



Judul artikel: Padat, jelas, tidak multitafsir, menunjukkan dengan tepat masalah dan solusi yang dikemukakan maksimum 20 kata dalam bahasa Indonesia
(Center, Times New Roman 16, spasi 1)

***Article title: Should follow English version of the title
above with maximum 20 words***
(Center, Times New Roman 16, spasi 1)

Penulis Pertama Tanpa Gelar¹*, Penulis Kedua Tanpa Gelar², Penulis Ketiga Tanpa Gelar¹, Dst

¹Nama Prodi (Jika Universitas) Institusi Penulis Pertama dan Ketiga, Nama Institusi, Provinsi
Kode Pos, Negara (ft 10 TNR, sp. 1.15)

²Nama Institusi Penulis Kedua, Provinsi Kode Pos, Negara (ft 10 TNR, sp. 1.15)

*e-mail korespondensi: email_penulis@korespondensi

Pengiriman: tgl/bln/thn; Diterima: tgl/bln/thn; Publikasi: tgl/bln/thn (diketik oleh editor,
tinggalkan!)

Abstract

Purpose: Write in simple words the objective(s)/aim(s) of the service.

Methodology/approach: Tell the place, name, brand, type of tools, methods, software, review, and survey that have been used to do the service.

Results/findings: Write the main results or findings from the service.

Conclusion: Write the conclusion of the service.

Keywords: keyword 1, keyword 2, keyword 3, (min. 3 keywords, max. 5 keywords)

Harap dicatat bahwa *abstract* harus:

- Menggunakan Font Times New Roman
- Ukuran font 11 pt
- Menggunakan format one/single spasi
- Dalam margin normal
- Dalam format paragraf rata kanan-kiri
- Jumlah kata antara 180-250 kata
- Ditulis dalam Bahasa Inggris

Harap dicatat bahwa artikel harus:

- **Dalam Font Times New Roman**
- **Menggunakan format one/single spasi**
- **Dalam margin normal**
- **Dalam format paragraph rata kanan-kiri**
- **Jumlah kata antara 3.000-6.000 kata termasuk abstrak dan referensi**
- **Tingkat plagiasi tidak lebih dari 25% (Turnitin)**

**Penulis diizinkan untuk mengecek tingkat plagiasi secara mandiri menggunakan Turnitin, dengan catatan, sistem Turnitin harus dalam kondisi ‘no repository’ dan hasilnya dikirimkan atau dilampirkan saat mengirimkan/submit artikel.*

Format heading and subheading:

Heading 1 (Times New Roman, 12 pt, Bold)

Subheading 1 (Times New Roman, 11 pt, bold & italic)

Subheading 2 (Times New Roman, 11 pt, italic, no bold)

Subheading 3 (Times New Roman, 11 pt, normal)

1. Pendahuluan

Tuliskan latar belakang pengabdian kepada masyarakat dalam kata-kata yang mudah dipahami. Pada bagian ini penulis harus mendiskusikan masalah yang menjadi landasan pengabdian dengan jelas. Diskusikan juga motivasi yang mendasari pengabdian ini. Cantumkan seluruh sitasi/pengutipan yang sumbernya tercantum dalam referensi.

Contoh: Menurut Harris (2020), lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consectetur adipiscing elit, lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Harris (2020) menyatakan bahwa consectetur adipiscing elit, lorem ipsum dolor sit amet.

2. Metodologi

Bagian ini menjelaskan metode-metode yang digunakan dalam penyelesaian pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Memuat informasi terkait sasaran pengabdian, lokasi kegiatan, materi kegiatan dan evaluasi kegiatan termasuk informasi yang lengkap bagi pembaca apabila ingin melakukan hal yang sama. Bahan yang digunakan harus dijelaskan asalnya dan kuantitasnya. Cara kerja dan analisa data harus ditulis secara jelas dan ringkas. Modifikasi dan cara kerja yang pernah dipublikasikan cukup menyebut sumbernya dan menjelaskan bagian yang dimodifikasi. Bila menggunakan uji statistik, cukup ditulis metodenya misalnya RCBD. Bagian ini, dapat digunakan satu jenis metode ataupun kombinasi beberapa jenis metode.

