



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Dalam Penelitian ini , yang menjadi objek penelitian adalah iklan produk Yamaha dan yang menjadi subjek penelitian adalah seluruh pemirsa televisi. Untuk keperluan penelitian, maka penulis menyebarkan kuesioner di Bekasi guna mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan. Kuesioner yang disebarkan oleh penulis sebanyak 100 responden. Kuesioner disebarkan pada bulan Agustus 2014.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2011:140), desain penelitian dapat diklasifikasikan ke dalam perspektif-perspektif:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini berawal dari suatu hipotesis yang bertujuan untuk menguji hipotesis tersebut, maka penelitian ini merupakan penelitian studi formal karena bertujuan untuk menguji suatu hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan seperti apa yang dijabarkan dalam batasan masalah.

2. Pengendalian Variabel

Penelitian ini termasuk dalam desain penelitian ex post facto, karena peneliti tidak mempunyai kendali atau pengaruh atas variabel-variabel yang ada dan hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau sedang terjadi

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kausal karena penelitian ini bermaksud mengukur hubungan-hubungan antar variabel penelitian atau berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya yaitu

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.



apakah terdapat pengaruh Valentino Rossi sebagai *celebrity endorser* terhadap minat beli produk Yamaha di Bekasi.

4. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan penelitian *cross-sectional*. *Cross-sectional* karena dilakukan pada satu titik waktu tertentu (*at one point in time*).

5. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan termasuk dalam studi statistik yang mementingkan keluasan bukan kedalaman. Studi statistik menguji hipotesis secara kuantitatif karena ingin mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan berdasarkan ciri-ciri sampel.

6. Lingkup Penelitian

Menurut lingkup penelitiannya, peneliti menggunakan penelitian lapangan karena peneliti melakukan penelitian berdasarkan kondisi dan situasi yang sebenarnya .

7. Kesadaran Partisipan

Penelitian ini menggunakan data primer yang telah disediakan maka berdasarkan kesadaran partisipan, penelitian ini tidak menyebabkan penyimpangan yang berarti bagi partisipan dalam melakukan kegiatan rutin sehari-hari karena peneliti tidak terlibat didalamnya.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiono(2007:59). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang ,objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya .Dalam penyusunan skripsi ini, ada 2 macam variabel penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu



1) Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas dapat diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, yang merupakan variabel independen adalah *celebrity endorser* dengan dimensi sebagai berikut:

a) Daya Tarik Selebriti (X1)

Yang dimaksud dengan daya tarik selebriti disini adalah karakteristik fisik atau yang nampak dari selebriti. Indikator-indikator daya tarik selebriti yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Menarik (*attractive*)
- b. Tampan (*handsome*)

Data dari indicator-indikator daya tarik selebriti dapat dilihat pada table 3.1

b) Kepercayaan Selebriti (X2)

Yang dimaksud dengan kepercayaan selebriti adalah pandangan konsumen tentang pribadi selebriti. Indikator-indikator keterpercayaan selebriti dalam penelitian ini antara lain:

- a. Dapat diandalkan (*reliable*)
- b. Jujur (*honest*)
- c. Dapat dipercaya (*sincere*)

Indikator –indikator kepercayaan selebriti dapat dilihat pada table 3.2 .

c) Keahlian Selebriti (X3)

Yang dimaksud dengan keahlian selebriti disini adalah pengetahuan selebriti tentang produk yang di-endors-nya. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Ahli (*expert*)



- b. Berpengalaman (experience)
- c. Berpengetahuan (knowledgeable)

Indikator-indikator keahlian selebriti dapat dilihat pada tabel 3.3

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2) Variabel Dependen

Variabel dependen yang sering juga disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen.

Dalam hal ini, yang merupakan variabel dependen adalah minat beli (Y).

