



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah pengunjung Time Futsal Kelapa Gading yang pernah melihat tayangan iklan shampo *Head & Shoulders Men* yang dibintangi oleh Lionel Messi. *Endorser* yang dipilih oleh peneliti adalah seorang atlit sepakbola yang sangat berprestasi dibidangnya yaitu Lionel Messi.

Time Futsal adalah sebuah gelanggang olahraga Futsal yang terletak di jalan Pegangsaan Dua, Kelapa Gading. Gelanggang Olahraga ini memiliki 10 lapangan futsal dengan berbagai ukuran. Setiap pengunjungnya rata-rata selalu ikut berolahraga dan hampir seluruh pengunjungnya laki-laki yang memiliki hobi bermain sepak bola dan sedikit banyak mengerti dunia sepak bola.

Alasan peneliti melakukan penelitian terhadap obyek, dikarenakan peneliti menganggap perusahaan shampo *Head & Shoulders Men* menggunakan *endorser* seorang atlit sepakbola yang berprestasi dibidangnya, sehingga iklan maupun produk yang ditawarkan dapat mudah diingat oleh masyarakat luas. Obyek penelitian yang merupakan penggemar sepak bola dinilai tepat untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *celebrity endorser* dengan minat pembelian pengunjung *time futsal*.

B. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian survey. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif yang merupakan sebuah

© Hak cipta milik IBI IKKG (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.



metode yang menjelaskan suatu masalah dengan hasil yang dapat digeneralisasikan dan mengutamakan aspek keluasan data sehingga data yang didapat merupakan representasi dari seluruh populasi. Deskriptif bertujuan untuk membuat penjelasan secara sistematis dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau obyek tertentu.

Kriyantono (2008:55) menyatakan bahwa :

“Riset kuantitatif merupakan suatu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari keseluruhan populasi, dimana data-data tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan uji statistik.”

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti mengenai sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Menurut Kriyantono (2008 : 59). Metode riset ini dapat digunakan dengan lebih banyak segi dan lebih luas dari metode yang lain. Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti merasa bahwa ini adalah cara yang paling tepat untuk mengetahui sikap dari para konsumen shampo Head & Shoulders Men terhadap minat pembelian yang terjadi akibat penggunaan *celebrity endorser*.

Peneliti menguji hasil hubungan responden dalam jenis data yang kemudian dikumpulkan dan dihitung dengan menggunakan SPSS versi 20.0. Ketika hasil perhitungan dan pengumpulan dari kuesioner telah selesai, peneliti dituntut untuk membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti (*endorser* dan minat pembelian), yang pada akhirnya akan mendapatkan hasil *solid* yang akan menjelaskan hubungan pengaruh *celebrity Lionel messi* pada iklan shampo Head & Shoulders Men terhadap minat pembelian.



C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*). Menurut Kriyantono (2008 : 21) variabel bebas (X) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Variabel ini secara sistematis dapat divariasi oleh periset. Sedangkan, variabel tergantung (Y) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel ini diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel pengaruh. Dengan kata lain, variabel tergantung adalah apa yang periset inginkan untuk dijelaskan.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser* Lionel Messidan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah minat pembelian shampo Head & Shoulders Men. Variabel-variabel tersebut akan dijabarkan menjadi sub-variabel (dimensi), lalu kemudian akan dijabarkan kembali menjadi indikator, dan dijabarkan lagi secara lebih rinci menjadi sebuah instrumen yang akan berkaitan langsung dengan kuesioner penelitian.

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 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Item
Celebrity Endorser (X)	<i>celebrity endorser</i> adalah tokoh (aktor, penghibur, atau atlit) yang dikenal masyarakat di dalam bidang-bidang yang berbeda yang dapat mempengaruhi karena prestasinya.	<i>Credibility</i> (Kredibilitas) (X1)	1. <i>Expertise</i> (Keahlian) - Pengetahuan - Keterampilan - Pengalaman	1. Berprestasi
			2. <i>Trustworthiness</i> : - Jujur - Keterpercayaan	2. Dipercaya 3. Membujuk
		<i>Attractiveness</i> (Daya Tarik) (X2)	1. <i>Similarity</i> - Gaya Hidup - Kepribadian	1. Rambut rapi
			2. <i>Familiarity</i> - Populer	2. Populer

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>			<p>3. <i>Likability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Penampilan menarik - Berjiwa muda 	<p>3. Menarik</p>	
		<p><i>Power</i></p> <p>(X3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - kharisma yang dapat mempegaruhi pikiran konsumen - kharisma yang dapat mempengaruhi sikap konsumen 	<p>1. Gaya Hidup</p> <p>2. Memiliki kharisma</p> <p>3. Kepribadian Bail</p>	
	<p>Minat Pembelian (Y)</p>	<p>Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit</p>	<p>Transaksional</p> <p>(Y1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk. 	<p>1. Kualitas Bagus</p> <p>2. Mudah dicari</p> <p>3. Tidak merusak</p>
			<p>Refrensial</p> <p>(Y2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 	<p>1. Harga Terjangkau</p> <p>2. Cocok</p> <p>3. Pria aktif</p>

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.



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.</p>	<p>Prefrensial (Y3)</p>	<p>- perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada suatu produk.</p>	<p>1. Shampo lain tidak cocok. 2.Mahal 3. kemasan</p>
		<p>Eksploratif (Y4)</p>	<p>- kecenderungan seseorang untuk mencari informasi tentang produk yang diminatinya.</p>	<p>1. Volume 2. Harum 3. Memuaskan 4.Terkenal Bagus</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2006:95), teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penelitian lapangan, yaitu kuesioner.

