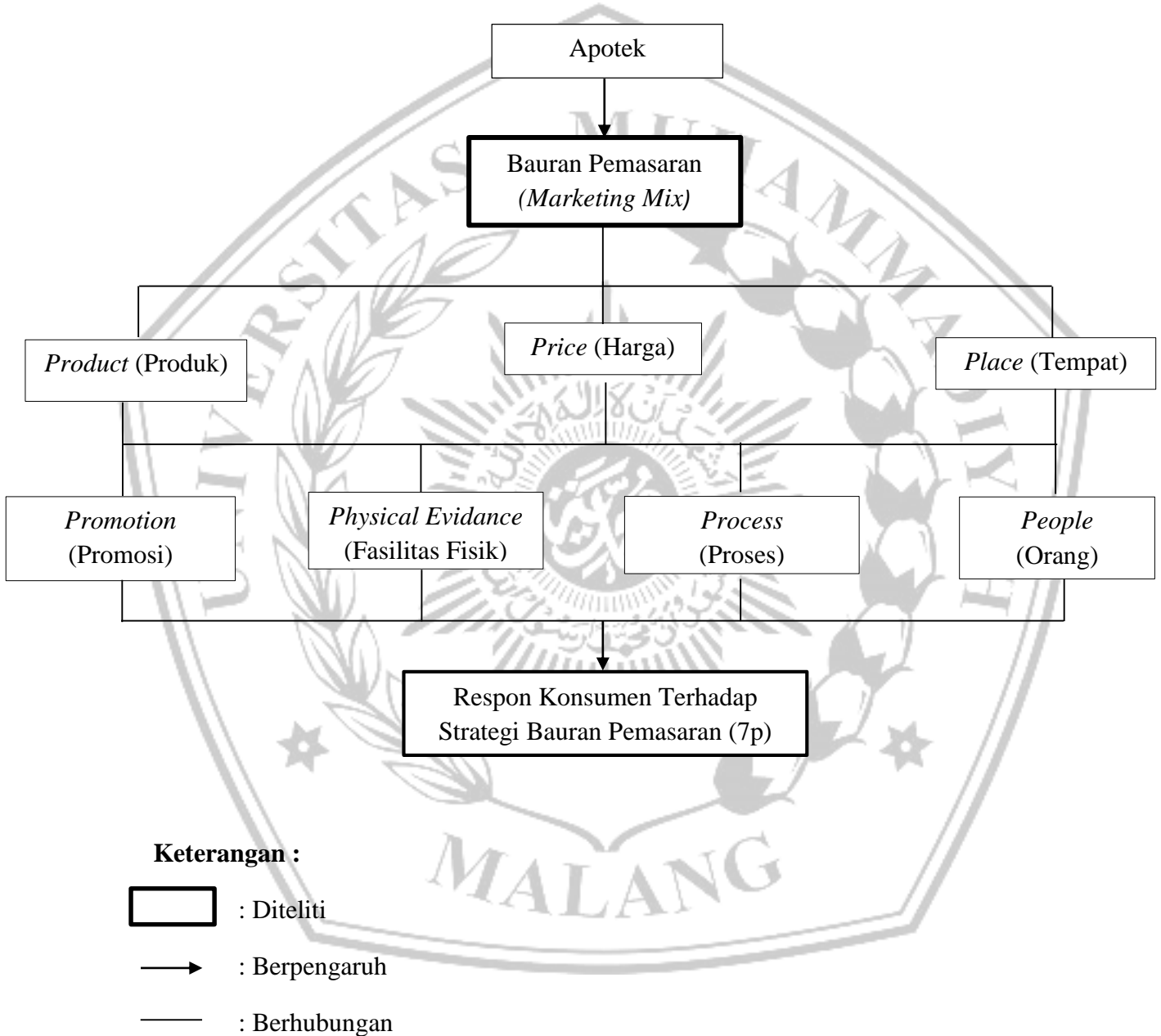


BAB III
KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Bagan Kerangka Konseptual



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

3.2 Uraian Kerangka Konseptual

Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen yang membeli obat di Apotek Merjosari dengan tujuan untuk mengetahui gambaran respon konsumen terhadap bauran pemasaran di Apotek Merjosari. Pada penelitian ini hanya akan diteliti tentang bauran pemasaran di apotek tersebut seperti *product, price, place, promotion, physical evidence, process* dan *people*.

Dalam penelitian ini, konsumen yang memenuhi kriteria inklusi akan diberikan kuesioner dan menjawab pertanyaan pada kuesioner tersebut. Pada kuesioner akan terdapat beberapa jenis pertanyaan dengan variabel peneliti yang akan diteliti. Jika hasil kuesioner yang telah diisi sudah terkumpul maka akan dianalisa bagaimana gambaran respon konsumen terhadap bauran pemasaran di Apotek Merjosari hingga hasil didapatkan.

