

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
JANJI JIWA DANAU SUNTER**

Oleh:

Nama: **Rubianto Salim**

NIM: **21189059**

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**

**MARET 2022**

**© 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**

## PENGESAHAN

# **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JANJI JIWA DANAU SUNTER**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Rubianto Salim**

**NIM : 21189059**

**Jakarta, 28 Maret 2022**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



**(Ir. Tumpal Janji Raja Sitingak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

**© 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.



## PENGESAHAN

# **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JANJI GIWA DANAU SUNTER**

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Rubianto Salim**

**NIM: 21189059**

**Jakarta, 28 Maret 2022**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**

**(Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**



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

Rubianto Salim/21189059/2022/Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Janji Jiwa Danau Sunter/Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak, M.M.

Kopi adalah minuman yang sederhana dan banyak peminatnya. Di era jaman dulu, minuman kopi hanya dijual di warung dengan bentuk kopi *sachet* dan tujuannya hanya untuk menghilangkan rasa kantuk namun berbeda pada jaman sekarang. Gaya hidup masyarakat pada jaman ini banyak mengalami perubahan karena pada jaman sekarang, banyak orang yang rela menghabiskan uang dengan cara membeli kopi dengan harga yang cukup mahal. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Janji Jiwa Danau Sunter.

Penelitian ini menggunakan teori-teori dari variabel yang diteliti, yaitu teori promosi penjualan, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Dari teori-teori tersebut akan dilihat apakah promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian kausal-eksplanatori. Objek penelitian adalah konsumen Janji Jiwa Danau Sunter dan dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada responden.

Hasil dari penelitian ini adalah promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji t sebesar 2,872, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji t sebesar 4,753, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Janji Jiwa Danau Sunter dengan nilai uji t sebesar 2,754.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Janji Jiwa Danau Sunter.

**Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**



## ABSTRACT

Rubiarto Salim/21189059/2022/*The Influence of Sales Promotion, Product Quality and Price on Consumer Purchase Decisions, Promise Jiwa Danau Sunter/Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak, M.M.*

Coffee is a simple drink and many people like it. In the old days, coffee drinks were only sold in stalls in the form of coffee sachets and the purpose was only to relieve drowsiness, but it is different today. People's lifestyles at this time have changed a lot because nowadays, many people are willing to spend money by buying coffee at a fairly expensive price. This study aims to examine the effect of product quality, price, and promotion whether they affect purchasing decisions on the consumers of Jiwa Danau Sunter's Promise.

This study uses the theories of the variables studied, namely the theory of sales promotion, product quality, price, and purchasing decisions. From these theories, it will be seen whether sales promotion has a positive effect on purchasing decisions, product quality has a positive effect on purchasing decisions, and price has a positive effect on purchasing decisions.

The method used in this research is quantitative using a causal-explanatory research design. The object of research is the consumer of the Promise Jiwa Danau Sunter and in this study, primary data was used in the form of a questionnaire given to the respondents.

The results of this study are promotions have a positive effect on purchasing decisions with a *t*-test value of 2.872, product quality has a positive effect on purchasing decisions with a *t*-test value of 4.753, and price has a positive effect on consumers' purchasing decisions of Promise Jiwa Danau Sunter with a *t*-test value of 2.754. .

The conclusion of this study is that promotion has a positive effect on purchasing decisions, product quality has a positive effect on purchasing decisions, and price has a positive effect on consumer purchasing decisions of Langit Danau Sunter Promise.

**Keywords:** Promotion, Product Quality, Price, Purchase Decision





## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan kasih karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Konsumen Janji Jiwa Danau Sunter” yang dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Penyusunan proposal skripsi diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam menyusun proposal skripsi ini, penulis mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan proposal ini dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tumpal J.R. Sitinjak, Ir.,M.M selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal skripsi sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Keluarga penulis yang mendukung penulis dan memberikan motivasi selama proses penyusunan proposal skripsi.
3. Teman – teman penulis di kampus maupun di luar kampus, yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam bentuk motivasi, ilmu, dan waktu

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca agar penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik di masa yang akan datang.

