Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen
E-ISSN: 2621-4407

Judul Artikel Sesuai dengan Judul Skripsi; Font 14 Cambria]

Nama Penulis dengan Urutan:
Nama Mahasiswa[1], Nama Pembimbing[2], Nama Pembimbing 2 (jika ada)[2]
Fakultas Ekonomi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
[1]email penulis 1, [2]email penulis 2, [3]email penulis 3

Abstract (dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Abstrak dalam bentuk satu paragraf, berkisar 100-150 kata, dan berisi: selintas tentang latar belakang studi, tujuan penelitian, metode, dan hasil umum)

Contoh:

Abstract

Consumer loyalty is an important element for the sustainability of a business. Therefore, an understanding of the key factors determining loyalty is important. In relation to aviation services, particularly AirAsia, several events that have occurred in AirAsia may affect consumer loyalty to the airline. Therefore, this study aims to examine the relationship between variables, especially variables affecting brand loyalty such as customer identification of the brand, service quality, perceived value, and brand trust. Data collection method in this research is non-probability sampling method. Questionnaires were distributed to 175 respondents. The results of the questionnaire obtained were studied using Structural Equation Modeling (SEM). The results show that only perceived values has no significant relationship with loyalty.

Keywords: *Loyalty, brand identification, service quality, perceived value, brand trust*

Abstrak

Loyalitas konsumen merupakan elemen penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Oleh karena itu, pemahaman akan faktor-faktor utama penentu loyalitas adalah penting. Dalam kaitannya dengan jasa penerbangan, khususnya AirAsia, beberapa peristiwa yang pernah terjadi pada AirAsia dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap maskapai tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, khususnya variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas merek seperti identifikasi pelanggan terhadap merek, kualitas layanan, nilai yang dipersepsikan, dan kepercayaan merek. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode sampling non-probabilitas. Kuisioner disebarkan kepada 175 responden. Hasil kuisioner yang diperoleh diteliti dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya nilai yang dipersepsikan yang tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan loyalitas.

Kata kunci: *Loyalitas, identifikasi pelanggan, kualitas layanan, nilai yang dipersepsikan, kepercayaan merek*

PENDAHULUAN

[pendahuluan maksimal 4 halaman, berisi mengenai penjelasan mengenai latar belakang dari penelitian ini. Pendahuluan harus mampu menerangkan secara eksplisit apa yang menjadi *research gap* dan kontribusi dari penelitian ini. Perumusan masalah dan tujuan penelitian dapat dielaborasi dalam bentuk paragraf pada bagian pendahuluan dan tidak berupa sub bagian tersendiri. Hindari penggunaan penomoran dalam penulisan artikel jurnal.]

METODE

[Metode maksimal 2 halaman. Metode berisi mengenai penjelasan umum atas data yang dimiliki, sampel yang digunakan dan metode sampelnya (jika menggunakan sampel), dan teknik analisis secara umum]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

[Hasil berisi temuan empiris yang didapat pada penelitian ini]

Pembahasan

[pembahasan berisi analisis lanjutan atas temuan penelitian. Analisis berupa komparasi temuan penelitian dengan penelitian terdahulu)

SIMPULAN

[Simpulan maksimal 3 paragraf. Simpulan berisi: Hasil umum dari penelitian ini, keterbatasan penelitian, dan implikasi kebijakan]

PUSTAKA ACUAN

[Pustaka acuan menggunakan gaya APA. Pastika seluruh kutipan telah dituliskan pada pustaka acuan, dan begitu pula sebaliknya. Pustaka acuan bukan daftar pustaka yang terdapat pada skripsi, melainkan yang benar-benar dirujuk pada penulisan artikel ini.

Contoh:

Abedi, R. & Azma, F. (2015). The Relationship between Brand Identity with Brand Loyalty regard to the Mediating Role of Perceived Value of the Brand, Brand Trust, and Customer Satisfaction of Brand (Case Study: Dairy Sabah Company). *International Research Journal of Management Sciences*. Vol. 3 (2): 108-112.

Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa.* Bandung: CV. Alfabeta.

Kutipan

Kutipan menggunakan gaya bodynote, yaitu hanya Nama belakang dan tahun saja.

Contoh: Al Arif (2015).

Cara Penulisan Tabel

Tabel harus dituliskan nomor Tabel dan judul Tabel pada bagian atas Tabel. Tabel hanya berisi dua garis pada bagian atas dan satu garis pada bagian bawah.

Contoh:

Tabel 1. Top Brand Tahun 2016 di Indonesia

MEREK	TBI	TOP
Bata	27.1%	TOP
Nike	18.1%	TOP
Converse/All star	17%	TOP
Adidas	5.4%	
Kasogi	5.3%	
Dallas	3.9%	

Sumber : www.topbrand.com (2016)

Cara Penulisan Gambar

Tabel harus dituliskan nomor Gambar dan judul Gambar pada bagian atas Gambar.

Contoh:

Gambar 1. Analisis Jalur atau *Path Analysis*

P1 =0,284
P3=0,108
Iklan
Minat Beli