



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN
ITADAKIMASU DI PANTAI INDAH KAPUK**

Oleh:

Nama : Warren Indra Roostam

NIM : 24110224

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2016

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

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN ITADAKIMASU DI PANTAI INDAH KAPUK

Oleh :

Nama : Warren Indra Roostam

NIM : 24110224

Jakarta, 13 Mei 2016

Disetujui Oleh:

Pembimbing,


(Dr. Tony Sitinjak)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



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



ABSTRAK

Warren Indra Roostam / 24110224 / 2016 / Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Itadakimasu di Pantai Indah Kapuk /Dr. Tony Sitinjak

Kemajuan dibidang sosial ekonomi, mengakibatkan pola konsumsi pada makanan dan minuman mengalami perubahan kearah yang lebih beragam. Seperti halnya dengan munculnya makanan dan minuman khas Jepang yang unik dan beragam. Bagi produsen, tentu saja hal ini akan menimbulkan suatu ancaman, karena semakin banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat persaingan yang terjadi. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan cara menerapkan kualitas produk dan citra merek yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di Itadakimasu.

Kualitas Produk terdiri dari enam dimensi yang terdiri dari bentuk, fitur, kustomisasi, mutu kinerja, mutu kesesuaian dan gaya. Sedangkan citra merek terdiri dari tiga dimensi yang terdiri dari fungsi produk, sikap terhadap produk, dan reputasi merek. Kepuasan konsumen adalah kinerja suatu produk sesuai dengan harapan dari konsumen. Apabila kinerja sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan puas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 100 responden yang merupakan konsumen dari Itadakimasu Pantai Indah Kapuk. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, skala likert, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik. Alat bantu yang digunakan menganalisis data adalah SPSS 20.0.

Penelitian ini mendapatkan hasil dengan berdasarkan analisis regresi berganda dan korelasi diperoleh hasil bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang artinya konsumen merasa puas terhadap produk dan citra merek yang diberikan Itadakimasu.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

Warren Indra Roostam / 24110224 / 2016 / The Relationship of Product Quality and Brand Image to Customer Satisfaction at Itadakimasu Pantai Indah Kapuk /Dr. Tony Sitinjak.

Rapid development of social and economic sector has led society into a more diverse consumer behavior, including their behavior towards food and beverages. Thus, nowadays we could see new emerging restaurants that aim to accommodate this change of behavior. In order to get share in the market, these restaurants are competing through their product quality and brand image. Therefore, this research aims to analyze the relationship of product quality and brand image to customer satisfaction in restaurant. For the purpose of this research, the writer use Itadakimatsu restaurant as the means of observation.

Quality consist of six dimensions, which are form, feature, customization, performance quality, conformance quality ,and style. Whereas brand image consists of three dimensions, which are functional image, affective image and reputation. In this paper, the writer defined customer satisfaction as the level where the performance of the product and customer expectation meets.

This research use descriptive method where data collection was done through spreading questionnaire to 100 consumers of Itadakimatsu Pantai Indah Kapuk. The research tools used in this paper are validity test, reliability test, likert scale, multiple linear analysis, and classical assumption test with the help of SPSS 20.0 to analyze data.

From the results of the research, based on linear regression analysis and correlation, the writer was able to conclude that product quality and brand image have significant role in customer satisfaction of Itadakimatsu Pantai Indah Kapuk.

The conclusion of the research obtained result that product quality and brand image have influenced customer satisfaction, which means consumers have satisfied with product and brand image of Itadakimasu.

Key words: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi, baik berupa bimbingan, nasihat, petunjuk maupun dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis khususnya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Tony Sitinjak selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah bersedia menyumbangkan tenaga, pikiran, dan waktu untuk memberikan bimbingan, kritik dan masukan-masukan berharga dalam penulisan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalankan proses kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ekonomi ini.
3. Para staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang telah membantu penulis dalam mencari sumber-sumber penulisan untuk skripsi ini.
4. Semua anggota keluarga baik kedua orang tua dan kakak serta adik yang senantiasa mendukung, membimbing, dan mendoakan terselesainya skripsi ini.
5. Teman-teman, Monica Eka Surya, Felix Santosa, Natasya Divia, William Sanjaya, Hans dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan masukan dan semangat kepada penulis.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama ini.





Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menjadi masukan bagi penulis untuk di kemudian hari. Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.

Jakarta, 24 Februari 2016

Penulis

Warren Indra Roostam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

	JUDUL	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	ABSTRAK	iii
	ABSTRACT	iv
	KATA PENGANTAR.....	v
	DAFTAR ISI	vii
	DAFTAR TABEL	xi
	DAFTAR GAMBAR.....	xiv
	DAFTAR LAMPIRAN	xv
	 BAB I PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Identifikasi Masalah	6
	C. Batasan Masalah	6
	D. Batasan Penelitian	6
	E. Rumusan Masalah	7
	F. Tujuan Penelitian.....	7
	G. Manfaat Penelitian.....	7
	 BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
	A. Landasan Teori	8
	1. Produk	8
	a. Pengertian Produk.....	8

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB III

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.

b. Kualitas Produk.....	8
2. Citra Merek	17
a. Definisi Merek	17
b. Peran Merek	18
c. Strategi Pengembangan Merek	19
d. Definisi Citra Merek	20
e. Pengukuran Citra Merek	20
3. Kepuasan Konsumen.....	23
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	23
b. Mengukur Kepuasan Konsumen.....	25
c. Dimensi Mengukur Kepuasan Konsumen	25
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis Penelitian	32
METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
1. Tingkat Perumusan Masalah	33
2. Metode Pengumpulan Data	34
3. Pengendalian Variabel – Variabel Oleh Peneliti	34
4. Tujuan Penelitian.....	35
5. Dimensi Waktu	35
6. Berdasarkan Cakupan Topik	35
7. Lingkungan Penelitian.....	35
8. Berdasarkan Persepsi Subjek.....	36



C. Variabel Penelitian	36
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variables</i>).....	36
a. Kualitas Produk	36
b. Citra Merek.....	37
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variables</i>)	38
a. Kepuasan Konsumen	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Teknik Pengambilan Sampel	39
F. Teknik Analisis Data	40
1. Uji Validitas.....	40
2. Uji Reliabilitas	40
3. Skor Rata-rata	42
4. Rentang Skala Likert	42
5. Analisis Regresi Berganda.....	44
a. Uji Keberartian Model (Uji F).....	45
b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	46
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	47
6. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Heteroskedastisitas	48
c. Uji Autokorelasi	49

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
B. Analisis Deskripsif	51
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Uji Validitas.....	51
b. Uji Reliabilitas.....	53
2. Analisis Data Responden.....	55
a. Analisis Jawaban Kuesioner	55
3. Uji Asumsi Klasik	77
a. Uji Normalitas	77
b. Uji Heteroskedastisitas	78
c. Uji Autokorelasi	78
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	79
a. Uji F.....	79
b. Uji t.....	80
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	81
C. Hasil Penelitian.....	81
D. Pembahasan	82
KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	88

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.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Sebelumnya	27
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Sebelumnya	28
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Sebelumnya	29
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu Sebelumnya	30
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu Sebelumnya	30
Tabel 3.1	Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kualitas Produk	36
Tabel 3.2	Variabel-variabel dan Indikator-indikator Citra Merek.....	37
Tabel 3.3	Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kepuasan Konsumen.....	38
Tabel 4.1	Jawaban Skala Likert.....	43
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	52
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	52
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	54
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	54
Tabel 4.8	Penilaian Responden Terhadap Bentuk dan Model Produk yang Ditawarkan Itadakimasu Berbeda dengan Restoran Jepang Lainnya	55
Tabel 4.9	Penilaian Responden Terhadap Itadakimasu Menawarkan Porsi Makanan yang Lebih Banyak dari Restoran Jepang Lainnya	56
Tabel 4.10	Penilaian Responden Terhadap Karakteristik Produk yang Ditawarkan Itadakimasu Menambah Ketertarikan Konsumen terhadap Produk	57
Tabel 4.11	Penilaian Responden Terhadap Produk yang Ditawarkan Itadakimasu Sesuai dengan Kebutuhan Konsumen	58
Tabel 4.12	Penilaian Responden Terhadap Produk Itadakimasu Memiliki Kualitas yang Tinggi.....	58

