

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK MCDONALD DI JAKARTA**

**Oleh:**

**Nama: Bryan Francesco**

**NIM: 73200362**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan

Untuk memperoleh gelar sarjana administrasi bisnis



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2024**

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**



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

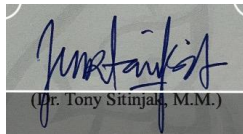
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PRODUK MC DONALD DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh**

**Nama: Bryan Francesco**

**Jakarta, 15 Februari 2024**

**Disetujui Oleh**  
**Pembimbing**



(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

**(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2024**

- 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.



## ABSTRAK

Bryan Francesco/ 73200362/ 2024/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Mc Donald di Jakarta/ Dosen Pembimbing : Dr. Tony Siinjak, M.M.

Restoran berkembang seiring berjalannya waktu sekarang perusahaan harus memilikinya dukungan strategi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dimana dapat membantu dengan kualitas ini untuk menjaga minat konsumen terhadap keputusan pembelian padaakhirnya, hal itu mempengaruhi kepuasan pelanggan. jika kita bisa memenuhi ekspektasi konsumen Konsumen akan puas dengan kualitas produk dan akan senang hati menyampaikan kabar positif kepada orang lain.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari kualitas layanan, cita rasa dan kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian ini didukung oleh teori mengenai hubungan variabel serta adanya penelitian terdahulu.

Objek Penelitian ini adalah Mc Donald Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner yang disebar kepada 130 responden. Pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik komunikasi sedangkan pengambilan sample menggunakan metode *non-probability sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda yang didalamnya mencakup uji t, uji F dan koefisien determinasi. Prosedur yang digunakan dalam pengujian model dan pengolahan data menggunakan IBM SPSS 26.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan hasil dari uji asumsi klasik yang menyatakan bahwa data yang digunakan berdistribusi dengan normal, tidak terjadi heterokedastisitas dan tidak terjadi gejala multi kolinearitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu kesimpulan yang dapat diambil adalah (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Mc Donald di Jakarta. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan akan semakin meningkat kepuasan dari konsumen (2) cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Mc Donald di Jakarta dalam arti Ketika di setiap produk makanan dan minuman memiliki cita rasa yang baik akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang membeli produk tersebut.

**Kata kunci : Kualitas Layanan, Cita Rasa, Kepuasan Pelanggan**



Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, mendistribusikan, atau menggunakan kembali tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRACT

Bryan Francesco/ 73200362/ 2024/ *The Influence of Service Quality and Taste on Customer Satisfaction with Mc Donald's Products in Jakarta*/ Supervisor: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Restaurants develop over time now companies must have strategic support and improve the quality of products and services which can help with this quality to maintain consumer interest in purchasing decisions in the end, this affects customer satisfaction. if we can meet consumer expectations. Consumers will be satisfied with the quality of the product and will be happy to convey positive news to others.

The theory used to support this research is the definition of service quality, taste and customer satisfaction. Then this research is supported by theories regarding variable relationships as well as previous research.

The object of this research is Mc Donald Jakarta. The method used is a quantitative research method using a questionnaire distributed to 130 respondents. Data collection used was communication techniques, while sampling used a non-probability sampling method. Data analysis uses validity tests, reliability tests, descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis which includes the t test, F test and coefficient of determination. The procedures used in model testing and data processing use IBM SPSS 26.

The resulting output shows that service quality and taste have a positive and significant effect on customer satisfaction. The findings from the classical assumption test stated that the data used was normally distributed, there was no heteroscedasticity and no symptoms of multicollinearity.

The results of this research show that service quality and taste have a positive and significant effect on customer satisfaction. Therefore, the conclusions that can be drawn are (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with Mc Donald's products in Jakarta. The better the quality of service provided by the company, the greater the satisfaction of consumers. (2) taste has a positive and significant effect on customer satisfaction with Mc Donald's products in Jakarta in the sense that when every food and drink product has a good taste, it will have an impact on satisfaction. customers who buy the product.

**Keywords : Service Quality, Taste, Customer Satisfaction**

1. Dilarang penjiplakan atau menyalin kembali, baik sebagian maupun seluruhnya, tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur tak henti penulis panjatkan atas rahmat dan berkat oleh Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas layanan dan Cita rasa Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Produk Mc Donald Di Jakarta”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun agar karya tulis di masa mendatang dapat diperbaiki dan ditingkatkan.

