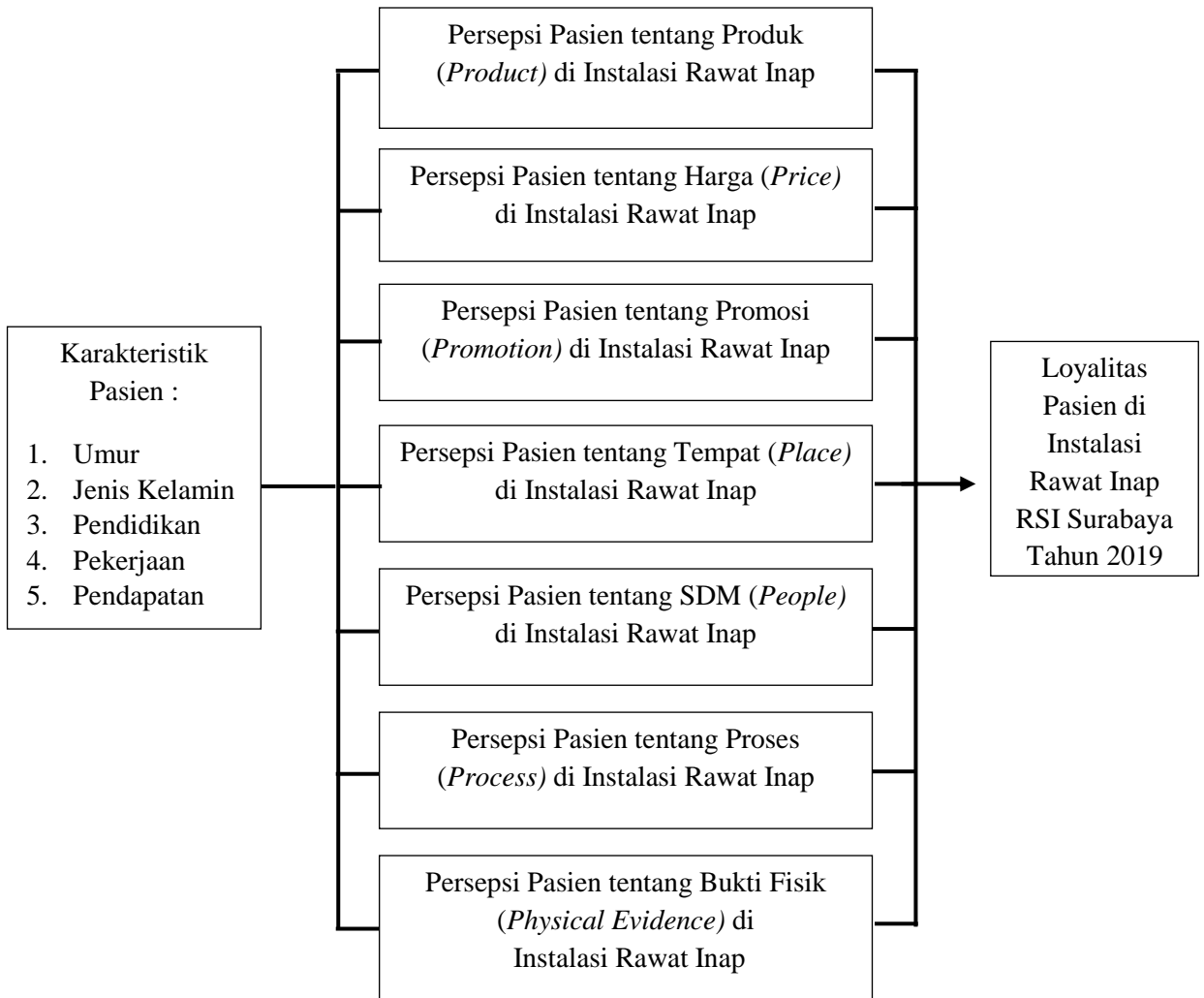


**BAB III**  
**KERANGKA KONSEP**

**3.1 Kerangka Konseptual**



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual  
(AH, Indar, Arifin, 2013), (Dewi, 2009) dan modifikasi peneliti

Keterangan :  
 ----- : Tidak diteliti  
 \_\_\_\_\_ :Diteliti

### 3.2 Penjelasan Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 3.1 pada kerangka konsep penelitian terdapat faktor karakteristik pasien yang mempengaruhi penilaian responden terhadap bauran pemasaran dan loyalitas pasien. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat 7 variabel yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), sumber daya manusia (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*) sebagai variabel independen / variabel yang mempengaruhi, dengan variabel dependennya yakni loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSI Surabaya.

Menurut Kotler dan Keller (2009) faktor demografi yang berupa usia, jenis kelamin, pendidikan serta pekerjaan dari pasien dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap kebutuhan dan harapan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah melihat apakah ada hubungan antara variabel bauran pemasaran 7P dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap.