



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah layanan taksi online Uber dan Grab. Subjek yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan taksi online Uber dan Grab di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), “pada setiap awal studi riset, setiap orang menghadapi tugas dalam pemilihan desain tertentu untuk digunakan. Ada sejumlah dimensi desain yang berbeda dan tersedia, namun tidak ada sistem klasifikasi sederhana menjelaskan semua variasi yang harus dipertimbangkan.” Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini memberikan kontribusi untuk penelitian, antara lain :

1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang telah diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



jawabannya dari pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.

3. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Pengendalian Variabel-variabel oleh peneliti

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibedakan menjadi dua, yaitu *experiment* dan *ex post facto study*. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study* dimana peneliti tidak memiliki *control* atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan penelitian *causal*. Penelitian deskriptif menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak. Studi *causal* mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel.

5. Dimensi Waktu

Jenis dimensi waktu yang digunakan adalah *cross-sectional*. Data dikumpulkan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data hanya dilakukan satu kali pada saat pembagian kuesioner kepada para responden.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan mengenai hasil temuan disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah representatif dan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

7. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan lingkup penelitian, studi penelitian ini berupa kondisi lapangan, yang sejalan dengan kondisi lingkungan aktual atau kondisi-kondisi yang lain.

8. Persepsi Subjek

Responden berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

© Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang terdapat pada Bab I, maka variable-variable yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini adalah *Service Quality* (Kualitas Layanan), *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan), dan *Customer Loyalty* (Loyalitas Pelanggan). Indikator dan item pertanyaan setiap variable akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Kualitas layanan

Kualitas layanan (X1) menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip Fandy Tjiptono (2016:125) didefinisikan seberapa bagus tingkat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



layanan yang diberikan (kenyataannya) mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan. sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima. Dari sumber yang sama, pendekatan dengan model SERVQUAL (2016:137) digunakan untuk mengukur kualitas layanan taksi online Uber dan Grab, melalui dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Tabel 3.1. Dimensi dan indikator kualitas layanan

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kualitas layanan SERVQUAL : <i>A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality</i> (Parasuraman, et al., 1988)	Tangibles	Perusahaan mempunyai aplikasi layanan yang penting bagi anda dalam melakukan kegiatan bepergian atau untuk keperluan transportasi.	Interval
		Karyawan (driver) perusahaan berpenampilan rapi.	Interval
	Responsiveness	Para karyawan (driver) perusahaan bersedia untuk merespon pesanan anda.	Interval
		Anda langsung dihubungi karyawan (driver) tepat setelah anda melakukan pesanan.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1. Dimensi dan indikator kualitas layanan

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kualitas layanan SERVQUAL : <i>A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality</i> (Parasuraman, et al., 1988)	Assurance	Anda merasa aman ketika hendak menggunakan layanan dari perusahaan.	Interval
		Karyawan (Driver) perusahaan mampu menjawab pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan.	Interval
	Reliability	Para karyawan (driver) perusahaan selalu memberikan layanannya tepat waktu seperti yang telah dijanjikan.	Interval
		Perusahaan memberikan pelayanannya tanpa melakukan kesalahan apapun semenjak pertama kali anda menggunakan layanan ini (apa yang diberikan perusahaan sama dengan apa yang perusahaan tawarkan kepada anda).	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1. Dimensi dan indikator kualitas layanan

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kualitas layanan SERVQUAL : <i>A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality</i> (Parasuraman, et al., 1988)	Empathy	Anda merasa bahwa perusahaan sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan anda dan memberikan layanannya sebaik mungkin.	Interval
		Anda dapat melakukan pemesanan terhadap layanan perusahaan kapan saja.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2) Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen (Y1) menurut Ali Hasan (2013:91), adalah kondisi dimana konsumen menilai kinerja pelayanan dan dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi. Untuk mengukur kepuasan konsumen taksi online Uber dan Grab, digunakan dimensi kepuasan yang diadaptasi dari Ali Hasan (2013:99) yang disesuaikan dengan kondisi dari perusahaan Uber dan Grab.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.2. Dimensi dan indikator kepuasan konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kepuasan Konsumen Ali Hasan (2013:99)	Accessibility	Anda puas dengan kemudahan dalam melakukan pemesanan pada aplikasi (<i>easy to use</i>)	interval
		Anda puas dengan kemudahan dalam mengakses informasi yang berhubungan dengan pemesanan pada aplikasi perusahaan (data driver, jarak tempuh, harga yang harus dibayar)	Interval
T	Serviciability	Anda puas dengan kemudahan dalam penyampaian keluhan kepada perusahaan saat anda mengalami keluhan	Interval
		Anda puas dengan kecepatan penanganan keluhan yang dilakukan oleh perusahaan.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2. Dimensi dan indikator kepuasan konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kepuasan Konsumen Ali Hasan (2013:99)	Communication	Anda puas dengan kemampuan karyawan (driver) dalam menyampaikan sesuatu atau memberikan jawaban yang mudah dimengerti	Interval
		Anda puas dengan kelancaran karyawan (driver) saat berinteraksi dengan anda atau saat anda melakukan percakapan dengan karyawan (driver)	Interval
	Competence	Anda puas dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan (driver) dalam menemukan lokasi dan tujuan anda.	Interval
		Anda puas dengan pengetahuan karyawan (driver) mengenai informasi yang berhubungan dengan perusahaan dan layanan yang diberikan.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2. Dimensi dan indikator kepuasan konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kepuasan Konsumen Ali Hasan (2013:99)	Courtesy	Anda puas dengan kesopanan karyawan (driver) dari perusahaan.	Interval
		Anda puas dengan sikap bersahabat dari karyawan (driver) terhadap anda.	Interval
	Reliability	Anda puas dengan ketepatan waktu karyawan (driver) dalam memberikan layanan.	Interval
		Anda puas terhadap keandalan perusahaan dalam menyampaikan layanannya (apa yang diberikan perusahaan kepada anda sesuai dengan yang ditawarkan perusahaan kepada anda).	Interval
Security	Anda puas dengan keamanan yang dirasakan saat anda menggunakan layanan dari perusahaan.	Interval	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.2. Dimensi dan indikator kepuasan konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kepuasan Konsumen Ali Hasan (2013:99)	Security	Anda puas dengan keterjaminan sampai pada tempat tujuan yang anda dapat dari perusahaan saat anda menggunakan layanan.	Interval
	Tangibles	Anda puas dengan dengan penampilan (kerapihan dan sopan) dari karyawan (driver).	Interval
		Anda puas dengan kendaraan yang digunakan karyawan (driver) perusahaan untuk memberikan layanannya kepada anda.	Interval
	Understanding Customer	Anda puas dengan kemampuan karyawan (driver) memahami tempat tujuan yang anda kehendaki.	Interval
		Anda puas dengan kemampuan perusahaan dalam menyediakan aplikasi pemesanan online yang sesuai dengan kebutuhan anda.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3) Loyalitas konsumen

Lovelock dan Wirtz (2011:338) mendefinisikan bahwa loyalitas konsumen (Y2) mengembangkan perilaku dan meliputi *preference*, *liking*, dan *future intentions*. Ali Hasan (2013:125) menambahkan bahwa loyalitas menunjukkan adanya probabilitas pembelian, perasaan positif terhadap merek, tingkat kedekatan pelanggan pada merek, dan penggunaan merek yang sama secara teratur.

Loyalitas konsumen taksi online Uber dan Grab diukur dengan menggunakan empat dimensi, yaitu commitment, repurchase, cross-buying, dan word of mouth. (Tinic Sugiati et al.,:2013).

