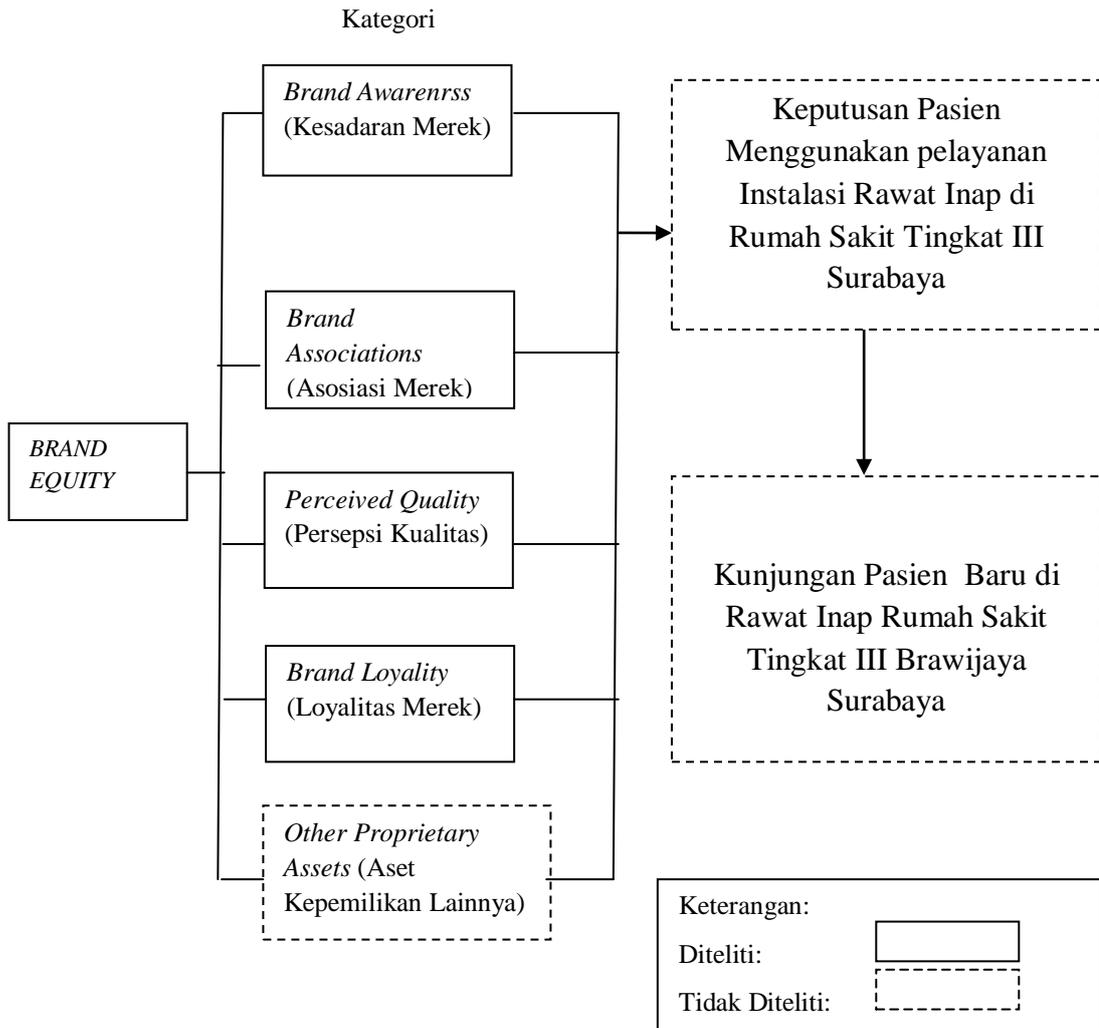


BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

3.1. Kerangka Konseptual



Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian tentang Untuk menganalisis ekuitas merek (*brand equity*) terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan instalasi rawat inap pada pasien di Rumah Sakit Tingkat III Brawijaya Surabaya Tahun 2019 untuk menggambarkan langkah-langkah dalam penelitian ini maka digambarkan dalam kerangka konseptual sesuai yang di atas.

3.2. Penjelasan Kerangka Konseptual

Pada kerangka konseptual tersebut peneliti ingin menggambarkan faktor-faktor dari *brand equity* (ekuitas merek) yang mempengaruhi keputusan pasien baru dalam menggunakan pelayanan Instalasi Rawat Inap di Rumah Sakit Tingkat III Brawijaya. Variabel independen yang akan diteliti ada 4 yaitu antara lain dari segi *brand loyalty*, *brand awareness*, *perceived quality*, dan *brand associations*.

Variabel independen yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah dari variabel *other proprietary assets*, selain variabel independen tersebut ada juga yang tidak diteliti adalah variabel dependen antara lain sebagai berikut keputusan pasien dalam menggunakan pelayanan Instalasi Rawat Inap di Rumah Sakit Tingkat III Brawijaya Surabaya dan penurunan jumlah kunjungan pasien baru di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Tingkat III Brawijaya Surabaya.