Jakarta, 28 Maret 2022

Penulis

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

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....          | i   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....     | ii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                | iii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....         | v   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....             | vi  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....           | x   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....          | xi  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....        | xii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....      | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah .....     | 1   |
| B. Identifikasi Masalah .....       | 5   |
| C. Batasan Masalah .....            | 5   |
| D. Batasan Penelitian .....         | 6   |
| E. Rumusan Masalah .....            | 6   |
| F. Tujuan Penelitian .....          | 6   |
| G. Manfaat Penelitian .....         | 6   |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....  | 8   |
| A. Landasan Teoritis .....          | 8   |
| 1. Promosi .....                    | 8   |
| a. Definisi Promosi .....           | 8   |
| b. Pengukuran Promosi .....         | 8   |
| 2. Kualitas Produk .....            | 9   |
| a. Definisi Kualitas Produk .....   | 9   |
| b. Pengukuran Kualitas Produk ..... | 10  |
| 3. Harga .....                      | 11  |
| a. Definisi Harga .....             | 11  |
| b. Tujuan Penetapan Harga .....     | 12  |
| c. Pengukuran Harga .....           | 13  |
| 4. Keputusan Pembelian .....        | 14  |

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



|   |    |
|---|----|
| a. Definisi Keputusan Pembelian .....     | 14 |
| b. Proses Keputusan Pembelian .....       | 14 |
| c. Pengukuran Keputusan Pembelian .....   | 17 |
| B. Penelitian Terdahulu .....             | 18 |
| C. Kerangka Pemikiran .....               | 20 |
| D. Hipotesis .....                        | 22 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....    | 23 |
| A. Objek Penelitian .....                 | 23 |
| B. Desain Penelitian .....                | 23 |
| C. Variabel Penelitian .....              | 25 |
| 1. Variabel Bebas .....                   | 25 |
| a. Kualitas Produk .....                  | 25 |
| b. Harga .....                            | 26 |
| c. Promosi .....                          | 26 |
| 2. Variabel Terikat .....                 | 27 |
| a. Keputusan Pembelian .....              | 27 |
| D. Teknik Pengambilan Sampel .....        | 28 |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....          | 29 |
| F. Teknik Analisis Data .....             | 29 |
| 1. Uji Validitas .....                    | 29 |
| 2. Uji Reliabilitas .....                 | 30 |
| 3. Analisis Deskriptif .....              | 31 |
| a. Rata-Rata Hitung ( <i>Mean</i> ) ..... | 31 |
| b. Rentang Skala .....                    | 31 |
| c. Selang Kepercayaan .....               | 32 |
| 4. Uji Asumsi Klasik .....                | 33 |
| a. Uji Normalitas .....                   | 33 |
| b. Uji Multikolinearitas .....            | 33 |
| c. Uji Heteroskedastisitas .....          | 34 |
| 5. Analisis Regresi Berganda .....        | 34 |
| a. Uji Keberartian Model (Uji F) .....    | 35 |

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.





|  |           |
|--|-----------|
| b. Uji Parsial (Uji t).....                                    | 35        |
| c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                       | 36        |
| <b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>               | <b>37</b> |
| <b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....</b>                 | <b>37</b> |
| 1. Profil Perusahaan .....                                     | 37        |
| a. Kopi Janji Jiwa .....                                       | 37        |
| 2. Visi dan Misi Perusahaan.....                               | 38        |
| a. Visi Perusahaan .....                                       | 38        |
| b. Misi Perusahaan .....                                       | 38        |
| <b>B. Statistik Deskriptif.....</b>                            | <b>38</b> |
| 1. Uji Validitas .....   | 38        |
| 2. Uji Reliabilitas .....                                      | 41        |
| 3. Analisis Variabel.....                                      | 42        |
| a. Analisis Variabel Promosi.....                              | 43        |
| b. Analisis Variabel Kualitas Produk.....                      | 44        |
| c. Analisis Variabel Harga .....                               | 46        |
| d. Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....                  | 47        |
| <b>C. Hasil Penelitian.....</b>                                | <b>48</b> |
| 1. Uji Asumsi Klasik.....                                      | 48        |
| a. Uji Normalitas .....  | 48        |
| b. Uji Heteroskedastisitas.....                                | 49        |
| c. Uji Multikolinearitas .....                                 | 49        |
| 2. Analisis Regresi Berganda .....                             | 50        |
| a. Uji f.....  | 50        |
| b. Uji t.....  | 51        |
| c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                       | 52        |
| <b>D. Pembahasan.....</b>                                      | <b>53</b> |
| 1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....         | 53        |
| 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....  | 54        |
| 3. Pengaruh Kualitas Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 54        |

