KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI DKI JAKARTA

Oleh:

Nama : Junio Calvin

NIM : 27170223

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2021

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI DKI JAKARTA

Diajukan Oleh

Nama : Junio Calvin

NIM : 27170223

Jakarta, 15 April 2021

Disetujui oleh:

Pembimbing,

(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRAK

Junio Calvin / 27170223 / 2021 / Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Marketplace* Shopee di DKI Jakarta/ Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Perkembangan bidang teknologi membuat masyarakat di era globalisasi saat ini ikut mengalami perubahan pola dan gaya hidup. Teknologi menjadi salah satu kebutuhan masyarakat, mengetahui adanya internet yang dapat membantu masyarakat dalam banyak hal seperti konektivitas dan jangkauan yang sangat luas, mengurangi biaya komunikasi, interaktif, fleksibel, berkemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat dan dapat melakukan transaksi secara *online*.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *online customer review*, *online customer rating* dan keputusan pembelian kosumen. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *online customer review* dan *online customer rating*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada 100 sampel konsumen *marketplace* Shopee di DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara non probability sampling dengan teknik judgement sampling. Metode analisi yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji analisis regresi linear berganda, uji-T, uji-F. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 26.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil analisis data menunjukkan terdapat pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian sedangkan *online customer rating* tidak mempengarui keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Keputusan Pembelian.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menggutip sebagian atau seluruh karya ini dengan tidak 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRACT

Junio Calvin / 27170223/2021 / The Influence of Online Customer Reviews and Online Customer Ratings on Consumer Purchase Decisions at the Shopee Marketplace in DKI Jakarta / Advisor: Rita Eka Setianingsih, SE, MM

The development of technology makes society in the current era of globalization also experience changes in patterns and lifestyles. Technology is one of the needs of society, knowing that there is an internet that can help people in many ways such as connectivity and very wide coverage, reducing communication costs, being interactive, flexible, being able to distribute knowledge quickly and to be able to make transactions online.

The theory used in this study is online customer reviews, online customer ratings and consumer purchasing decisions. The variables in this study were divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are online customer reviews and online customer ratings, while the dependent variable in this study is consumer purchasing decisions.

Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 samples of Shopee marketplace consumers in DKI Jakarta. Sampling was done by means of non probability sampling with judgment sampling technique. The analysis method used includes validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, multiple linear regression analysis test, T-test, F-test. Tests were carried out using the help of SPSS 26.

The conclusion of this study is that the results of data analysis indicate that online customer reviews have an effect on purchasing decisions, while online customer ratings do not affect purchasing decisions.

Keywords: Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Purchasing Decisions.

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
1. Dilarang menggunakan 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 milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam menyusun skripsi tentu saja peneliti menemukan banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, serta nasihat dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. sebagai ketua program studi manajemen dan dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepana penulis.
3. Seluruh anggota keluarga peneliti yang senantiasa membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan yang tulus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Julia Angelica yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Pengurus BPM 2019/2020, terima kasih atas ilmu yang diberikan dan pengalaman yang berharga bagi penulis
6. Seluruh teman-teman yang telah berjasa memberikan inspirasi, dukungan, bantuan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah

membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dan bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar apa yang telah penulis paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, April 2020

Junio Calvin

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengcopy 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 Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR ISI

PENGESAHAN ..... **i**

ABSTRAK ..... **ii**

ABSTRACT ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Batasan Masalah 7
D. Batasan Penelitian 7
E. Rumusan Masalah 7
F. Tujuan Penelitian 8
G. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori
1. *E-commerce* 9
a. Jenis-Jenis *E-commerce* 10
2. *Marketplace* 9
3. *Electronic World of Mouth* 13
4. *Online Customer Review* *14*
a. Dimensi *Online Customer Review* 16
5. *Online Customer Rating* 19
a. Dimensi *Online Customer Rating* 19
6. Keputusan Pembelian 21