3. Hasil dan pembahasan

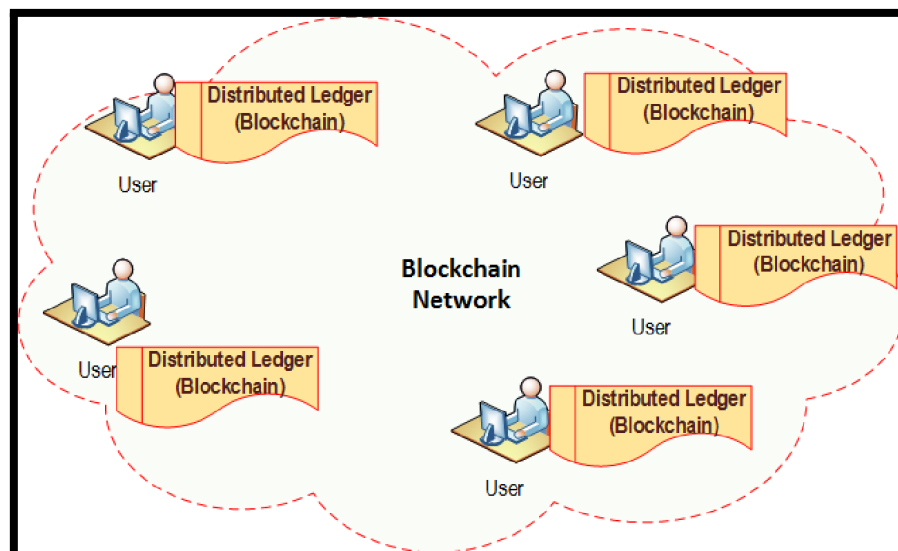
Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapkan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

Tabel 1. Hubungan antara reliability dan kepuasan konsumen

Predictor	Unstd Coefficients Std. Error	Std Coefficients Beta(β)	T	Sig – value
(Constant)	.767		11.575	.000
Reliability	.201	.693	14.844	.000

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS (2022)

*Format gambar. Gambar diletakkan di tengah dengan judul beserta sumber di bagian bawah tabel.



Gambar 1. Teknologi buku besar terdistribusi Blockchain

Sumber: Diadaptasi dari Rawat and Doku (2020)

4. Kesimpulan

Kesimpulan harus dituliskan dengan jelas dan memuat bagaimana hasil-hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangannya, serta saran untuk pengembangan pengabdian selanjutnya.

Ucapan terima kasih

Pada bagian ini disebutkan berbagai pihak yang membantu dalam pengabdian ini, baik secara finansial maupun non-finansial.

Referensi

Penulis diwajibkan untuk menggunakan software manajemen referensi seperti EndNote, Mendeley, Zotero, dll.

- Cantumkan setidaknya 10 referensi dan 50% dari seluruh referensi berasal dari **5 tahun terakhir**
- Setidaknya 50% referensi merupakan sumber/acuan primer
- Referensi diurutkan sesuai abjad dari a-z

Agbor, J. M. (2011). The Relationship between customer satisfaction and service quality. *Umeå University, Sweden*.

Agnihotri, R., Dingus, R., Hu, M. Y., & Krush, M. T. (2016). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial marketing management*, 53, 172-180.

Awoyemi, M. (2002). *Research Methodology in Education*. Accra: K 'N' A.B. Ltd.

Barsky, J. D. (1992). Customer satisfaction in the hotel industry: Meaning and measurement. *Hospitality Research Journal*, 16(1), 51-73.

Bearden, W. O., & Teel, J. E. (1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. *Journal of marketing Research*, 20(1), 21-28.

Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of marketing*, 54(2), 69-82.

Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L. (1987). Expectations and norms in models of consumer satisfaction. *Journal of marketing Research*, 24(3), 305-314.

Ch, G. (2000). Relationship Marketing: the Nordic School Perspective [in] Handbook of Relationship Marketing, Sheth, JN, Parvatiyar, A: Thousand Oaks: Sage Publications.

Chambo, S., Mwangi, M., & Oloo, O. (2008). An analysis of the socio-economic impact of cooperatives in africa and their institutional context. *Nairobi, International Co-operative Alliance and the Canadian Cooperative Association*.

Day, R. L. (1977). Extending the concept of consumer satisfaction. *ACR North American Advances*.

- El Saghier, N., & Nathan, D. (2013). *Service quality dimensions and customers' satisfactions of banks in Egypt*. Paper presented at the Proceedings of 20th international business research conference.
- Feigenbaum, A. V. (1986). *Total Quality Control*: McGraw-Hill.
- Garden, K. A., & Ralston, D. E. (1999). The x-efficiency and allocative efficiency effects of credit union mergers. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 9(3), 285-301.
- Ghauri, P., Grønhaug, K., & Strange, R. (2010). *Research Methods in Business Studies*, 4 uppl. Harlow, Storbritannien: Pearson Education Limited.
- Hasson, D., & Arnetz, B. B. (2005). Validation and findings comparing VAS vs. Likert scales for psychosocial measurements. *International Electronic Journal of Health Education*, 8, 178-192.
- Hunt, H. K. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*: Marketing Science Institute.
- Jones, M. A., & Suh, J. (2000). Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis. *Journal of services Marketing*.
- Khan, M. M., & Fasih, M. (2014). Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 8(2), 331-354.