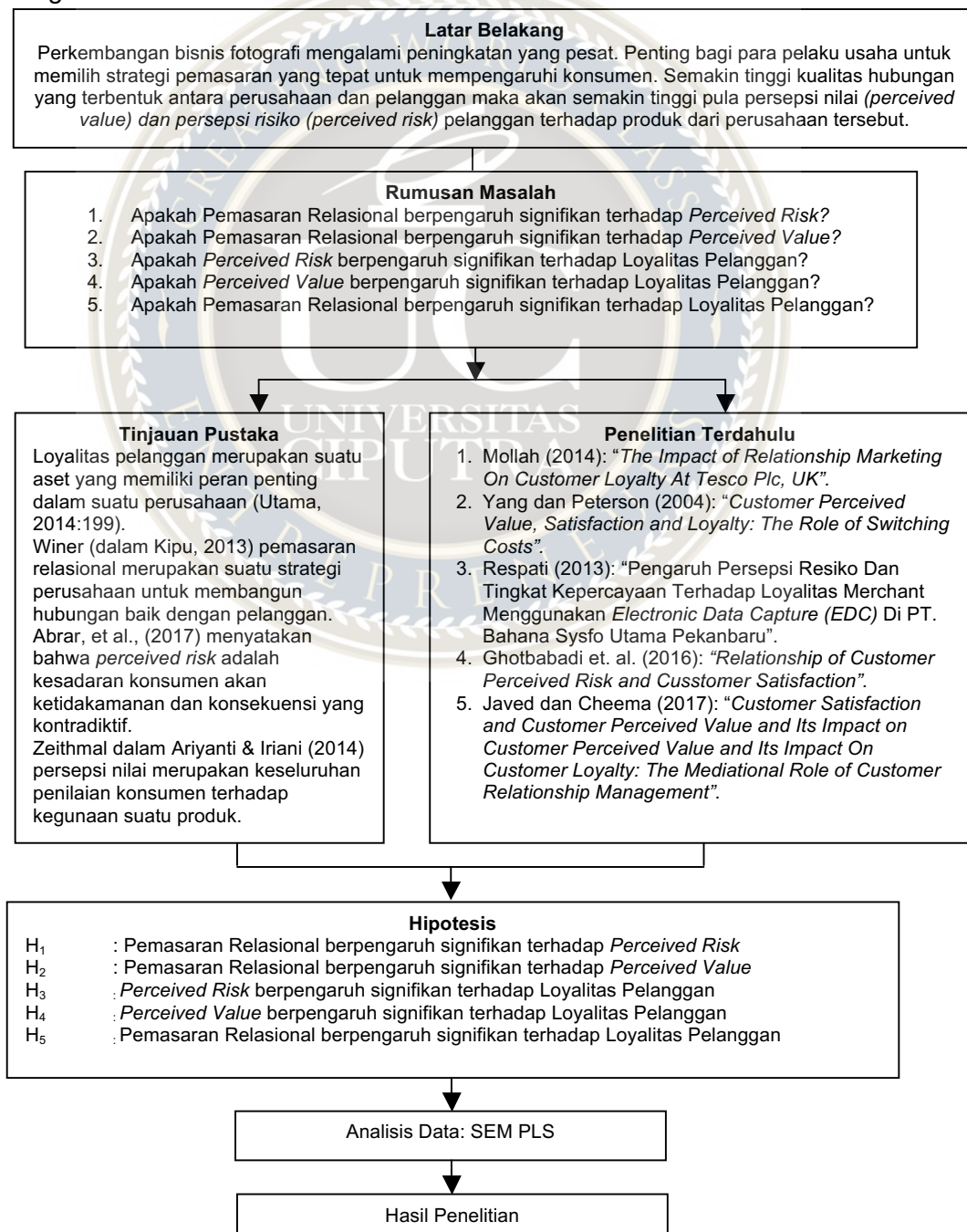


BAB III

KERANGKA PENELITIAN

2.1. Kerangka Berpikir

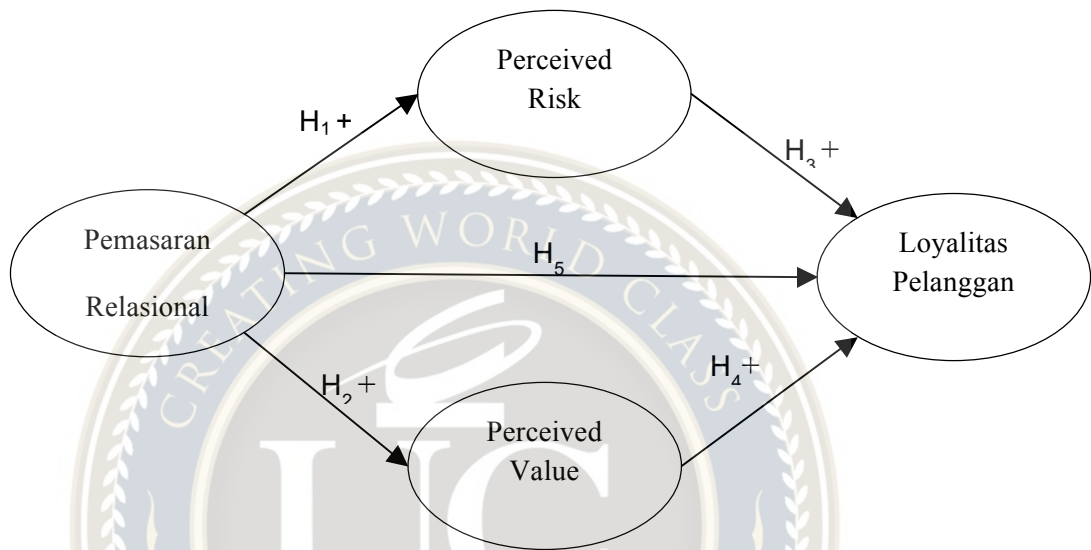
Berdasarkan uraian kajian teoritis dan kajian empiris yang telah dijelaskan, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Berpikir

2.2. Model Analisis

Berdasarkan uraian kajian teoritis dan kajian empiris yang telah dijelaskan, maka model analisis konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Model Analisis Konseptual

2.3. Hipotesis

Mengacu pada kerangka konseptual dan rumusan masalah, serta uraian pada kajian teoritis dan empiris pada bagian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan melalui penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

H₁ : Pemasaran Relasional berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Risk*

H₂: Pemasaran Relasional berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Value*

H₃: *Perceived Risk* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₄: *Perceived Value* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₅: Pemasaran Relasional berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan



