



BAB III METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah visual *skin game Mobile Legends*. Objek pengamatan dalam penelitian ini mengenai niat beli ulang konsumen terhadap visual *skin* yang dirilis oleh *Mobile Legends*. Subjek penelitian dari penelitian ini adalah konsumen di daerah Jakarta yang sudah pernah membeli *skin* di *Mobile Legends*.

B. Desain Penelitian

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan dari studi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif studi kasus. Studi kasus berfokus pada pengumpulan informasi terkait objek tertentu, acara atau kegiatan, seperti unit atau organisasi tertentu.

Menurut Siyoto dan Sodik (2015:98), desain penelitian adalah prosedur dan teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau rancangan penelitian. Cooper dan Schidler dalam Alfandry (2021), desain penelitian diklasifikasikan menjadi 8 perspektif sebagai berikut :

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.



1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi penelitian dapat bersifat formal atau eksploratif. Berdasarkan rumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi formal. Studi formal dimulai saat hipotesis atau pertanyaan dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Studi formal ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi di mana studi komunikasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon berdasarkan makna personal maupun umum.

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan survey melalui kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan.

3. Pengendalian Variabel Oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* yang berarti laporan sesudah fakta di mana penulis tidak memiliki kontrol atas variabel atau memanipulasi, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan kausal di mana peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh nilai kesenangan dan ekspresi

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.



diri pada visual *skin* terhadap niat beli ulang *skin game Mobile Legends* di Jakarta melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross sectional* (studi lintas bagian), di mana studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan suatu keadaan pada satu waktu tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik di mana studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Lingkungan Riset

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan di mana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan yang aktual atau nyata. Data yang diperoleh berasal dari kuesioner yang disebarkan kepada konsumen *skin game Mobile Legends* di Jakarta.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek atau responden memiliki pengaruh terhadap proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam penelitian. Hasil jawaban yang diperoleh dari responden sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

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

Berdasarkan batasan masalah pada penelitian ini, terdapat empat buah variabel

yang akan digunakan sebagai bahan analisis penelitian, yaitu nilai kesenangan, ekspresi diri, kepuasan konsumen, dan niat beli ulang.

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.



1. Definisi Operasional Variabel

a) Variabel Nilai Kesenangan (X1)

Nilai kesenangan adalah suatu aktivitas di mana seseorang menikmati kegiatan yang dilakukannya dan mendorong pengguna untuk melakukan sesuatu. Jika pengguna senang terhadap sesuatu maka akan memberikan sebuah respon agar pengguna mendapatkan apa yang diinginkannya.

Tabel 3.1
Dimensi Nilai Kesenangan

Variabel	Dimensi	Variabel Pengamatan	Item Pertanyaan	Skala
Nilai Kesenangan diadaptasi dari Didik dan Debora (2015)	Persepsi Kualitas	Kepuasan konsumen terhadap produk	1. Anda merasa <i>skin Mobile Legends</i> berkualitas	Interval
	Ketertarikan Produk	Keinginan konsumen untuk memiliki produk	2. Anda memiliki ketertarikan untuk memiliki <i>skin</i> yang dirilis oleh <i>Mobile Legends</i>	Interval
	Kesenangan Produk	Kesenangan konsumen terhadap produk	3. Anda merasa senang dan bangga ketika memiliki <i>skin</i> impian anda	Interval

b) Variabel Ekspresi Diri (X2)

Ekspresi diri merupakan keadaan di mana seseorang dapat menyampaikan apa yang ada di dalam dirinya kepada orang lain melalui perilaku ketika mendapatkan sesuatu yang disukai.

