



## **JUDUL MENGGUNAKAN FONT TIMES NEW ROMAN UKURAN 14 BOLD (TEBAL DAN HURUF KAPITAL)**

**Nama Penulis<sup>1</sup>, Nama Penulis<sup>2</sup>, Nama Penulis<sup>3</sup>(Times New Roman Ukuran 12 Bold)**

<sup>1</sup>Afiliasi/Institusi (Times New Roman Ukuran 12 pt)

<sup>2</sup>Afiliasi/Institusi (Times New Roman Ukuran 12 pt)

<sup>3</sup>Afiliasi/Institusi (Times New Roman Ukuran 12 pt)

Email kontributor: [penulis@email.com](mailto:penulis@email.com)

### **Abstrak**

Abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Abstrak ditulis antara 150-200 kata yang secara ringkas, jelas, utuh, mandiri, dan lengkap menggambarkan isi keseluruhan tulisan. Abstrak menggunakan font Times New Roman ukuran 12 pt.

**Kata kunci:** kata kunci mencerminkan isi naskah terdiri dari 3-6 kata

### **Abstract**

The abstract is to be in fully-justified text after the Indonesia. Abstract with single column as it is here. The abstract is to be in 12-point Times New Roman, single-spaced type, and between 150-200 words in length. Leave two blank lines after the abstract or list three to five keywords related to the articles, then continued with main text of article.

**Keywords:** list three to six keywords related to the articles, then continued with main text of article

## **A. PENDAHULUAN**

Pendahuluan ditulis dengan *font Times New Roman* ukuran 12 dan tebal (*bold*). Teks utama artikel ditulis dengan menggunakan *font-size: Time New Roman 12*, ukuran kertas A4, margin atas: 3 cm, bawah: 2.5 cm, kiri: 2.5 cm, dan kanan: 2 cm, spasi 1.15 atau mengikuti format template ini.

Pendahuluan memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan beberapa penelitian terdahulu secara singkat dan padat. Pendahuluan harus didukung dengan sumber rujukan yang relevan yang ditulis dengan menggunakan model *bodynote* (disertai halaman buku yang dikutip) dengan jumlah maksimal 3(tiga) halaman.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini menjelaskan literatur yang berhubungan dengan penelitian. Mungkin terdiri dari referensi utama (*grand theory*, konsep); artikel jurnal (5 tahun terakhir); Ide utama dari buku teks atau artikel elektronik. Tinjauan pustaka berisi teori-teori dasar yang digunakan dalam penelitian, hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan hasil riset, pemaparan tentang tinjauan literatur dari *variable-variabel* yang digunakan dalam penelitian. Untuk studi empiris yang menggunakan pengembangan hipotesis, literatur bertujuan untuk memperkuat argumen untuk variabel pilihan dan masing-masing hipotesis yang diajukan. (Dalam melakukan kutipan gunakan aplikasi yang relevan dan dibuat *hyperlink* yang mengacu ke [refensi](#) [Gunakan Times New Roman 12 pt dan jarak spasi 1,15).

## **C. METODE PENELITIAN**

Menguraikan metode seleksi dan pengumpulan data, populasi dan sampel, pengukuran dan definisi operasional variabel, dan metode analisis data. [Gunakan Times New Roman 12 pt dan jarak spasi 1,15]. Bagian metode menjelaskan tindakan yang harus diambil untuk menyelidiki masalah penelitian dan alasan penerapan prosedur atau teknik tertentu yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih, memproses, dan menganalisis informasi yang diterapkan untuk memahami masalah. Bagian metode penelitian menjawab dua pertanyaan utama: 1) bagaimana data dikumpulkan atau dihasilkan? Dan, 2) bagaimana analisisnya? Tulisan harus langsung, tepat dan ringkas. Metode penelitian dapat menggunakan metode kuantitatif atau kualitatif.

### **Metode kuantitatif**

Metode kuantitatif menekankan pengukuran objektif dan analisis statistik, matematis, atau numerik. Data yang dikumpulkan melalui jajak pendapat, kuesioner, dan survei, atau dengan teknik komputasi lainnya. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan data numerik dan menggeneralisasikannya dalam kelompok masyarakat atau untuk menjelaskan fenomena tertentu. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengukuran dan analisis hubungan kausal antara variabel.

### **Metode kualitatif**

Kata kualitatif menyiratkan penekanan pada kualitas entitas dan pada proses dan makna yang tidak diuji secara eksperimental atau diukur dalam hal kuantitas, jumlah, intensitas, atau

frekuensi. Peneliti kualitatif menekankan sifat realitas yang dikonstruksi secara sosial, hubungan intim antara peneliti dan apa yang diteliti, dan kendala situasional yang membentuk pertanyaan. Peneliti semacam itu menekankan sifat penyelidikan yang sarat nilai. Peneliti mencari jawaban untuk pertanyaan yang menekankan bagaimana pengalaman sosial diciptakan dan diberi makna. Sebaliknya, penelitian kuantitatif menekankan pada pengukuran dan analisis hubungan kausal antara variabel, bukan proses. Bentuk-bentuk penyelidikan kualitatif dianggap oleh banyak ilmuwan sosial dan perilaku sebagai perspektif tentang bagaimana pendekatan menyelidiki masalah penelitian sebagai suatu metode untuk menjawab suatu permasalahan.

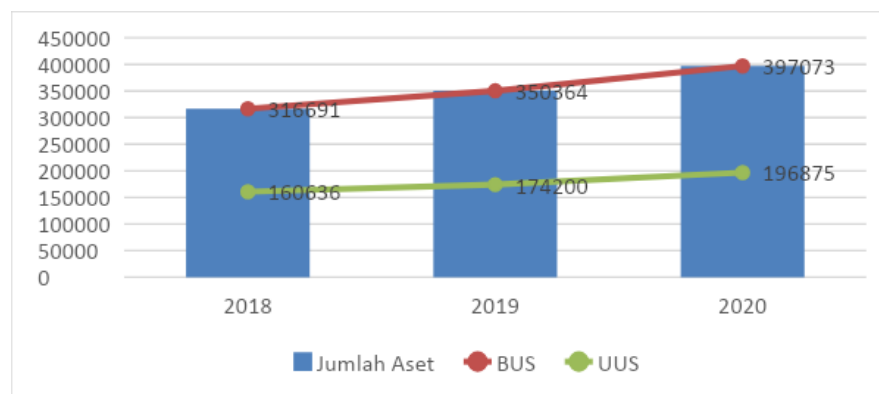
#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berisi tentang hasil temuan penelitian baik yang disajikan dalam bentuk naratif, tabel, maupun gambar. Gambar dan tabel harus di beri nomor secara urut. Pembahasan berisi tentang intepretasi dari hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang dikaitkan dengan hasil penelitian sebelumnya yang pernah dilaporkan. [Gunakan Georgia 11 pt dan jarak satu spasi].

##### Tabel / Gambar

Berikut ini merupakan contoh pembuatan tabel, gambar, grafik (Jika ada) di dalam artikel. Setiap membuat tabel, gambar ataupun grafik wajib menyertakan pengantar, sebagai contoh: menundang bpk/ibu untuk menulis artikel hasil penelitian di jurnal kami dengan frekuensi terbitan setiap tahunnya disajikan pada Tabel 1. Title of the First Table

**Gambar 1**  
**Perkembangan Aset Perbankan Syariah**  
**Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS)**  
**Tahun 2018-2020 (dalam milyar rupiah)**



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2021)

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden**

No	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
1	<b>Jenis Kelamin :</b>		
	- Laki-laki	42	42 %
	- Perempuan	58	58 %
2	<b>Umur :</b>		
	- 17 – 25 tahun	34	34 %
	- 26 – 35 tahun	27	27 %
	- 36 – 45 tahun	24	24 %
	- 46 – 55 tahun	11	11 %
	- >55 tahun	4	4 %
3	<b>Pendidikan</b>		
	- SMA	48	48 %
	- Diploma	11	11 %
	- Sarjana (S-1)	42	42 %
	- S2/S3	9	9 %

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Jika ada kutipan berbahasa Arab menggunakan *font Sakka Majalla Naskh* ukuran 18 dan harus diterjemahkan ke Bahasa Indonesia. Jika terdapat teks Arab yang ditulis dengan huruf latin mengikuti kaidah Transliterasi SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 158/1987 dan 0543b/1987.

## E. KESIMPULAN

Simpulan hendaknya merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian dan diungkapkan bukan dalam kalimat statistik. Kesimpulan harus bisa menggambarkan secara lugas hasil kajian atau penelitian yang dibahas. Tidak diperkenankan ada kutipan di bagian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka ditulis menggunakan Font Times New Roman, spasi 1.15, 12pt yang ditulis dengan sistem sitasi *American Psychological Association (APA) 6<sup>th</sup> Edition*. Jumlah Referensi minimal 15 referensi, 70% dari artikel dan 30% dari buku atau dokumen lainnya. Direkomendasikan untuk menggunakan Aplikasi referensi seperti, *Mendeley, Zotero, Reffwork, Endnote* dll untuk memudahkan.

Format: Nama Penulis. (Tahun Terbit). *Judul Buku*, Tempat Terbit: Penerbit.

Contoh penulisan daftar pustaka sebagai berikut.

Andreti, J., et, al,. (2013). The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and*

- 
- Economics*, 2(6), 72-78. Retrieved from <https://www.managementjournal.info/index.php/IJAME/article/view/332>
- Anisimova, T. (2016). The Effects of Corporate Brand Symbolism on Consumer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Australia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(3), 481-498. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2015-0086>
- Awan, H. M., Bukhari, K. S. & Iqbal, A. (2011). Service Quality and Customer Satisfaction in the Banking Sector: A Comparative Study of Conventional and Islamic Banks in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 2(3), 203-224. <https://doi.org/10.1108/17590831111164750>
- BPS-Statistics of Ponorogo Regency. (2017). *Ponorogo Regency in Figures 2017*. Ponorogo: BPS-Statistics of Ponorogo Regency. Retrieved from <https://ponorogokab.bps.go.id/>
- Carlson, J. P., (2018). Consumer Evaluations of Bonus Packs Offered With Price Discounts. *Journal of Consumer Marketing*, (35)1, 22-31. <https://doi.org/10.1108/JCM-09-2015-1555>
- Honea, H. & Dahl, D. W. (2005). The Promotion Affect Scale: Defining the Affective Dimensions of Promotion. *Journal of Business Research*, 58(4), 543-551. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00145-0](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00145-0)
- Jahanshahi, A. et, al. (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7), 253-260. Retrieved from [http://www.ijhssnet.com/journals/Vol.\\_1\\_No.\\_7\\_\[Special\\_Issue\\_June\\_2011\]/33.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol._1_No._7_[Special_Issue_June_2011]/33.pdf)
- Kaiser, H.F. (1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*. 39(1), 31-36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Kandampully, J., Zhang, T.&Jaakkola, E.(2017). Customer Experience Management in Hospitality: A Literature Synthesis, New Understanding, and Research Agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21-56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Kaňovská, Lucie. (2010). Customer Services-A Part of Market Orientation. *Economics and Management*, 15, 562-565. Retrieved from <https://www.scribd.com/document/439986493/Customer-Services-a-Part-of-Market-Orientatation>
- Kaura, Vinita, Prasad, Ch. S. Durga, & Sharma, S., (2015). Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404-422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2012). *Principle of Marketing*. 14<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriswandari, S. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Jasa Pendidikan pada STIE Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1-15. Retrieved from <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/jmb/article/view/45>