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

a. Proses Pengambilan Keputusan 22
b. Dimensi Pengambilan Keputusan 25
B. Penelitian Terdahulu 27
C. Kerangka Pemikiran..... 31
D. Hipotesis Penelitian 32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian.....33
B. Desain Penelitian 33
C. Variabel Penelitian..... 35
D. Teknik Pengumpulan Sampel 36
E. Teknik Pengambilan Data..... 37
F. Teknik Analisis Data..... 37
1. Uji Validitas..... 38
2. Uji Reliabilitas 38
3. Analisis Deskriptif 39
4. Analisis Regresi Berganda..... 40'

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 43
B. Analisis Deskriptif 44
1. Uji Validitas 44
2. Uji Reliabilitas.....46
3. Profil Responden 47
C. Analisis Variabel.....50
1. *Online Customer Review*.....50
2. *Online Customer Rating* 52
3. Keputusan Pembelian.....53
D. Hasil Penelitian 54
E. Uji Asumsi Klask.....54
1. Uji Normalitas.....54
2. Uji Autokorelasi.....55
3. Uji Heteroskedastisitas.....56
4. Uji Multikolinieritas.....56

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memfotokopi 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

F. Uji Regresi Linier Berganda 57
1. Uji t 59
2. Uji f 60
G. Pembahasan..... 61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 65
B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 67

LAMPIRAN..... 70

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hakcipta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 27
Tabel 3.1 *Online Customer Review* 35
Tabel 3.2 *Online Customer Rating* 36
Tabel 3.3 Keputusan Pembelian 36
Tabel 3.4 Skala Likert 37
Tabel 3.5 Rentang Skala 39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel *Online Customer Review* 45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel *Online Customer Rating* 45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 47
Tabel 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
Tabel 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Usia 48
Tabel 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan 48
Tabel 4.8 Persentase Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja di Shopee 49
Tabel 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 50
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata *Online Customer Review* 50
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata *Online Customer Rating* 52
Tabel 4.12 Skor Rata-Rata Keputusan Pembelian 53
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas 54
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi 55
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas 56
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas 57

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 58

Tabel 4.18 Hasil Uji t..... 59

Tabel 4.19 Hasil Uji f..... 60

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh *Online Customer Review* dan *Rating* 4

Gambar 1.2 Persaingan *Marketplace* di Indonesia 5

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 31

Gambar 4.1 Logo Shopee 43

© Hakcipta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra-Kuesioner 71
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner *Online Customer Review* 74
Lampiran 3 Data Pra-Kuesioner *Online Customer Rating* 75
Lampiran 4 Data Pra-Kuesioner Keputusan Pembelian 76
Lampiran 5 Output Uji Validitas *Online Customer Review* 77
Lampiran 6 Output Uji Validitas *Online Customer Review* 77
Lampiran 7 Output Uji Validitas Keputusan Pembelian 77
Lampiran 8 Output Uji Reliabilitas *Online Customer Review* 78
Lampiran 9 Output Uji Reliabilitas *Online Customer Rating* 78
Lampiran 10 Output Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian 78
Lampiran 11 Data Profil Responden 79
Lampiran 12 Data Kuesioner *Online Customer Review* 82
Lampiran 13 Data Kuesioner *Online Customer Rating* 85
Lampiran 14 Data Kuesioner Keputusan Pembelian 88
Lampiran 15 Output Rata-Rata Variabel *Online Customer Review* 91
Lampiran 16 Output Rata-Rata Variabel *Online Customer Rating* 91
Lampiran 17 Output Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian 92
Lampiran 18 Output Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas 92
Lampiran 19 Output Uji Asumsi Klasik : Uji Autokorelasi 93
Lampiran 20 Output Uji Asumsi Klasik : Uji Heterokedastisitas 93
Lampiran 21 Output Uji Asumsi Klasik : Uji Multikolinieritas 94
Lampiran 22 Output Analisis Regresi Berganda : Uji t 94

© Hak cipta milik BI 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Lampiran 23 Output Analisis Regresi Berganda : Uji F 95

Lampiran 24 R Table Pearson..... 96

Lampiran 25 Tabel T 97

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© 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.