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



|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>    |    |
| A. Simpulan .....                  | 56 |
| B. Saran.....                      | 56 |
| 1. Bagi Janji Jiwa .....           | 56 |
| 2. Bagi Peneliti Selanjutnya ..... | 56 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....        | 58 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....              | 60 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**© Hak cipta milik IBI KIGS (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 TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu .....                               | 18 |
| Tabel 3.1  | Butir Pertanyaan Kualitas Produk .....                   | 25 |
| Tabel 3.2  | Butir Pertanyaan Harga .....                             | 26 |
| Tabel 3.3  | Butir Pertanyaan Promosi.....                            | 27 |
| Tabel 3.4  | Butir Pertanyaan Keputusan Pembelian .....               | 28 |
| Tabel 4.1  | Hasil Uji Validitas Promosi.....                         | 39 |
| Tabel 4.2  | Hasil Uji Validitas Produk.....                          | 39 |
| Tabel 4.3  | Hasil Uji Validitas Harga .....                          | 40 |
| Tabel 4.4  | Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....            | 41 |
| Tabel 4.5  | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....            | 41 |
| Tabel 4.6  | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....     | 42 |
| Tabel 4.7  | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....               | 42 |
| Tabel 4.8  | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 43 |
| Tabel 4.9  | Skor Rata-Rata Variabel Promosi.....                     | 43 |
| Tabel 4.10 | Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk .....            | 45 |
| Tabel 4.11 | Skor Rata-Rata Variabel Harga.....                       | 46 |
| Tabel 4.12 | Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian .....        | 47 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Normalitas .....                               | 48 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                      | 49 |
| Tabel 4.15 | Hasil Uji Multikolinearitas.....                         | 49 |
| Tabel 4.16 | Hasil Uji F.....   | 50 |
| Tabel 4.17 | Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t) .....           | 51 |
| Tabel 4.18 | Koefisien Determinasi.....                               | 52 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang diperjualbelikan atau digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin IBIKKG.

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.



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Angka Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2000-2016 ..... | 1  |
| Gambar 1.2 <i>Top Brand Index</i> Kedai Kopi Tahun 2020 .....  | 4  |
| Gambar 2.1 Model Keputusan Pembelian .....                     | 15 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....                            | 22 |
| Gambar 4.1 Kopi Janji Jiwa .....                               | 38 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi undang-undang  
© 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 LAMPIRAN

|             |  |    |
|-------------|--|----|
| Lampiran 1  | Pra-Kuesioner.....   | 60 |
| Lampiran 2  | Data Pra-Kuesioner .....   | 64 |
| Lampiran 3  | Hasil Output Uji Validitas.....  | 68 |
| Lampiran 4  | Hasil Output Uji Reliabilitas.....   | 70 |
| Lampiran 5  | Kuesioner .....  | 71 |
| Lampiran 6  | Data Kuesioner 100 Orang Responden.....  | 75 |
| Lampiran 7  | Hasil Output Analisis Statistik Deskriptif Rata-Rata Variabel<br>Dan Koefiden Interval ..... | 87 |
| Lampiran 8  | Hasil Output Uji Asumsi Klasik .....   | 89 |
| Lampiran 9  | Hasil Output Analisis Regresi Berganda .....   | 90 |
| Lampiran 10 | R Table Pearson .....  | 91 |
| Lampiran 11 | Tabel T .....  | 92 |

Hak Cipta dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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