Ridwan (2007:25) menyatakan bahwa :

“Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan”

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* Lionel Messi pada iklan shampoo *Head & Shoulders Men* terhadap minat pembelian konsumen di *Time Futsal Kelapa Gading*. Dalam hal ini kuesioner merupakan data primer.

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



Sampel merupakan representasi ataupun bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas (*Non-Probability Sampling*). Menurut Etta M. Sangadji dan Sopiah (2010 : 188) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang ataupun kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal tersebut disebabkan adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh peneliti.

Secara lebih rinci, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik *sampling* non-probabilitas. Menurut Kriyantono (2008: 156-157), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Dikatakan juga bahwa persoalan utama dalam teknik *purposive sampling* adalah menentukan kriteria, dimana kriteria tersebut harus dapat mendukung tujuan penelitian.

Penelitian ini mengambil sampel pada wilayah *Time Futsal Kelapa Gading*, dengan menggunakan populasi yaitu pengunjung *Time Futsal Kelapa Gading*. Sebelum menyebarkan kuesioner peneliti menetapkan kriteria responden yaitu laki-laki dan pernah melihat iklan shampoo *Head & Shoulders Men* yang dibintangi oleh *Endorser Lionel Messi*.

Peneliti menggunakan rumus penghitungan sampel Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil. Menurut Kriyantono (2008 : 162) rumus Slovin ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya. Dengan memasukkan jumlah populasi dan nilai presisi sebesar 10% ke dalam rumus Slovin, maka

Copyright © 2015 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



didapat jumlah sampel sebesar 99,503, yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Presisi yang diinginkan (Peneliti menggunakan 10%)

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Priyatno (2010 : 90), validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian peneliti lakukan terhadap 30 responden (pra-kuesioner), untuk mengetahui apakah dari setiap pertanyaan yang peneliti cantumkan sudah valid. Peneliti menggunakan rumus Korelasi Pearson *Product Moment* untuk mengetahui derajat kekuatan hubungan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.

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



Rumus Korelasi Pearson *Product Moment* :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *Product Moment*

n = Jumlah individu sampel

x = Jumlah skor dari setiap butir pertanyaan dari kuesioner

y = Total skor dari setiap butir pertanyaan (skor total)

Hasil dari r-hitung kemudian akan dibandingkan dengan r-tabel dengan *alpha* atau tingkat kepercayaan sebesar 5% (0.05) dari tabel r *product moment*. Jika r hitung \geq r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid, begitupun sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan dianggap tidak valid. Suatu item dianggap valid apabila memenuhi syarat minimum dengan perolehan r = 0,361 yang diperoleh dari r tabel dengan signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data (n) = 30.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut

© 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.



Skala pengukuran digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang terhadap objek sikap. Objek sikap ditentukan oleh peneliti dengan spesifik dan sistematis. Variabel dalam penelitian ini dijadikan indikator-indikator yang menjadi titik tolak dalam membuat pernyataan.

Menurut Sugiyono (2006 : 86) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena social .Pada kuesioner, jarak setiap indikator adalah dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, dengan nilai 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (ragu-ragu), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju).

4. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Priyatno (2010 : 71) berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*, dimana suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar daripada 0,5.

5. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji prasyarat yang dilakukan jika akan melakukan analisis korelasi. Uji linieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

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.



6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana untuk melihat hubungan secara linear antara dua variabel, yaitu (X) dan variabel (Y). Analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

Menurut Sugiyono (2010 : 210) Analisis regresi linier digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen, bila dua atau lebih variable independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier sederhana ganda dilakukan bila jumlah variable independennya minimal dua.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

7. Analisis Koefisien Kolerasi

Koefisien kolerasi merupakan indek atau bilangan yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara variabel X terhadap Y. Suatu metode statistika yang digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya derajat hubungan garis lurus (linier) antara dua variabel atau lebih.



Nilai koefisien kolerasi paling sedikit -1 dan paling besar +1. Jika dibuat

persamaan dapat dinyatakan $-1 < r < +1$ yang artinya :

- a. Jika $r = -1$ atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel tersebut dinyatakan sangat kuat tetapi negatif.
- b. Jika $r = +1$ atau mendekati +1, maka hubungan antara kedua variabel tersebut dinyatakan sangat kuat dan positif.
- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka tidak ada hubungan antara kedua variabel atau hubungan sangat lemah.

Rumus :

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

Keterangan :

r = Koefisien kolerasi

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

Tabel 3.2

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat



8. Analisis Koefisien Determinasi

Ⓒ Koefisien determinasi dengan simbol R^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik. Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ada. Rumus yang digunakan adalah:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

9. Pengujian Hipotesis

Analisis yang digunakan untuk mengetahui signifikansi antara variabel X dan variabel Y. Pengujian hipotesa dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t menggunakan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r^2)}}$$

Mengetahui nilai t-tabel digunakan tabel distribusi t dengan tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$) dan dengan derajat kebebasan ($df = n - 2$). Kesimpulan uji hipotesis adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti H_0 ditolak, H_a diterima, maka hubungan antara variabel X dan Y signifikan.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti H_0 diterima, H_a ditolak, maka hubungan antara variabel X dan Y signifikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.