

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah produk Mc Donald. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah konsumsi produk Mc Donald Jakarta Garden City Cakung. Penelitian ini dilakukan dengan cara pengisian kuisioner secara online untuk para konsumen Mc Donald Jakarta Garden City Cakung.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146-152), setiap penelitian dihadapkan kepada desain spesifik seperti apa yang akan digunakan. Ada delapan tahapan klasifikasi desain penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Formal. Studi Formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden mengenai variable dalam penelitian. Setelah itu mengumpulkan jawaban dari pertanyaan kuisioner tersebut.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variable

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain ex post facto (ex post facto design), yang berarti peneliti tidak memiliki control terhadap variable yaitu tidak dapat memanipulasinya, peneliti hanya melaporkan peristiwa yang sedang terjadi.

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

4. Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antara variable, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Mc Donald.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi *cross-sectional*, dimana penelitian ini dilakukan hanya satu kali dan menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan desain studi statistic. Studi statistic di desain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan untuk memperdalam.

7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan karena data-data didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuisioner, serta subjek dan objek dalam penelitian ini berada dalam lingkungan nyata.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek berpengaruh pada proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan di kehidupan sehari-hari.

C. Variable Penelitian

Berdasarkan Batasan penelitian yang akan diteliti, terdapat tiga variable dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

(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,
 - 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. Variabel Kualitas Produk

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk Menurut Garvin dalam buku BSN 2014	Performance (Kinerja)	Produk makanan dan minuman yang disajikan Mc Donald memakai bahan berkualitas dan aman	Interval
	Feature (Fitur)	Mc Donald memiliki banyak pilihan makanan, minuman, dan dessert	Interval
	Reliability (Keandalan)	Makanan Mc Donald memiliki rasa yang enak	Interval
	Conformance (Kesesuaian)	Makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan pesanan.	Interval
	Durability (Daya Tahan)	Produk makanan yang disajikan tahan lama	Interval
	Aesthetics (Estetik)	Cara penyajian produk makanan dan minuman yang menarik.	Interval

- © Kwik Kian Gie
SCHOOL OF BUSINESS
1. Dibangun mengikut sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

2. Variabel Kualitas Layanan

Tabel 3.2

Operasional Variabel Kualitas Layanan

© Hak Cipta KKI Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Variabel Kualitas Layanan Menurut Zeithmal, Bitner, dan Gremler (2018:76)			
<p>1. Dilakukan mengutip sebuah atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Dimensi Reliability (Keandalan) Responsiveness (Ketanggapan) Assurance (Jaminan)	Indikator <ul style="list-style-type: none"> - Karyawan Mc Donald memberikan pelayanan yang tepat waktu - Karyawan Mc Donald bersikap ramah terhadap pelanggan <ul style="list-style-type: none"> - Karyawan Mc Donald sigap dalam melayani pelanggan saat dibutuhkan. - Karyawan Mc Donald menanggapi permintaan kebutuhan dari pelanggan. <ul style="list-style-type: none"> - Karyawan Mc Donald dapat dipercaya dalam melayani pelanggan. - Karyawan Mc Donald bersikap sopan kepada pelanggan. 	Skala Interval Interval Interval

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

<p style="text-align: center;">Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p style="text-align: center;">3. Variabel Kepuasan Pelanggan</p>	<p>Emphaty (Empati)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan Mc Donald bersedia menerima kritik dan saran dari pelanggan. - Karyawan Mc Donald dapat memahami kebutuhan pelanggan. 	Interval
	<p>Tangibles (Bukti Fisik)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas yang tersedia di kedai Mc Donald cukup menarik. - Karyawan McDonald selalu berpenampilan rapi dan menarik. 	Interval

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler dan	Tetap setia	Saya merasa puas dengan produk Mc Donald dan akan kembali membeli produk Mc Donald.	Interval

Keller (2016:155)	Merekomendasikan Produk	Saya akan merekomendasikan Mc Donald kepada teman dan keluarga saya	Interval
	Bersedia membayar lebih	Saya akan membeli Mc Donald meskipun mengetahui jika harga Mc Donald lebih tinggi dibanding produk yang lain.	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Teknik komunikasi yaitu menyebarkan kuisioner dalam bentuk Google Forms kepada responden berupa pertanyaan mengenai Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan daftar pertanyaan yang ada pada kuisioner yang telah dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor sampai 5.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *non probability sampling*. Pendekatan yang akan digunakan yaitu *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau aturan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang akan dipilih yaitu orang yang mengkonsumsi produk dari Mc Donald Jakarta Garden City dengan jumlah sebanyak 250 responden

Menurut Hair et al (2019:133), ada pedoman yang didasarkan pada ukuran absolut dataset, rasio kasus terhadap variabel, dan “kekuatan” hasil analisis faktor. Dalam hal ukuran absolut, peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor sampel kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 ataupun lebih besar. Para peneliti telah menyarankan sampel yang jauh lebih besar (200 dan lebih besar) karena jumlah variabel dan jumlah faktor yang diharapkan meningkat. Dalam hal rasio pengamatan minimal 5 kali lebih banyak dari jumlah variabel yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih bisa diterima akan mempunyai rasio 10:1. Dalam penelitian ini, terdapat 15 item pernyataan maka, jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan yakni $15 \times 5 = 75$ responden, Namun pada pengamatan ini responden tersebut ditambah sebanyak 25 agar sesuai dengan ukuran sampel yang baik yaitu sebanyak 100 responden, sehingga dapat dikatakan akan lebih baik dibandingkan hanya 75 responden.

