



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PELANGGAN**

**SHOPEE DI JABODETABEK**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Friesca Gracia Cung**

**NIM : 20190161**

Skripsi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**MARET 2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© 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 *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PELANGGAN SHOPEE DI JABODETABEK**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Friesca Gracia Cung**

**NIM : 20190161**

**Jakarta, 17 April 2023**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**

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

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2023**

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.



## ABSTRAK

Friesca Gracia Cung/ 20190161/ 2023/ Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee Di Jabodetabek/ Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Di era teknologi yang semakin berkembang pesat, *marketplace* menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat Indonesia dalam mencari dan membeli produk secara *online*. Shopee merupakan salah satu *marketplace* ternama di Indonesia. Terlepas dari kepopuleran Shopee di Indonesia, Shopee memiliki beberapa permasalahan, diantaranya Shopee masih kalah unggul dibandingkan Tokopedia dalam hal pengunjung web bulanan tertinggi pada kuartal I 2022. Selain itu, Shopee masih memiliki banyak komentar negatif dan munculnya ketidakpuasan pelanggan yang berakibat kepada menurunnya niat beli ulang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang pelanggan Shopee.

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, kepuasan pelanggan, dan niat beli ulang. Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli ulang.

Objek penelitian ini adalah *marketplace* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* kepada pelanggan yang pernah berbelanja *online* melalui Shopee minimal 2 (dua) kali dalam sebulan terakhir yang berdomisili di Jabodetabek dan berusia minimal 17 tahun sebanyak 116 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *judgment sampling*. Prosedur pengolahan data menggunakan bantuan *software* SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Kesimpulan penelitian ini adalah *electronic word of mouth* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan Shopee, dimana *electronic word of mouth* ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat pelanggan Shopee untuk melakukan pembelian ulang dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada Shopee, dimana kepuasan pelanggan ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat pelanggan Shopee untuk melakukan pembelian ulang.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Ulang



## ABSTRACT

Friesca Gracia Cung/ 20190161/ 2023/ *The Influence of Electronic Word of Mouth and Customer Satisfaction on Repurchase Intentions of Shopee's Customers in Jabodetabek/ Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.*

*In an era of rapid technology, marketplaces are an alternative choice for Indonesians in finding and buying products online. Shopee is one of the leading marketplaces in Indonesia. Despite Shopee's popularity in Indonesia, Shopee has faced several problems, such as that Shopee is still outperformed by Tokopedia in terms of the highest monthly web visitors in the first quarter of 2022. In addition, Shopee still has a lot of negative comments and customer dissatisfaction which results in decreased repurchase intentions. Therefore, this study aims to determine the influence of electronic word of mouth and customer satisfaction on repurchase intention of Shopee's customers.*

*The theory used in this research are electronic word of mouth, customer satisfaction, and repurchase intention. There are two types of variables used in this study, namely independent and dependent variables. The independent variables in this study are electronic word of mouth and customer satisfaction, while the dependent variable in this study is repurchase intention.*

*The research object is marketplace Shopee. The research method used is multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing online questionnaires via the Google Form to customers who had shopped online through Shopee at least 2 (two) times in the last month who live in Jabodetabek and are at least 17 years old as many as 116 respondents. Sampling was carried out using judgment sampling technique. The data processing procedure uses the help of SPSS software version 22.*

*The results of this study indicate that electronic word of mouth has a positive and significant effect on repurchase intention and customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention.*

*The conclusion of this study is that electronic word of mouth has proven to have a positive and significant effect on the repurchase intention of Shopee customers, where electronic word of mouth has a strong influence on the intention of Shopee customers to repurchase and customer satisfaction has been shown to have a positive and significant effect on repurchase intention. on Shopee, where customer satisfaction has a strong influence on the intention of Shopee customers to make repeat purchases.*

**Keywords :** *Electronic Word of Mouth, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, berkah dan anugerah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee Di Jabodetabek”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada dalam menyelesaikan proses skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari segala bentuk pengorbanan waktu, tenaga, pikiran secara materi, perjuangan keras penulis dalam menyelesaikan skripsi. Dan tidak luput dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik dari tenag, ide- ide, ataupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, saya sebagai penulis, ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, saran dan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terlaksana dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan membeirkan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan.
3. Seluruh Staff Pengajar, Staff Administrasi, dan Karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengetahuan dan informasi kepada penulis selama masa studi di Kampus.