Dimensi dari minat beli ini adalah keinginan untuk mengonsumsi dan minat untuk membeli itu sendiri. Indikator-Indikator yang muncul pada tiap-tiap variabel bebas dan terikat inilah yang kemudian akan menjadi dasar penulisan kuesioner. Untuk data dari indikator-indikator keputusan pembelian ini dapat dilihat pada table 3.4

Tabel 3.1

Tabel Operasional Dimensi Daya Tarik Selebriti

Dimensi	Indikator	Instrumen
Daya Tarik Selebriti	Menarik (<i>attractiveness</i>)	<i>Celebrity Endorser</i> memiliki daya tarik fisik yang menarik
	Tampan (<i>handsome</i>)	<i>Celebrity Endorser</i> <i>memiliki wajah yang tampan</i>

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

Tabel Operasional Dimensi Kepercayaan Selebriti

Dimensi	Indikator	Instrumen
Kepercayaan Selebriti	Dapat Diandalkan (reliable)	<i>Celebrity Endorser merupakan orang yang dapat diandalkan</i>
	Jujur (<i>honest</i>)	<i>Celebrity Endorser merupakan seorang yang jujur</i>
	Dapat Dipercaya (<i>sincere</i>)	<i>Celebrity Endorser merupakan seorang yang dapat dipercaya</i>

© 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 3.3

Tabel Operasional Dimensi Keahlian Selebriti

Dimensi	Indikator	Instrumen
Keahlian Selebriti	Ahli (<i>expert</i>)	<i>Celebrity Endorser</i> merupakan seorang yang memiliki keahlian pada bidang otomotif
	Berpengalaman (<i>experience</i>)	<i>Celebrity Endorser</i> merupakan seorang yang mempunyai pengalaman menggunakan produk Yamaha
	Berpengetahuan (<i>knowledgeable</i>)	<i>Celebrity Endorser</i> mempunyai pengahuan yang kuat terhadap produk dalam iklan yang dibintanginya

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang menyalin 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 3.4

Tabel Operasional Variabel Minat Beli

Dimensi	Indikator	Instrumen
Minat Beli	Keinginan untuk Mengonsumsi	<i>Celebrity Endorser</i> dalam iklan mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengonsumsi produk Yamaha
	Minat untuk Membeli	<i>Celebrity Endorser</i> dalam iklan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk Yamaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian ini ,digunakan teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner dimana daftar pertanyaan (kuesioner) disebarkan kepada responden. Jenis Kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup , dimana pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan alternative jawaban yang telah ditetapkan.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Defini populasi Menurut Sugiyono (2007:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik



tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen sepeda motor yang ada di daerah Bekasi .

Menurut (Sugiyono, 2007:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurutnya, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel. Sampel yang diambil dari populasi itu harus betul-betul mewakili. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor dan sudah berusia di atas 17 tahun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, dimana setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan pendekatan non-probability sampling yang digunakan adalah sampling purposive.

Pendekatan yang digunakan sampling purposive yaitu pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pada kriteria dan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah responden penelitian merupakan para pengguna sepeda motor.

F. Teknik Pengukuran Data

Skala pengukuran yang digunakan dalam instrumen untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini ialah skala *likert* .Skala likert digunakan untuk mengukur sikap ,pendapat ,dan persepsi sekelompok orang tentang fenomena sosial .Menurut Sugiyono (2007:132), dengan menggunakan skala likert ini variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak penyusunan item-item instrumen, bisa berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item dalam instrumen ini memiliki gradasi

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 tertinggi (sangat setuju) sampai terendah (sangat tidak setuju).

Pada kuesioner penelitian, kriteria dari setiap jawaban/ pendapat responden menggunakan skala *likert* dengan ketentuan sebagai berikut.

Tabel 3.5
Kriteria Pendapat Responden

Skor	Pendapat
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sugiyono(2007:133)

G. Teknik Analisis Data

1. Persentase

Setiap jawaban pertanyaan yang terkumpul dari hasil pengumpulan kuisisioner akan ditabulasikan dengan memberikan presentase pada masing-masing jawaban.

Rumus :

$$Pr = (\text{Jumlah Responden}) / (\text{Total jumlah Responden}) \times 100\%$$

2. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Sugiyono, 2007:172). Dalam penelitian ini untuk menguji validitasnya digunakan rumus korelasi Product Moment Pearson, dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$



Dimana : X = variabel 1
Y = variabel 2
N = banyaknya pengamatan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur sudah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut di uji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Sugiyono, 2007:172). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitasnya, karena data yang di uji berupa rentangan nilai, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana : r_{11} = reliabilitas instrument
k = banyaknya butir pertanyaan
 σ_t^2 = varian nilai
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

4. Standar deviasi

Standar deviasi merupakan alat ukur ragam , mempunyai satuan pengukuran yang sama dengan data aslinya .Untuk perhitungan digunakan rumus sebagai berikut :

$$= \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}} \text{ atau } \sqrt{\frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n - 1}}$$

Keterangan :

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.