Sebagai manusia biasa, tentunya penulis juga mengalami berbagai kendala dan kesulitan dalam proses penulisan, namun, dengan dukungan, panduan, dan kerjasama dari berbagai pihak, baik dalam aspek moral maupun materi, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang besar kepada semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, termasuk namun tidak terbatas kepada:

1. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. yang dengan kesabaran, ketulusan, serta dedikasinya telah menghabiskan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.



3. Para dosen yang telah sabar dan giat dalam mengajar dan memberikan ilmunya kepada penulis mulai dari masa awal hingga akhir perkuliahan.

4. Kedua orang tua, dan adik yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh staff dan karyawan di Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis untuk menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh penulis semasa penulisan skripsi.

6. Jenny Wijaya selaku pasangan penulis yang selalu sabar dalam menghadapi penulis, membantu penulis dalam mengatasi kesulitan, dan selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman terkasih dan seperjuangan saya yang senantiasa membantu, mendukung, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam Menyusun skripsi ini: Elsa Marcella, Naca Bestarian, Marcelline Putri Lasmana, Calvin Montella, Keane Dylan Layarda, Aldy Ngadiman.

Kepada semua yang telah ikut serta di dalam proses penulisan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberi manfaat kepada pembaca.

Jakarta, 14 Februari 2024

Peneliti,

Bryan Francesco

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



## DAFTAR ISI

|                                   |             |
|-----------------------------------|-------------|
| <b>PENGESAHAN .....</b>           | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>               | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>             | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>        | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>           | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>        | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>          | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>      | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>    | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....           | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....     | 5           |
| 1.3 Batasan Masalah .....         | 6           |
| 1.4 Batasan Penelitian.....       | 6           |
| 1.5 Rumusan Masalah.....          | 7           |
| 1.6 Tujuan Penelitian .....       | 7           |
| 1.7 Manfaat Penelitian .....      | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b> | <b>8</b>    |
| 2.1 Landasan Teori .....          | 8           |
| 2.1.1 Kualitas Layanan.....       | 8           |
| 2.1.2 Cita Rasa .....             | 10          |
| 2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....     | 12          |

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.



|                                       |                                                            |           |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2                                   | Penelitian Terdahulu .....                                 | 17        |
| 2.3                                   | Kerangka Pemikiran.....                                    | 20        |
| 2.3.1                                 | Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan..... | 20        |
| 2.3.2                                 | Hubungan Cita Rasa dengan Kepuasan Pelanggan .....         | 20        |
| 2.4                                   | Hipotesis Penelitian.....                                  | 21        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b> |                                                            | <b>23</b> |
| 3.1                                   | Objek Penelitian.....                                      | 23        |
| 3.2                                   | Desain Penelitian .....                                    | 23        |
| 3.2.1.                                | Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian.....            | 23        |
| 3.2.2.                                | Metode Pengumpulan Data .....                              | 24        |
| 3.2.3.                                | Kontrol Peneliti terhadap Variabel .....                   | 24        |
| 3.2.4.                                | Tujuan Studi.....                                          | 24        |
| 3.2.5.                                | Dimensi Waktu.....                                         | 25        |
| 3.2.6.                                | Cakupan Topik .....                                        | 25        |
| 3.2.7.                                | Lingkungan Penelitian .....                                | 25        |
| 3.2.8.                                | Kesadaran Persepsi Partisipan .....                        | 25        |
| 3.3                                   | Populasi dan Sampel .....                                  | 26        |
| 3.4                                   | Lokasi Penelitian.....                                     | 26        |
| 3.5                                   | Variabel Penelitian.....                                   | 26        |
| 3.5.1                                 | Kualitas Layanan sebagai Variabel Bebas .....              | 27        |
| 3.5.2                                 | Cita Rasa sebagai Variabel Bebas .....                     | 29        |
| 3.5.3                                 | Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Terikat .....          | 31        |
| 3.6                                   | Teknik Pengumpulan Data .....                              | 32        |
| 3.7                                   | Teknik Analisis Data.....                                  | 33        |
| 3.7.1                                 | Uji Validitas .....                                        | 33        |

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.