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



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa 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 4.12	Penilaian Responden Terhadap Produk yang Disajikan Itadakimasu Sesuai dengan Spesifikasi yang Dijanjikan	59
Tabel 4.13	Penilaian Responden Terhadap Penampilan Produk Itadakimasu Memiliki Keunikan Tersendiri	60
Tabel 4.14	Penilaian Responden Terhadap Keunikan Produk Itadakimasu Menimbulkan Perasaan Puas bagi Konsumen	61
Tabel 4.15	Skor Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4.16	Penilaian Responden Terhadap Produk Itadakimasu Memiliki Kualitas yang Unggul	63
Tabel 4.17	Penilaian Responden Terhadap Produk Itadakimasu Memiliki Karakteristik yang Lebih Baik daripada Pesaing	64
Tabel 4.18	Penilaian Responden Terhadap Produk yang Ditawarkan Merek Lain Lebih Murah.....	65
Tabel 4.19	Penilaian Responden Terhadap Itadakimasu adalah Merek yang Baik.....	65
Tabel 4.20	Penilaian Responden Terhadap Merek Itadakimasu Memiliki Kepribadian yang Membedakan Dirinya dengan Pesaing	66
Tabel 4.21	Penilaian Responden Terhadap Merek Itadakimasu Tidak Mengecewakan Konsumen.....	67
Tabel 4.22	Penilaian Responden Terhadap Itadakimasu adalah Salah Satu Merek yang Terbaik dalam Restoran Jepang.....	68
Tabel 4.23	Penilaian Responden Terhadap Merek Itadakimasu Sangat Kuat di Pasar	68
Tabel 4.24	Skor Variabel Citra Merek	69
Tabel 4.25	Penilaian Responden Terhadap Rasa Puas Setelah Membeli Produk Itadakimasu yang Berkualitas.....	70
Tabel 4.26	Penilaian Responden Terhadap Harga Produk yang Ditawarkan Itadakimasu Sesuai dan Memuaskan	71
Tabel 4.27	Penilaian Responden Terhadap Itadakimasu Memberikan Pelayanan dengan Cepat yang Memuaskan.....	72
Tabel 4.28	Penilaian Responden Terhadap Itadakimasu Memberikan Pelayanan yang Ramah dan Memuaskan.....	73

© Hak cipta dimiliki IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 4.29	Penilaian Responden Terhadap Perasaan Bangga dan Percaya Diri Menjadi Konsumen Itadakimasu	74
Tabel 4.30	Penilaian Responden Terhadap Kemudahan Dalam Mendapatkan Produk atau Pelayanan Itadakimasu.....	75
Tabel 4.31	Skor Variabel Kepuasan Konsumen.....	75
Tabel 4.32	Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.33	Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.34	Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4.35	Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)	79
Tabel 4.36	Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	80
Tabel 4.37	Hasil uji Koefisien Determinasi (R ²).....	81

© Hak cipta dimiliki 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.

DAFTAR GAMBAR

Kerangka Pemikiran.....	31
-------------------------	----



Gambar 2.1

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra Kuesioner	88
Lampiran 2	Data Pra Kuesioner	91
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	94
Lampiran 4	Kuesioner.....	97
Lampiran 5	Data Kuesioner	100
Lampiran 6	Skor Rata-rata dan Frekuensi	107
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik	113
Lampiran 8	Uji Regresi Linier Berganda.....	114

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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.