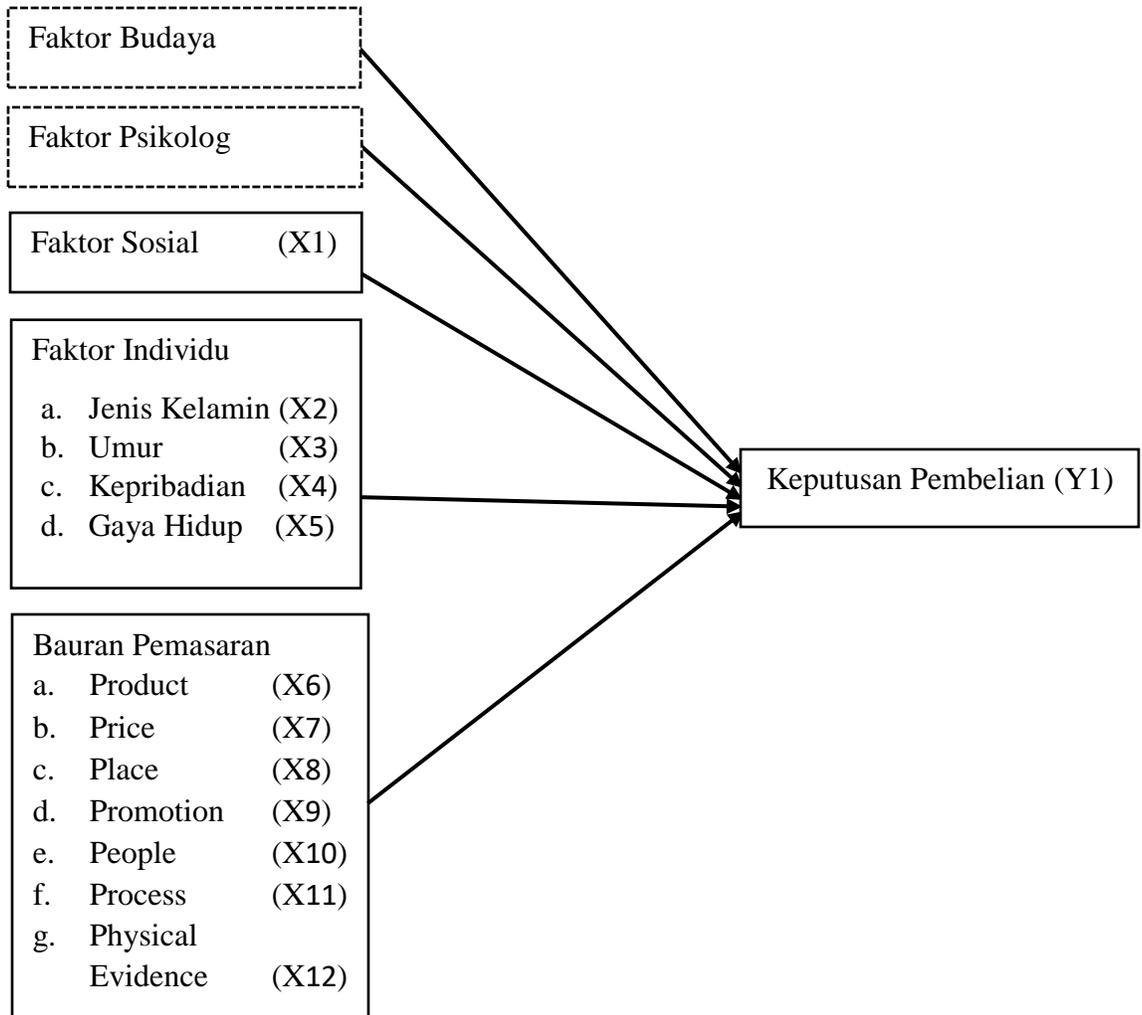


BAB III
KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual
Sumber : (Supriyanto, Ernawaty 2010)

| | |
|------------------|-------|
| Diteliti : | _____ |
| Tidak Diteliti : | |

3.2 Penjelasan Kerangka Konseptual

Pada penjelasan kerangka konseptual tersebut peneliti ingin menggambarkan faktor-faktor dari Faktor Sosial, Faktor Individu dan Bauran Pemasaran yang berhubungan dengan keputusan pembelian pasien rawat inap di Rumah Sakit Wiyung Sejahtera. Variabel yang tidak diteliti yaitu Faktor Budaya dan Faktor Psikologi. Variabel yang akan diteliti adalah Faktor Sosial maupun Faktor individu dari segi pasien Rumah Sakit Wiyung Sejahtera dan dari segi bauran pemasaran yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (tampilan fisik), dan Keputusan pembelian pasien rawat inap di Rumah Sakit Wiyung Sejahtera.

3.3 Hipotesis

Pada penelitian ini yang menjadi hipotesis yaitu :

Ho : Tidak adanya hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian rawat inap

Ha : Adanya hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian rawat inap