Tabel 3.3 Dimensi dan indikator loyalitas konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Loyalitas konsumen Tinic Sugiati et al., (2013)	Commitment	Anda akan menjadikan perusahaan sebagai pilihan utama anda dalam memilih transportasi online (berbasis kendaraan beroda empat).	Interval
		Anda tetap hanya memakai layanan yang diberikan oleh perusahaan walaupun ada rekomendasi negatif (informasi negatif) mengenai perusahaan yang disampaikan kepada anda.	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3 Dimensi dan indikator loyalitas konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Loyalitas konsumen Tinik Sugiati et al., (2013)	Repurchase	Anda akan mengulang untuk menggunakan layanan (jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan secara rutin.	Interval
		Anda akan mengulang untuk tetap menggunakan layanan yang ditawarkan walaupun mengalami perubahan harga ataupun perubahan lainnya.	
	Cross Buying	Anda akan menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan lebih sering lagi.	Interval
		Anda akan menggunakan layanan tambahan yang ditawarkan perusahaan (jika saat ini atau suatu saat perusahaan menawarkan layanan baru kepada anda).	
	Word of Mouth	Anda akan menyebarluaskan informasi yang baik mengenai layanan dari perusahaan.	Interval
		Anda akan mengajak teman dan keluarga anda untuk menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan kepada anda.	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari jawaban responden atas setiap butir pernyataan yang akan diajukan dalam kuesioner yang mencakup aspek-aspek dalam variable penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner, dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yang telah memiliki pengalaman menggunakan layanan transportasi online beroda empat Uber atau Grab untuk dijawabnya. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pernyataan tertutup, yaitu pernyataan yang telah disusun sebelumnya beserta alternatif jawaban yang sudah ditetapkan.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala ini menghasilkan data interval. Pengukuran menggunakan metode *scoring* 1–5. Angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju atau sangat tidak mendukung pernyataan yang diberikan. Angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju atau sangat mendukung pernyataan yang diberikan. (Cooper dan Schindler, 2014:278). Dalam kuesioner ini, sejumlah pernyataan akan diberikan kepada responden untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* (Kualitas Layanan) terhadap *Customer Satisfaction* (Kepuasan Konsumen) dan dampaknya terhadap *Customer Loyalty* (Loyalitas Konsumen).

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Dengan pendekatan subjektif seperti *nonprobability sampling*, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel akan diambil berdasarkan kriteria yang dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti disebut *judgement sampling*, yaitu sampel nonprobabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden yang sudah pernah menggunakan layanan transportasi online beroda empat Uber atau Grab di Jakarta.

Jumlah sample adalah sebesar 215 sampel yang didasarkan pada pernyataan Hair et al. dalam Hengky Latan (2012:45) yang merekomendasikan jumlah sampel yang dibutuhkan untuk estimasi SEM adalah diatas 200 sampel.

F. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data pada penelitian ini adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian ini. Dalam suatu kuesioner, ada dua syarat penting yang berlaku, yaitu validitas dan reliabilitas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS dalam melakukan uji kuesioner dimana kuesioner akan diuji terlebih dahulu sebelum dilakukan penelitian lebih lanjut dan analisis deskriptif statistic. Selain menggunakan program SPSS, peneliti juga Lisrel 8.80 untuk mempermudah proses perhitungan dan analisis data lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas (Uji Kuesioner)

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013:52). Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner tersebut adalah valid. Penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment (Husein Umar, 2000:190).

Data yang diperlukan dalam rumus adalah:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = banyaknya responden

b. Uji Reliabilitas (Uji Kuesioner)

Reliabilitas sebenarnya adalah sebuah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2013:47). Untuk mengetahui suatu konstruk atau variabel telah reliabel adalah jika nilai Cronbach Alpha > 0.70 (Ghozali, 2013:48).

Rumus cronbach alpha adalah (Husein Umar, 2000:207):

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\text{dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan

σ_1^2 = varians total

2. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2013:19), Statistik Deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu.

a. Rata-rata Hitung (\bar{x})

Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n, maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} =rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, dan intensitas pembelian.

Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan rumus:

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

Fr_1 = frekuensi alternatif ke-i setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

N = Total responden

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus rata-rata tertimbang adalah :

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Dimana :

