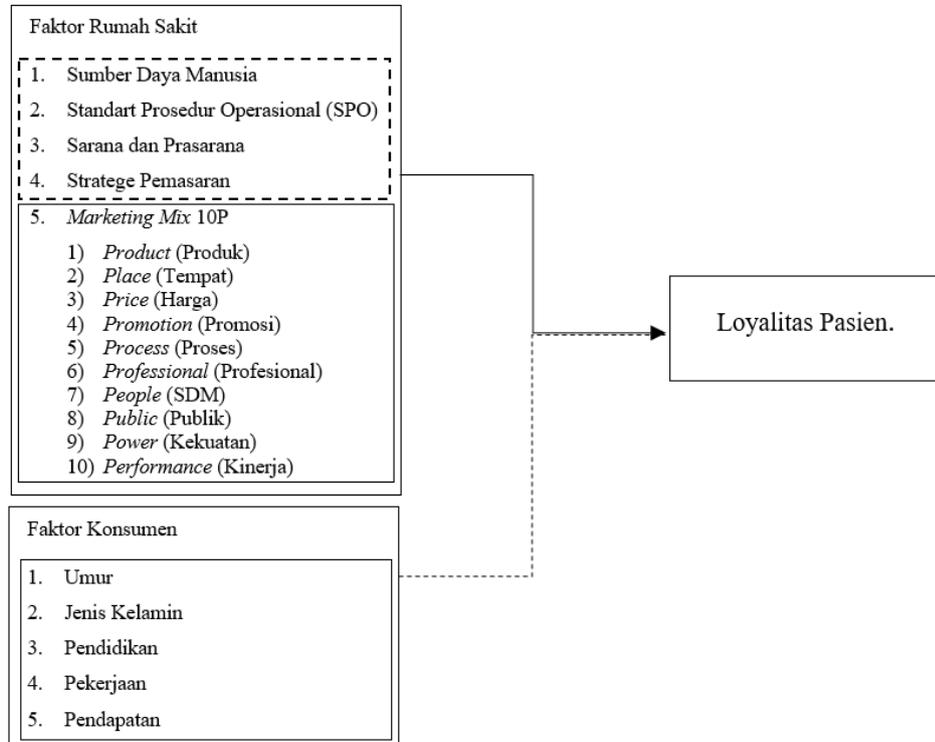


## BAB III

### KERANGKA KONSEPTUAL

#### 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

**Keterangan :**  
————— : Diteliti  
----- : Tidak Diteliti

#### 3.2 Penjelasan Kerangka Konseptual

Pada kerangka konseptual untuk mengetahui karakteristik pasien variabel yang akan diteliti adalah faktor konsumen. Untuk mengetahui adanya pengaruh maka, variabel yang diteliti yaitu *marketing mix* yaitu *product* (produk), *place* (tempat), *price* (harga), *promotion* (promosi), *process* (proses), *professional* (profesional), *people* (SDM), *public* (publik), *power* (power), *performance* (kinerja) terhadap loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Islam Surabaya sebagai variabel dependen.