Tabel 3.2



Dimensi Ekspresi Diri

Variabel	Dimensi	Variabel Pengamatan	Item Pertanyaan	Skala
Ekspresi Diri (diadaptasi dari Leung et al. (2002)) Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang	Informasi Pribadi	Keadaan konsumen secara pribadi	1. Anda membeli <i>skin</i> yang dirilis oleh <i>Mobile Legends</i> atas keinginan anda sendiri	Interval
	Status Sosial	Keadaan konsumen di lingkungan sosial	2. Anda ingin menunjukkan bahwa anda memiliki <i>skin</i> dengan visual yang bagus kepada teman atau kerabat yang bermain <i>Mobile Legends</i>	Interval
	Status Ekonomi	Ekspresi harga	3. Anda ingin harga <i>skin Mobile Legends</i> anda diketahui oleh orang lain	Interval

c) Variabel Kepuasan Konsumen (Z)

Menurut Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau kinerja yang dirasakan. Menurut Lee dan Kotler (2020:412), tingkat kepuasan pelanggan berkisar dari yang terkait dengan pengalaman manfaat dari terlibat dalam perilaku hingga terkait dengan barang dan layanan yang ditawarkan atau dipromosikan selama kampanye.

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 3.3

Dimensi Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Variabel Pengamatan	Item Pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen diadaptasi dari Kotler dan Keller (2016), Lee dan Kotler (2020), dan Tjiptono (2019)	Membeli produk baru perusahaan	Ekspetasi konsumen terhadap produk baru	1. Anda memiliki ekspetasi baik terhadap <i>skin</i> baru yang dirilis oleh <i>Mobile Legends</i>	Interval
	Merekomendasikan produk	Rekomendasi konsumen kepada orang sekitar	2. Anda merekomendasikan pembelian <i>skin</i> kepada teman dan orang yang berada di komunitas <i>Mobile Legends</i>	Interval
	Kurang memperhatikan merek pesaing	Fokus konsumen terhadap satu merek	3. Anda melihat <i>skin</i> yang dirilis oleh <i>Mobile Legends</i> lebih dari <i>skin</i> yang dirilis oleh <i>game</i> lain yang sejenis	Interval

d) Variabel Niat Beli Ulang (Y)

Menurut Lestari dan Iswati dalam Fathurahman (2022), pembelian kembali adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari sekali atau beberapa kali, sedangkan niat dapat dilihat sebagai keadaan individu sebelum melakukan suatu tindakan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengantisipasi perilaku atau tindakan tersebut.

© Hak cipta milik IBK (Institute of Business and Informatica Kwik Kian Gie)

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.4

Dimensi Niat Beli Ulang

Variabel	Dimensi	Variabel Pengamatan	Item Pertanyaan	Skala
Niat Beli Ulang <small>diadaptasi dari Fathurahman (2022), Hidayat et al. (2021), dan Puspitasari (2006)</small>	Frekuensi Pembelian	Pembelian secara teratur	1. Anda berniat untuk terus menggunakan <i>skin</i> seperti saat ini	Interval
	Komitmen Konsumen	Loyalitas terhadap merek	2. Anda hanya membeli <i>skin</i> yang dirilis oleh <i>Mobile Legends</i>	Interval
	Rekomendasi Positif	Penilaian konsumen terhadap produk	3. Anda memberikan komentar positif terhadap <i>skin</i> yang dirilis oleh <i>Mobile Legends</i>	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menjelaskan teknik memilih anggota populasi yang menjadi anggota sampel. Sampel merupakan sebagian jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang sudah ditetapkan atau sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut beberapa prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya. Peneliti menggunakan metode *non probability sampling*, yang artinya teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan metode *non probability sampling* dikarenakan tidak diketahuinya jumlah pasti konsumen yang sudah membeli *skin* pada *game Mobile Legends* di Jakarta.

Pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan karakteristik yang sudah ditetapkan untuk mewakili populasi target yang disesuaikan dengan tujuan 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.