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

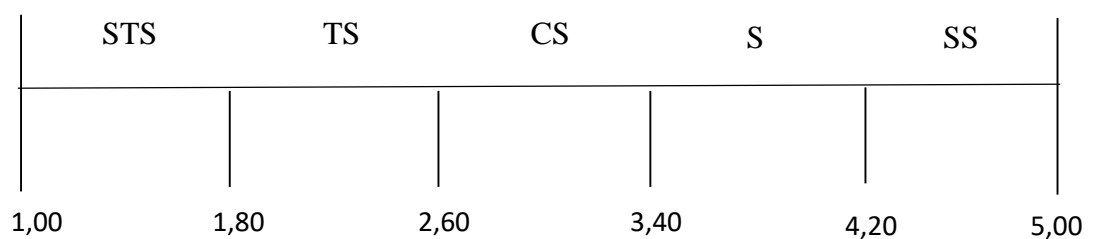
n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Gambar rentang skala :



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Ragu-Ragu (R)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Skala likert didesain untuk melihat seberapa kuat subjek setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Susunan Skala Likert yang dapat digunakan sebagai berikut

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

3. Evaluasi Model Pengukuran

Pengukuran model atau yang seringkali disebut dengan outer model menunjukkan bagaimana variabel manifest atau *observed variable* merepresentasi konstruk laten untuk diukur yaitu dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten tersebut melalui analisis faktor konfirmatori (Hengky Latan 2013:46).

a. Analisis Validitas

Menurut Wijanto(2015:194), analisis validitas model pengukuran dilakukan dengan memeriksa apakah *standardized factor loading* (λ) dari variable-variabel teramati dalam model ≥ 0.50 . jika ada *standardized factor loading* ≤ 0.50 , maka perlu dilakukan respesifikasi.



b. Uji Reliabilitas

Menurut Wijanto (2015:195) mengemukakan bahwa analisis reliabilitas model pengukuran dilakukan dengan menghitung nilai *construct reliability* (CR) dan *variance extracted* (VE) dari nilai-nilai *standardized loading factors* dan *error variances*. Nilai-nilai CR dan VE akan memenuhi persyaratan model yang baik apabila $CR \geq 0.70$ dan $VE \geq 0.50$ melalui rumus-rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{\sum \text{std.loading}^2 + \sum e_j}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{N}$$

4. Penilaian Goodness of Fit

Goodness of Fit merupakan indikasi dari perbandingan antara model yang dispesifikasi dengan matriks kovarian antar indikator atau observed variable. Jika goodness of fit yang dihasilkan suatu model itu baik, maka model tersebut dapat diterima. Menurut Hengky Latan (2012:48), “dalam suatu penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria *goodness of fit*. Menurut Hair et al. (2010) penggunaan empat sampai lima kriteria *goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kriteria dari *goodness of fit* yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices*, dan *parsimony fit indices* terwakili.” Menurut Wijanto (2015:195), apabila nilai-nilai tidak dapat dipenuhi maka perlu dilakukan respesifikasi model.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Chi Square (χ^2)

Rasio perbandingan antara nilai chi-square dengan *degrees of freedom* yang disarankan oleh Wheaton (1977) adalah kurang dari 5, yang mengindikasikan model yang fit (Ghozali&Fuad, 2008 : 327).

b. Goodness of Fit Index (GFI)

Merupakan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat model yang diprediksi dibandingkan dengan data observasi yang sebenarnya. Nilai GFI yang dianjurkan sebagai ukuran fit model adalah >0.90 (Hengky Latan 2013:49)

c. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

Nilai RMSEA yang kurrang dari 0.05 mengindikasikan goodness of fit model yang sangat baik, nilai RMSEA yang kurang dari atau sama dengan 0.08 mengindikasikan goodness of fit model cukup baik dan nilai RMSEA di atas 1.00 mengindikasikan bahwa model perlu diperbaiki. Demikian juga nilai P value for RMSEA harus lebih besar dari 0.05 (Hengky Latan 2013:50).

d. Adjusted Goodness of Fit (AGFI)

Nilai AGFI yang direkomendasikan untuk indikasi model fit adalah ≥ 0.90 (Hengky Latan 2013:50).

e. Normed Fit Index (NFI)

Nilai NFI yang direkomendasikan untuk indikasi sampel model fit adalah >0.90 (Hengky Latan 2013:51).

f. Comparative Fit Index (CFI)

Nilai CFI yang direkomendasikann untuk indikasi model fit adalah >0.90 (Hengky Latan 2013:51).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



g. Incremental Fit Index (IFI)