S = Standar Deviasi

X_i = nilai kelas i

\bar{X} = rata-rata tertimbang

n = jumlah sampel

5. Pengaruh variable-variabel independent terhadap variabel Dependent

a) Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Jika data dari variabel berdistribusi normal, analisis parametrik termasuk model regresi dapat digunakan (Duwi Priyatno, 2009:56). Dalam penelitian ini digunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*.

Melalui uji dengan menggunakan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, akan didapat nilai Asymp.Sig (2-tailed). Menurut Duwi Priyatno (2009:56) dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- i. Jika nilai Asymp.Sig < 0.05 maka data berdistribusi tidak normal.
- ii. Jika nilai Asymp.Sig > 0.05 maka data berdistribusi normal.

(2) Uji Multikolinieritas

Menurut Duwi Priyatno (2009:59) pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Menurut Duwi Priyatno (2009:60), mengukur multikolinieritas dapat diketahui dari



besaran Variance Inflation Factor (VIF) dan besaran Tolerance (TOL).

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- i. Jika $VIF < 10$ dan $TOL > 0.1$ maka bebas multikolinieritas.
- ii. Jika $VIF > 10$ dan $TOL < 0.1$ maka terdapat multikolinieritas.

(3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Duwi Priyatno, 2009:74). Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Levene. Menurut Ali Baroroh (2013:25) dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

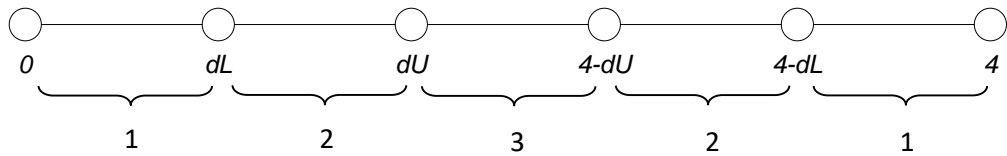
- i. Jika koefisien parameter sign. < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- ii. Jika koefisien parameter sign. > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(4) Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan keadaan terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik adalah tidak adanya autokorelasi. Uji untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson. Menurut Duwi Priyatno (2009:61) dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:



Gambar 3.1
Uji Autokorelasi



Nilai dL dan dU dapat dilihat dari tabel Durbin-Watson dengan $\alpha = 5\%$, dikaitkan dengan k (jumlah variabel bebasnya) dan n (jumlah data). Jika nilai d (Durbin-Watson) berada pada posisi di antara :

- (1) Daerah 1, maka terjadi autokorelasi
- (2) Daerah 2, maka tidak ada kesimpulan
- (3) Daerah 3, maka tidak terjadi autokorelasi

Setelah keempat uji di atas sudah terpenuhi, barulah dapat dilanjutkan dengan menggunakan uji F dan uji t.

b) Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah analisis kuantitatif. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel dan variabel lainnya. Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh kualitas produk dan daya Tarik promosi promosi terhadap keputusan pembelian ulang

Rumus yang digunakan dalam regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = nilai konstan



b = koefisien variabel X

c) Uji Keberartian Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi tersebut dapat digunakan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas F hitung dengan tingkat signifikansinya (α). Dari tabel Anova akan diperoleh nilai F hitung dan signifikansi F. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- i. Jika $\text{Sig. F} < 0.05$ berarti model regresi dapat digunakan.
- ii. Jika $\text{Sig. F} > 0.05$ berarti model regresi tidak dapat digunakan..

d) Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang disusun. Dasar pengambilan keputusan dapat dibuat dengan membandingkan probabilitas t hitung dengan tingkat signifikansi (α). Dengan program SPSS akan diperoleh nilai t hitung dan juga *probability value* (Sig.). Nilai *probability value* dibandingkan dengan $\alpha = 0.05$. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- a. Jika *probability value* < 0.05 maka tolak H_0 artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
- b. Jika *probability value* > 0.05 maka tidak tolak H_0 artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

e) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel *independent* dalam menerangkan variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah Antara nol dan satu . Nilai

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.

R^2 berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependent*.

Nilai koefisien determinasi berada dalam selang $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:

- 1) $R^2 = 0$, berarti variabel *independent* (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel *dependent* (Y)
- 2) $R^2 = 1$, berarti bahwa variabel *independent* (X) secara sempurna mampu menjelaskan variabel *dependent* (Y)

© 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.