



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

repository.stimbudibakti.ac.id

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN *PLATFORM*
MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP
MINAT BELI MAHASISWA
STIM BUDI BAKTI**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Khairunnisa

41121048



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

repository.stimbudibakti.ac.id

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN *PLATFORM*
MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP
MINAT BELI MAHASISWA
STIM BUDI BAKTI**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Mengikuti Bimbingan Skripsi
Jenjang Pendidikan Strata 1 (S1)*

Disusun Oleh:

Khairunnisa

41121048



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**

2025

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 atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pemasaran digital dan kemudahan penggunaan *platform marketplace* shopee terhadap minat beli mahasiswa STIM Budi Bakti. Motivasi penelitian ini berasal dari tren peningkatan penggunaan *platform* digital untuk aktivitas belanja daring, terutama di kalangan mahasiswa. Menggunakan metode kuantitatif, instrument pengumpulan data berupa kuesioner yang dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, uji t, uji F, uji korelasi, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada ketiga variabel (Pemasaran Digital, Kemudahan Penggunaan *Platform*, dan Minat Beli) memiliki nilai korelasi di atas instrument dinyatakan valid karena nilai CITC (*Corrected item-total Correlation*) di atas 0,30 selain itu uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel, ditandai dengan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS. Temuan menunjukkan bahwa 3 hipotesis berpengaruh secara signifikan. Secara simultan, pemasaran digital dan kemudahan penggunaan platform Shopee juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa STIM Budi Bakti. Temuan ini menegaskan bahwa strategi Pemasaran Digital yang tepat dan kemudahan akses platform marketplace menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat beli generasi muda, khususnya mahasiswa STIM Budi Bakti. secara sistematis dan jelas bahwa ditemukan pengaruh pemasaran digital lebih rendah 14,8% terhadap minat beli dibandingkan dengan kemudahan penggunaan *platform marketplace* shopee terhadap minat beli mahasiswa sejumlah 11,4% Sedangkan jika variabel pemasaran digital digabung dengan variabel kemudahan penggunaan *platform* memiliki Tingkat pengaruh yang lebih besar yaitu 21,1% terhadap minat beli mahasiswa

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Kemudahan Penggunaan *Platform*, Minat Beli

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



ABSTRACT

This research aims to explore the influence of digital marketing and the ease of use of the Shopee marketplace platform on the purchasing interest of STIM Budi Bakti students. The motivation for this research arises from the trend of increased use of digital platforms for online shopping activities, especially among students. Using a quantitative method, the data collection instrument in the form of a questionnaire was analyzed using validity tests, reliability tests, simple linear regression, multiple linear regression, t-tests, F-tests, correlation tests, with the validity tests showing that all items in the three variables (Digital Marketing, Ease of Use of the Platform, and Purchasing Interest) have correlation values above the instrument is declared valid because the CITC (Corrected item-total Correlation) value is above 0.30. Additionally, the reliability test shows that the instrument is reliable, indicated by a Cronbach's Alpha value above 0.60, with a coefficient of determination using SPSS application. The findings indicate that 3 hypotheses have a significant influence. Simultaneously, digital marketing and the ease of use of the Shopee platform also have a positive and significant effect on the buying interest of STIM Budi Bakti students. This finding emphasizes that the right Digital Marketing strategy and ease of access to the marketplace platform are important factors in increasing the buying interest of the younger generation, especially STIM Budi Bakti students. It is systematically and clearly found that the impact of digital marketing is 14.8% lower on buying interest compared to the ease of use of the Shopee marketplace platform on the buying interest of students, which is 11.4%. Meanwhile, if the digital marketing variable is combined with the ease of use of the Platform variable, it has a greater influence rate of 21.1% on the buying interest of students.

Keywords: *Digital Marketing, Ease of Use of the Platform, Buying Interest.*

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KHAIRUNNISA
NIM : 41121048
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN *PLATFORM MARKETPLACE SHOPEE* TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA STIM BUDI BAKTI

PEMBIMBING I

B. Retno Pratiwi S., S.E, M.M

PEMBIMBING II

Iqbal, S.E, M.M

MENGETAHUI KETUA PROGRAM STUDI

Rita Mardiana, S.E, M.M

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**

2025



TANDA PENGESAHAN

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM).

Bogor, Agustus 2025

Panitia Penguji	Nama	Tanda tangan
-----------------	------	--------------

1. Ketua,	Adrian Adha., S.T., M.M.	
-----------	--------------------------	--

2. Sekretaris,	Arif Igo., S.H., S.E., M.M	
----------------	----------------------------	--

3. Anggota,	Ahmad Juhari., S.E., M.M	
-------------	--------------------------	--

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Khairunnisa

NIM : 41121048

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul:

“PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN PLATFORM MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA STIM BUDI BAKTI”.

Merupakan gagasan dan hasil penelitian asli penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program sejenis di STIM Budi Bakti atau di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau skripsi saya terbukti plagiat, maka saya bersedia dibatalkan kelulusannya.

Bogor, Jul 2025

Yang membuat pernyataan,



NIM: 41121048



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut Nama Allah SWT berkat Rahmat hidayah, dan karunia-Nya berupa Kesehatan, petunjuk serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Mahasiswa STIM Budi Bakti”**.

Seiring dengan telah selesainya penulisan skripsi ini, tidak lupa penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan arahan, bimbingan, saran dan motivasi kepada peneliti selama proses penulisan, saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang selalu memberikan saya kemudahan dan kelancaran dalam menjalani perkuliahan selama 4 tahun kebelakang.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang sudah tiada dan keluarga besar yang selalu memberikan support yang tidak habis-habisnya.
3. Kepada Suami tercinta Rudi Hartono yang selalu memberikan support dan do'a yang tidak henti-hentinya.
4. Kepada Ibu Rina Fatimah, S.Sos., M.Si, M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti.
5. Kepada Ibu Indri Guslina, S.E., M.M, Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti.
6. Kepada Bapak Aza El Munadiyan, S.Si., M.M. AMIPR Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti.
7. Kepada Bapak Iqbal, S.E., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
8. Kepada Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
9. Kepada Ibu Rita Mardiana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti



10. Kepada Ibu Vivi Ristanti, S.K.M., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
11. Kepada Ibu B. Retno Pratiwi S., S.E., M.M, Selaku dosen pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Bapak Iqbal, S.E., M.M, Selaku dosen pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
13. Kepada seluruh dosen yang telah memberikan ilmu nya selama penulis menempuh Pendidikan di STIM Budi Bakti.
14. Seluruh responden yaitu Mahasiswa STIM Budi Bakti yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
15. Kepada semua teman dan kerabat terdekat saya Herlina, Nurhayati & Febriyanti, dan yang Namanya tidak dituliskan disini, tetapi sudah dituliskan Namanya di *lauhul mahfudz* untuk penulis
16. Kepada teman-teman satu angkatan (Siti Nurika, Helda Sasnia Prameswari, Ayu Fatma Indriani, Auralia Salsabila, Tria Pitri Sabani dan Gading Joko Prasetyo) yang sudah mau berjuang bersama dan orang-orang yang selalu memberikan motivasi, dan membantu saya dalam segi apapun.
Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan itu dan melimpahkan Rahmat, nikmat dan perlindungannya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Aamiin.

Bogor, Juli 2025

Khairunnisa

NIM: 41121048



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL DALAM	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	v
TANDA PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
1.5 Hipotesis	8
Hipotesis 1	8
Hipotesis 2	8
Hipotesis 3	8
1.6 Metodologi Penelitian	8
1.6.2 Metode Penelitian	8
1.6.3 Populasi	9
1.6.4 Sample	10
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data	10
1.6.6 Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	12
1.7 Penelitian Terdahulu	14