Nilai IFI yang direkomendasikan untuk indikasi nilai fit adalah >0.90 (Hengky Latan 2013:51).

h. Relative Fit Index (RFI)

Nilai RFI yang direkomendasikan untuk indikasi model fit adalah >0.90 (Hengky Latan 2013:51).

i. Akaike's Information Criterion (AIC) dan Consistent Akaike Information Index (CAIC)

Model akan dikatakan fit jika nilai AIC dan CAIC default model $<$ nilai AIC dan CAIC saturated dan independence model. (Hengky Latan 2013:52)

j. Expected Cross Validation Index (ECVI)

Jika nilai ECVI default model $<$ nilai ECVI saturated dan independence model, maka dapat disimpulkan bahwa model fit. (Hengky Latan 2013:52)

k. Parsimonious Goodness of Fit Index (PGFI)

Nilai PGFI yang paling direkomendasikan adalah >0.60 (Hengky Latan 2013:53)

5. Penilaian Model Struktural

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survey (Ghozali&Fuad, 2008 : 335).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *service quality (exogenous)* terhadap *customer satisfaction (endogenous1)*

$$H_0 : \gamma_{1.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{1.1} \neq 0$$

2. Pengaruh *service quality (exogenous)* terhadap *loyalty (endogenous 2)*

$$H_0 : \gamma_{2.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{2.1} \neq 0$$

3. Pengaruh *customer satisfaction (endogenous1)* terhadap *loyalty (endogenous2)*

$$H_0 : \beta_{2.1} = 0$$

$$H_a : \beta_{2.1} \neq 0$$

4. Pengaruh *service quality (exogenous)* terhadap *loyalty (endogenous2)* melalui *customer satisfaction (endogenous1)*

$$H_0 : \gamma_{1.1} + \beta_{2.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{1.1} + \beta_{2.1} \neq 0$$

Tolak H_0 apabila $t\text{-value} > t\text{-tabel}$.

- a. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara stimulan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R^2 ,

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural (Ghozali&Fuad, 2008 : 336).

6. Path Diagram

6. Path Diagram

Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model (Ghozali&Fuad, 2008 : 15).

Path diagram berguna untuk menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut juga mengurangi *specification error* dengan menyoroti hubungan-hubungan yang dihilangkan, variabel-variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. *Path diagram* juga membantu dalam mendeteksi kesalahan pada persamaan yang telah dibentuk yang ditampilkan pada program LISREL (Ghozali&Fuad, 2008 : 16).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan gambar 3.1 :

