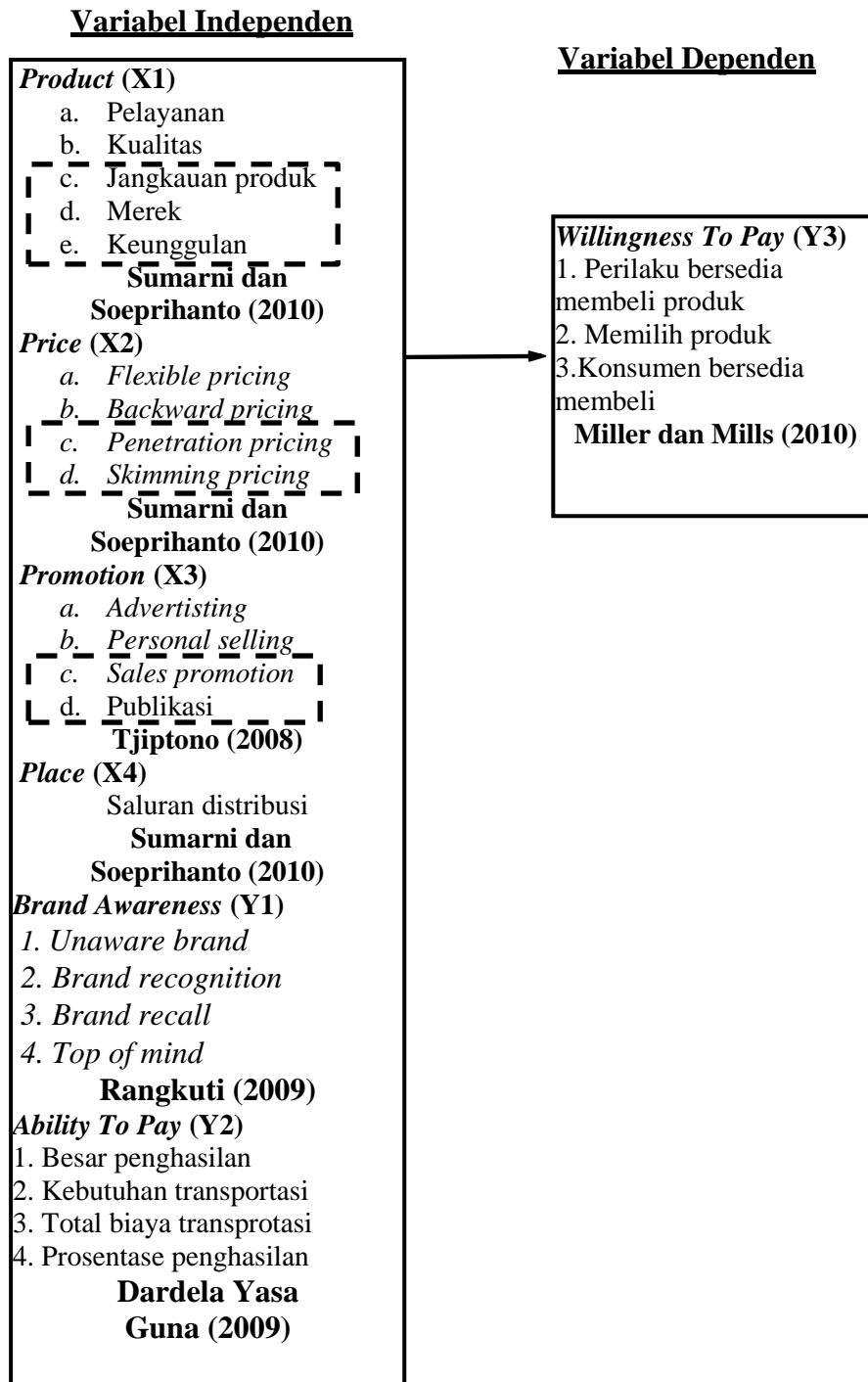


BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan :

————— : Diteliti

----- : Tidak Diteliti

3.2 Penjelasan Konseptual Penelitian

Pada penelitian ini variabel yang diteliti adalah Product dan Price, dimana keduanya masuk dalam variabel independen dan untuk variabel dependen yaitu *Brand Awareness*, *Ability To Pay* dan *Willingness To Pay*.

Pada variabel independen Product/produk meliputi pelayanan dan kualitas. Price/Harga meliputi *flexible pricing* dan *backward pricing*. Promotion/Promosi meliputi *Advertising* dan *personal selling*. Place/Distribusi meliputi saluran distribusi. Pada variabel dependen *Brand awereness* yaitu: *unaware brand*, *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*. *Ability To Pay* (ATP) yaitu besar penghasilan, kebutuhan transportasi, total biaya transportasi, prosentase penghasilan. *Willingness To Pay* (WTP) yaitu perilaku bersedia membeli produk, memilih produk dan konsumen bersedia membeli.