BAB II	23
LANDASAN TEORI.....	23
2.1 Tinjauan Teoritis Mengenai Manajemen.....	23
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	23
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	23
2.1.3 Unsur-unsur Manajemen.....	25
2.2 Tinjauan Teoritis Mengenai Manajemen Pemasaran.....	25
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	25
2.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	26
2.2.3 Ruang Lingkup Pemasaran	28
2.3 Tinjauan Teoritis Mengenai Pemasaran Digital (X₁).....	31
2.3.1 Pengertian Pemasaran Digital	31
2.3.2 Fungsi Pemasaran Digital	32
2.3.3 Jenis-jenis Pemasaran Digital	33
2.3.4 Indikator Pemasaran digital	34
2.4 Tinjauan Teoritis Mengenai Kemudahan Penggunaan Platform (X₂)	35
2.4.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan Platform.....	35
2.4.2 Fungsi Kemudahan Penggunaan Platform	35
2.4.3 Indikator Kemudahan Penggunaan Platform	36
2.5 Tinjauan Teoritis Mengenai Minat Beli (Y).....	37
2.5.1 Pengertian Minat Beli	37
2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli.....	37
2.5.3 Indikator Minat Beli.....	39
2.6 Hubungan antar variabel	39
2.7 Kerangka Pemikiran	41
BAB III.....	44
OBJEK PENELITIAN	44
3.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	44
3.1.1 Profil STIM Budi Bakti.....	44
3.2 Visi dan Misi Objek Penelitian	46
3.2.1 Visi dan Misi STIM Budi Bakti	46
3.3 Struktur Organisasi	47
3.4 Jabaran dan Tugas Wewenang	48



3.5 kegiatan Usaha Objek Penelitian	52
3.6 Pelanggan atau Pemasok Rekanan STIM Budi Bakti.....	54
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Data Operasional Variabel.....	56
4.1.2 Deskripsi Data.....	59
4.1.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Responden (Identitas Responden)	68
4.1.4 Hasil Uji Kualitas data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	70
4.1.5 Hasil Pengujian Statistik untuk Uji Hipotesis	71
4.2 Pembahasan.....	77
4.2.2 Temuan Penelitian.....	81
4.2.3 Keterbatasan Penelitian.....	82
4.2.4 Implikasi Penelitian.....	82
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Populasi D-III Manajemen Pemasaran & S-1 Manajemen	10
Tabel 1. 2 Pengukuran Model Likert.....	11
Tabel 1. 3 Koefisien Korelasi.....	14
Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4. 1 Instrumen Penelitian Pemasaran Digital	56
Tabel 4. 2 Instrumen Penelitian kemudahan Penggunaan Platform.....	57
Tabel 4. 3 Instrumen Penelitian Minat Beli	58
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Variabel (X1)	60
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Variabel (X2)	62
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel (Y)	65
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden	68
Tabel 4. 8 Tabel Uji Validitas	70
Tabel 4. 9 Tabel Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 10 Coefficient X1 terhadap Y.....	71
Tabel 4. 11 Model Summary X1 Terhadap Y	72
Tabel 4. 12 Coefficient X2 terhadap Y.....	73
Tabel 4. 13 Model Summary X2 Terhadap Y	74
Tabel 4. 14 Annova X1 dan X2 Terhadap Y	75
Tabel 4. 15 Coefficients X1 dan X2 Terhadap Y	75
Tabel 4. 16 Model Summary X1 dan X2 terhadap Y	76
Tabel 4. 17 Temuan Penelitian	81

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Digital Marketing</i>	2
Gambar 1. 2 <i>Platform Marketplace</i>	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3. 1 Gedung Kampus STIM Budi Bakti.....	44
Gambar 3. 2 Lambang STIM Budi Bakti.....	45
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi STIM Budi Bakti.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Data Mentah Variabel Pemasaran Digital (X1)	67
Lampiran 3 Data Mentah Kemudahan Penggunaan Platform (X2)	71
Lampiran 4 Data Mentah Minat Beli (Y).....	75
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Pemasaran Digital (X1).....	79
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Kemudahan Penggunaan Platform (X2)	80
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Minat Beli (Y).....	81
Lampiran 8 Hasil Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Pemasaran Digital (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	82
Lampiran 9 Hasil Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh Kemudahan Penggunaan Platform (X2) terhadap Minat Beli (Y)	84
Lampiran 10 Hasil Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh Pemasaran Digital (X1) dan Kemudahan Penggunaan Platform (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	64
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian.....	66
Lampiran 12 Surat selesai Penelitian	69
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	70

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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