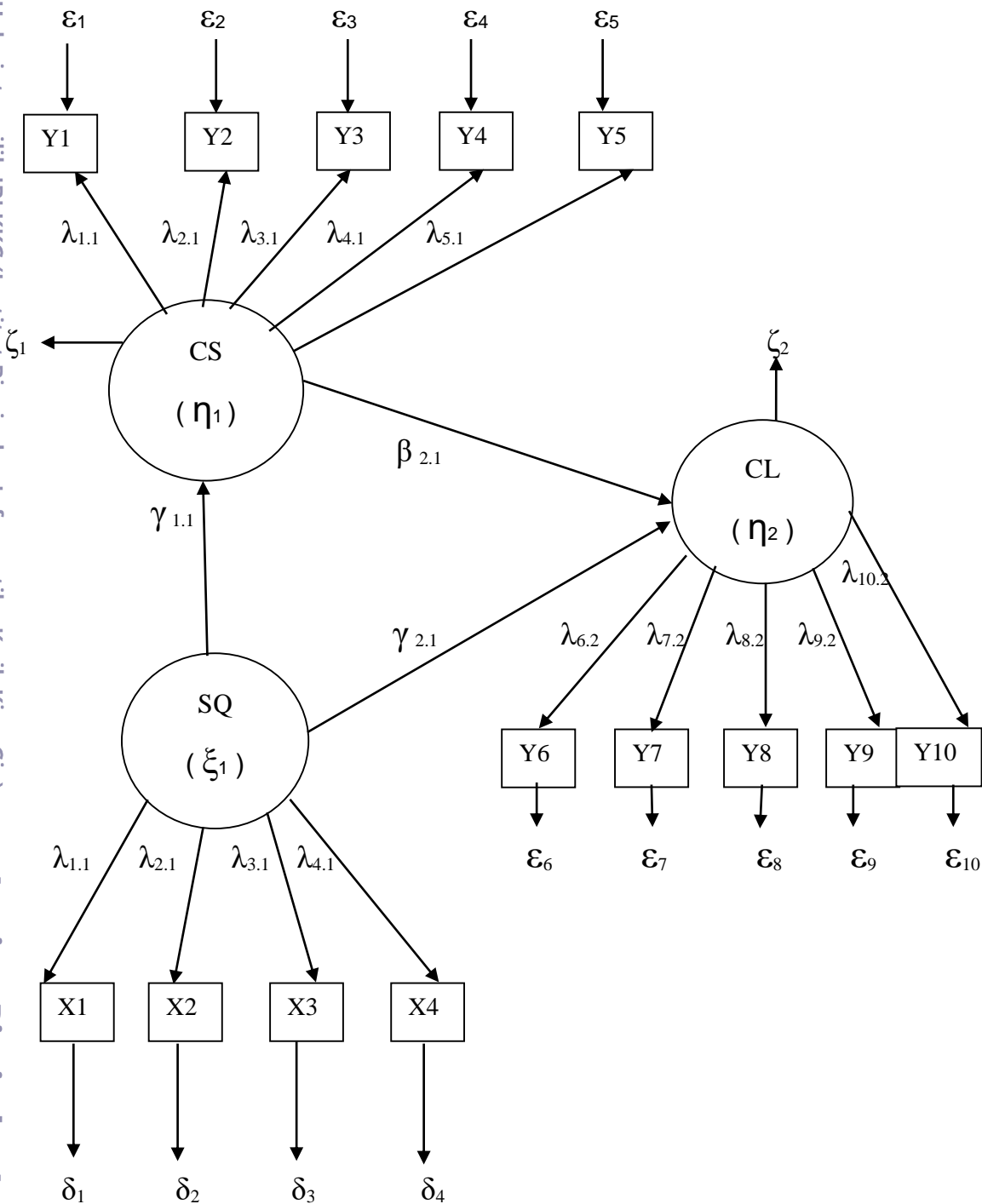
Ⓒ ξ (KSI)	: variabel laten eksogen
η (ETA)	: variabel laten endogen
γ (GAMMA)	: hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen
β (BETA)	: hubungan antara sama-sama variabel endogen
Y	: Indikator variabel endogen
X	: Indikator variabel eksogen
λ (LAMBDA)	: hubungan antara variabel laten dengan indikatornya
ε (EPSILON)	: <i>measurement error</i> untuk indikator variabel endogen
δ (DELTA)	: <i>measurement error</i> untuk indikator variabel eksogen
ζ (ZETA)	: <i>measurement error</i> yang terjadi akibat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 3.1
Diagram Alur



Sumber : diadaptasi oleh peneliti

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari diagram alur tersebut, maka didapat persamaan sebagai berikut :

1. Persamaan Struktural

$$\eta_1 = \gamma_{1.1} \xi_1 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_{2.1} \xi_1 + \beta_{2.1} \eta_1 + \zeta_2$$

2. Persamaan pengukuran variabel eksogen

$$X_1 = \lambda_{1.1} \xi_1 + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{2.1} \xi_1 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{3.1} \xi_1 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{4.1} \xi_1 + \delta_4$$

3. Persamaan pengukuran variabel endogen :

$$Y_1 = \lambda_{1.1} \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{2.1} \eta_1 + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{3.1} \eta_1 + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{4.1} \eta_1 + \varepsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{5.1} \eta_1 + \varepsilon_5$$

$$Y_6 = \lambda_{6.1} \eta_1 + \varepsilon_6$$

$$Y_7 = \lambda_{7.1} \eta_1 + \varepsilon_7$$

$$Y_8 = \lambda_{8.1} \eta_1 + \varepsilon_8$$

$$Y_9 = \lambda_{9.1} \eta_1 + \varepsilon_9$$

$$Y_{10} = \lambda_{10.1} \eta_1 + \varepsilon_{10}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.