F. Teknik Analisis Data

Penggunaan analisis data menggunakan media pengolahan data penelitian yaitu *Statistical Product & Services Solution (SPSS)* dengan penggunaan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 25 Progam SPSS* yang merupakan program pengolahan statistic paling umum digunakan dalam penelitian yang menggunakan data kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

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,
 - 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. Uji Kuisisioner

a. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesisioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur.

Dalam pengambilan uji validitas ini, peneliti membandingkan nilai korelasi hasil hitung (*Corrected Item total Correlation*) dengan korelasi dari tabel Korelasi Product Moment dengan rtabel sebesar 0,361 (n=30, $\alpha = 5\%$). Rumus korelasi product moment sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = korelasi

x = skor setiap pernyataan

y = skor total

n = jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Menurut Husein Umar (2019:68), mengatakan uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesisioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat digunakan secara konsisten. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki nilai reliabilitas $> 0,7$. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$$\sigma_t^2 = \text{varian total}$$

$$\sum \sigma_b^2 = \text{jumlah varian butir}$$

2. Analisis Deskriptif

Menurut Husein Umar (2019:90), mengatakan analisis deskriptif bertujuan

untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan. Berikut analisa deskriptif yang digunakan, antara lain:

a. Rata-rata (Mean)

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

$$X = \sum \frac{f_i x_i}{n}$$

Keterangan :

X = skor rata-rata

F_i = frekuensi pemilihan nilai

X_i = data

n = jumlah responden

S = sample standart deviation

N = sample size

b. Rentang Skala

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

- 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.





- 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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

$b =$ jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan

rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

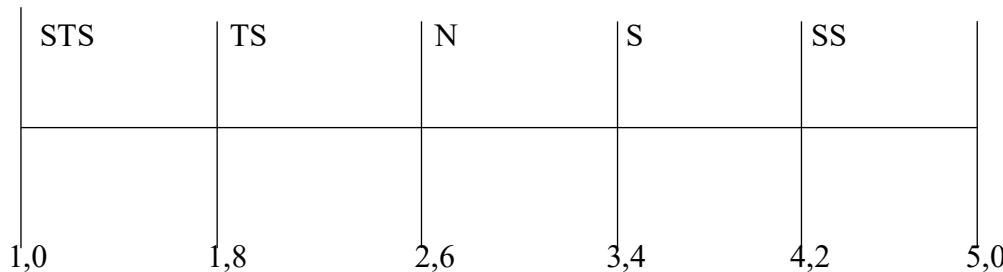
$$RS = \frac{m-1}{m}$$

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Gambar 3.1

Rentang Skala



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

3 Analisa Regresi

Menurut Imam Ghozali (2018:96), dalam analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk

menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

(C)

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel

$X_1 \beta_2$ = koefisien regresi variabel

$X_2 e$ = Error

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Layanan

a. **Uji Asumsi Klasik**

(1) **Uji Normalitas**

Menurut Husein Umar (2019 : 75) Uji normalitas berguna untuk melihat apakah nilai residual atau gap antara data hasil dan data hasil ramalan terdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian adalah menggunakan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan hipotesis:

Ho: Data residual berdistribusi normal

Ha: Data residual tidak berdistribusi normal

Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya. Terdapat pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

(1) Jika angka signifikan (Sig) $> \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal.

(2) Jika angka signifikan (Sig) $< \alpha = 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

- 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.



- 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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(2) Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghazali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortonogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk mengambil keputusan adalah :

- (1) Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$, maka tidak terjadi atau terbebas dari multikolinearitas
- (2) Jika nilai $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$, maka akan terjadi atau tidak terbebas dari multikolinearitas

(3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali (2018:137), uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Spearman Rho

- (1) Jika nilai $sig > 5\%$, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas
- (2) Jika nilai $sig < 5\%$, maka terjadinya heteroskedastisitas

b. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

$$H_0 : 1 = 2 = 0$$

$$H_a : \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah :

- (1) Jika nilai $Sig > \alpha (0,05)$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan
- (2) Jika nilai $Sig < \alpha (0,05)$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tolak H_0 artinya model regresi tersebut dapat digunakan

c. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Imam Gohzali (2018:98), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan yaitu:

$$(1) H_0 : 1 = 0$$

$$H_a : 1 > 0$$

$$(2) H_0 : 2 = 0$$

$$H_a : 2 > 0$$

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

- (1) Jika nilai $Sig < \alpha (0,05)$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 yang artinya variable independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

- 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,
 - 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) Jika nilai $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, yaitu bernilai antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 yang didapat bernilai negatif, maka R^2 tersebut akan dianggap bernilai 0.

- (1) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- (2) $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

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.