Dalam penelitian ini syarat responden yang dipilih adalah responden yang berdomisili di Jakarta dan pernah membeli *skin* di *game Mobile Legends* dalam jangka waktu 3 bulan terakhir. Peneliti menggunakan bantuan smartPLS untuk analisis data, menurut Chin (2000) jumlah responden yang direkomendasikan adalah 30 sampai dengan 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan komunikasi dengan alat bantu kuesioner melalui *Google Form* yang disebarakan kepada responden secara *online* dengan pertanyaan yang berkaitan dengan nilai kesenangan, ekspresi diri, kepuasan konsumen, dan niat beli ulang. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup dimana responden hanya dapat memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan setelah jawaban dari responden sudah terkumpul. Data yang diperoleh dari kuesioner adalah data mentah yang akan diolah menjadi informasi yang berguna untuk penelitian. Analisis data dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh nilai kesenangan, ekspresi diri, dan kepuasan konsumen pada visual *skin* terhadap niat beli ulang *skin game Mobile Legends* di Jakarta.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam proses menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



1. Uji Validitas dan Reliabilitas

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *convergent validity* dengan nilai *outer loading* sebesar 0,7. Di mana validitas konvergen memiliki tujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan variabel latennya.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:44), reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butir pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *composite reliability* dengan minimal nilai 0,7 dan AVE 0,6

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.



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.

2 Analisis Deskriptif

a. Mean (Rata-rata)

Rata-rata merupakan sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan. Rumus rata-rata sebagai berikut :

$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan :

- \bar{x} = skor rata-rata
- fi = frekuensi pemilihan nilai
- xi = data
- n = jumlah responden

b. Analisis Presentase

Analisis presentase digunakan untuk dapat mengetahui karakteristik responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner yang diberikan. Profil responden mencakup jenis kelamin, usia, dan status pekerjaan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

- Fr_1 = Frekuensi alternatif ke-i setiap kategori
- $\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i
- n = Total responden

c. Rentang Skala

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:19), skala likert merupakan suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek tertentu menyetujui pernyataan. Responden akan diminta untuk memberi penilaian berupa



menyetujui atau tidak menyetujui pada setiap pernyataan. Rumus rentang skala adalah sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kategori

Rentang skala dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah

adalah 1 yaitu sebagai berikut dengan 5 jumlah kategori :

STS	TS	N	S	SS
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Keterangan :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Evaluasi Model Struktural (Evaluation of Structural Model)

a. R Square (R²)

Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018 : 98). Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat antara 0 dan 1.

b. Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Koefisien jalur digunakan untuk menunjukkan arah hubungan variabel apakah bersifat positif atau negatif atau mengukur pengaruh positif

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.



X terhadap Y. Dalam penelitian ini, arah hubungan berpengaruh positif jika memiliki nilai 0 sampai 1 dan memiliki arah hubungan negatif jika memiliki nilai 0 sampai -1.

c. Uji T (T Statistics)

Menurut Ghozali (2018:97), Uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel eksogen atau variabel endogen secara individual dalam menerangkan variabel endogennya. Pada penelitian ini memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan kriteria nilai $>1,96$ berarti signifikan dan $<1,96$ berarti tidak signifikan.

d. Predictive Relevance (Q²)

Predictive relevance (Q²) merupakan nilai untuk menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan. Untuk mendapatkan nilai *predictive relevance* digunakan metode *blindfolding*. Jika nilai *predictive relevance* di atas 0 maka nilai observasi sudah baik, jika di bawah 0 maka nilai observasi tidak baik.

4 Hubungan Tak Langsung (Specific Indirect Effects)

Untuk mengetahui hubungan tak langsung variabel mediasi yang berada pada penelitian ini, maka dilakukan analisis *Bootstrapping*. Menurut Baron dan Kenny (1986), analisis variabel mediasi atau dikenal dengan *stategy causal step* terdapat tiga model analisis yang melibatkan variabel mediasi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- a. *Full Mediation*, yang artinya variabel eksogen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel endogen tanpa adanya variabel mediasi.
- b. *Partial Mediation*, memiliki arti variabel eksogen mampu mempengaruhi variabel endogen secara langsung ataupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediasi.
- c. *Unmediated*, artinya variabel eksogen mampu mempengaruhi secara langsung variabel endogen tanpa melibatkan variabel mediasi.

C 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.