|                                                   |                                                 |           |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------|
| 3.7.2                                             | Uji Reliabilitas.....                           | 34        |
| 3.7.3                                             | Analisis Deskriptif.....                        | 35        |
| 3.7.4                                             | Uji Asumsi Klasik .....                         | 37        |
| 3.7.5                                             | Analisis Regresi Linear Berganda.....           | 38        |
| 3.7.6                                             | Pengujian Kesesuaian Model (Uji F).....         | 38        |
| 3.7.7                                             | Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t).....     | 39        |
| 3.7.8                                             | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....           | 40        |
| <b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN .....</b> |                                                 | <b>41</b> |
| 4.1.                                              | Gambaran Umum Obyek Penelitian .....            | 41        |
| 4.2.                                              | Profil Responden.....                           | 42        |
| 4.2.1                                             | Presentase Responden Menurut Jenis Kelamin..... | 42        |
| 4.2.2                                             | Presentase Responden Menurut Kegiatan.....      | 43        |
| 4.3.                                              | Uji Validitas dan Reliabilitas.....             | 44        |
| 4.3.1                                             | Uji Validitas .....                             | 44        |
| 4.3.2                                             | Uji Reliabilitas.....                           | 47        |
| 4.4.                                              | Analisis Deskriptif .....                       | 47        |
| 4.4.1                                             | Kualitas Layanan .....                          | 48        |
| 4.4.2                                             | Cita Rasa .....                                 | 49        |
| 4.4.3                                             | Kepuasan Pelanggan.....                         | 51        |
| 4.5.                                              | Hasil Penelitian .....                          | 53        |
| 4.5.1                                             | Uji Asumsi Klasik .....                         | 53        |
| 4.5.2                                             | Analisis Regresi Linear Berganda .....          | 54        |
| 4.5.3                                             | Uji Hipotesis.....                              | 55        |
| 4.5.4                                             | Pembahasan.....                                 | 58        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>           |                                                 | <b>60</b> |

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.



|                       |                 |           |
|-----------------------|-----------------|-----------|
| 5.1                   | Kesimpulan..... | 60        |
| 5.2                   | Saran.....      | 60        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> |                 | <b>62</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>       |                 | <b>64</b> |

**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 GAMBAR

**© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Perusahaan Restoran Makanan Cepat Saji Paling Populer 2023 ..... | 3  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                                          | 21 |
| Gambar 3.1 Rentang Skala .....                                              | 43 |
| Gambar 4.1 Logo Mc Donald .....                                             | 41 |
| Gambar 4.2 Rentang Skala Kualitas Produk .....                              | 48 |
| Gambar 4.3 Rentang Skala Promosi .....                                      | 49 |
| Gambar 4.4 Rentang Skala Keputusan Pembelian .....                          | 51 |

- 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 TABEL

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                          | 21 |
| Tabel 3.1 Variabel Kualitas Layanan.....                      | 27 |
| Tabel 3.2 Variabel Cita Rasa .....                            | 29 |
| Tabel 3.3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....                    | 31 |
| Tabel 3.4 Skala Likert .....                                  | 32 |
| Tabel 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 42 |
| Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Kegiatan.....      | 43 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1).....      | 44 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi (X2) .....              | 45 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....   | 45 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....                         | 46 |
| Tabel 4.9 Skor Rata-Rata Dimensi Kualitas Layanan .....       | 48 |
| Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Dimensi Cita Rasa.....              | 49 |
| Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Dimensi Kepuasan Pelanggan .....    | 51 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                      | 53 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....   | 54 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji F .....                                  | 56 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji t .....                                  | 56 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Sampel Penelitian.....                              | 64 |
| Lampiran 2 Data dan Alat atau Instrumen Penelitian .....       | 65 |
| Lampiran 3 Data responden uji validitas dan reliabilitas ..... | 70 |
| Lampiran 4 Hasil Output Validitas & Reliabilitas.....          | 80 |
| Lampiran 5 Hasil Jawaban responden.....                        | 83 |
| Lampiran 6 Hasil Rata-Rata dan Confidence Interval 95% .....   | 88 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                       | 89 |
| Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi linier berganda .....        | 90 |
| Lampiran 9 Turnitin .....                                      | 92 |
| Lampiran 10 Originalitas.....                                  | 93 |
| Lampiran 11 Kartu Bimbingan.....                               | 94 |

Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
© Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
1. Ditaring 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**