4. Keluarga tercinta terutama Maryanah (Ibu), Febriyano (Kakak), Felicia dan Meisie (Keponakan) dan keluarga besar penulis yang selalu setia menodakan, memberikan dukungan, semangat dan cinta kasih. Serta berkorban waktu, tenaga, dan materi guna mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi, hingga bisa sampai saat ini.
  5. Penyemangat dan pendukung terbaik, Theo Nathanael yang selalu memberikan cinta kasih, motivasi, dukungan dan doa, serta bantuan dalam segala bentuk kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
  6. Sahabat terbaik dan tercinta Natalia Rebecca, Fellysia, Clara Audina, Shania Lawrance, Billy Febrian, Tasya Syalomita, Yovita Lisdy, Delyfia Kartika yang selalu setia memberikan semangat, dukungan dan selalu ada dalam keadaan suka dan duka Bersama serta membantu, menemani dan menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi.
  7. Rekan seperjuangan bimbingan skripsi yang telah berjuang bersama selama proses penyusunan skripsi, saling membantu, mendukung dan mengingatkan selama bimbingan sampai dengan skripsi ini selesai.
  8. Seluruh teman-teman di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan semangat dan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
  9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi ilmu maupun teknik penulisan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengahrapkan dan menghargai setiap kritik, saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi seluruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (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.



pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 15 Maret 2023

Penulis

Friesca Gracia Cung

**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.





## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Penelitian .....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II</b> .....	11
A. Landasan Teoritis .....	11
1. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	11
2. <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> .....	13
a. Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	13
b. Perbedaan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Word of Mouth</i> .....	13
c. Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	14
d. Karakteristik <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	16
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	17
3. Kepuasan Pelanggan .....	17
a. Definisi Kepuasan Pelanggan .....	17
b. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	18
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	19
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkatan Kepuasan Pelanggan .....	20
e. Metode untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	21
4. Niat Beli Ulang .....	23
a. Definisi Niat Beli Ulang .....	23
b. Indikator Niat Beli Ulang .....	24
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang .....	25





B.	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	31
C.	Kerangka Pemikiran .....	32
1.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Niat Beli Ulang .....	32
2.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang.....	33
D.	Hipotesis Penelitian.....	35
<b>BAB III</b>		
A.	Objek Penelitian .....	36
B.	Desain Penelitian.....	36
C.	Variabel Penelitian .....	38
1.	Variabel Penelitian .....	38
2.	Pengukuran Variabel .....	39
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	42
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	44
F.	Teknik Analisis Data.....	44
1.	Uji Validitas.....	44
2.	Uji Reliabilitas.....	45
3.	Analisis Deskriptif.....	46
4.	Analisis Regresi Berganda.....	49
a.	Uji Asumsi Klasik.....	50
(1)	Uji Normalitas .....	50
(2)	Uji Multikolinieritas.....	51
(3)	Uji Heteroskedastisitas.....	51
b.	Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	52
c.	Uji Hipotesis (Uji t) .....	53
d.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
<b>BAB IV</b>		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
B.	Analisis Hasil Penelitian .....	58
1.	Hasil Uji Validitas .....	58
2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
3.	Profil Responden .....	61
a.	Jenis Kelamin Responden .....	62
b.	Usia Responden .....	62
c.	Pekerjaan Responden.....	63
d.	Domisili Responden.....	63

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.

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



C. Analisis Deskriptif.....	64
1. <b>Mean</b> , Confidence Interval, dan Rentang Skala .....	64
a. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	64
b. Kepuasan Pelanggan .....	66
c. Niat Beli Ulang .....	67
D. Analisis Regresi.....	69
1. Estimasi Persamaan Regresi .....	69
2. Uji Asumsi Klasik .....	69
a. Uji Normalitas.....	69
b. Uji Multikolinearitas.....	70
c. Uji Heteroskedastisitas .....	71
3. Uji Kesesuaian Model (Uji F) .....	72
4. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	72
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
E. Pembahasan.....	74
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Niat Beli Ulang.....	74
2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang .....	75
BAB V .....	77
A. Simpulan.....	77
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN .....	83

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



DAFTAR TABEL

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

Tabel 2.1 Perbedaan Electronic Word of Mouth dengan Word of Mouth .....	31
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert .....	39
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Electronic Word of Mouth .....	40
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	41
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Niat Beli Ulang .....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth (X <sub>1</sub> ).....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X <sub>2</sub> ).....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Niat Beli Ulang (Y) .....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.5 Distribusi Kuesioner.....	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	63
Tabel 4.10 Skor Rata- Rata Variabel Electronic Word of Mouth .....	64
Tabel 4.11 Skor Rata- Rata Variabel Kepuasan Pelanggan .....	66
Tabel 4.12 Skor Rata- Rata Variabel Niat Beli Ulang .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjst R <sup>2</sup> ) .....	73

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	Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Februari 2022 oleh Hootsuite ....	2
Gambar 1.2	Nilai Transaksi E-commerce Indonesia Tahun 2017- 2022 (dalam triliun rupiah).....	3
Gambar 1.3	Grafik Perbandingan E-commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022) oleh iPrice .....	4
Gambar 1.4	Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan E-Commerce.....	5
Gambar 1.5	Komentar Pengguna Shopee di Play Store .....	7
Gambar 4.1	Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee di Google Play Store .....	57
Gambar 4.2	Logo Perusahaan Shopee.....	57

© Hak Cipta Milik BIKK (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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner.....	83
LAMPIRAN 2 Data Kuesioner .....	88
LAMPIRAN 3 Hasil Output.....	100

© **Ink Cipta** milik **IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. **Ink 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.

