Volume xx, Nomor x, Month Year, pp. xx-xx.
Vikara: Student Academic Journal of Business and Management, Bachelor Program in Management, Faculty of Digital Business and Law, Universitas Kristen Maranatha. ISSN xxx-xxxxx | e-ISSN xxxx-xxxx.
https://journal.maranatha.edu/index.php/vikara/index

Judul artikel Bahasa Inggris

(Judul tidak melebihi 12 kata menggunakan Bahasa Indonesia atau 10 kata menggunakan Bahasa Inggris dan tidak mengandung singkatan/akronim. Judul artikel sebaiknya memuat atau diawali dengan *highlight* yang dihasilkan di penelitian, bukan tentang prosesnya, dan bukan pula tentang lokasinya. Judul dibuat di tengah halaman, dicetak tebal, huruf kapital hanya di awal kalimat saja kecuali merujuk pada nama kota, negara, merek, dlsb., *font styles* Times New Roman, *font size* 14, dan satu spasi.)

Penulis Pertama (Nama penulis ditulis lengkap, tidak dilengkapi gelar)
Instansi (Program Studi, Fakultas, Universitas)
Alamat (Nama dan Nomor Jalan, Kota, Provinsi, Kode Pos, Nama Negara)
Email

Penulis Kedua (Nama penulis ditulis lengkap, tidak dilengkapi gelar)*
Instansi (Program Studi, Fakultas, Universitas)
Alamat (Nama dan Nomor Jalan, Kota, Provinsi, Kode Pos, Nama Negara)
Email

Penulis Ketiga (Nama penulis ditulis lengkap, tidak dilengkapi gelar) dan seterusnya
Instansi (Program Studi, Fakultas, Universitas)
Alamat (Nama dan Nomor Jalan, Kota, Provinsi, Kode Pos, Nama Negara)
Email

*Penulis Korespondensi

Submitted: Feb 12, 20xx; Reviewed: Feb 142, 20xx; Accepted: May 12, 20xx

Abstract: *Abstrak jelas dan ringkas, sedikitnya meliputi latar belakang (1 kalimat saja, boleh tidak ada), tujuan penelitian, metode penelitian singkat, hasil/temuan penting, simpulan, serta implikasi hasil penelitian. Hanya terdiri atas 1 paragraf dan sepanjang 100-300 kata. Tanpa acuan pustaka dan lengkap menggambarkan esensi isi keseluruhan tulisan. Ditulis dalam bahasa Inggris.*

Keywords: *Mencerminkan konsep penting dalam artikel, kata kunci 3-8 kata, pemisah kata kunci satu dengan kata kunci yang lain dengan tanda titik koma, diurutkan berdasarkan alfabetis. Ditulis dalam bahasa Inggris. Contoh: finance; inflation; liquidity.*

Judul artikel Bahasa Indonesia

(Judul tidak melebihi 16 kata dan tidak mengandung singkatan/akronim. Judul artikel sebaiknya memuat atau diawali dengan *highlight* yang dihasilkan di penelitian, bukan tentang prosesnya, bukan pula tentang lokasinya. Judul dibuat di tengah halaman, dicetak tebal, huruf kapital hanya di awal kalimat saja kecuali merujuk pada nama kota, negara, merek, dlsb., *font styles* Times New Roman, *font size* 14, dan satu spasi.)

How to cite: Author's last name, Initial (s). (Year of publication). Title of article. ***Vikara: Student Academic Journal of Business and Management***, *Volume* (issue), page. https://doi.org/xx.xxxxx/vikara.cxxiy.zzzz

© 2025 The Authors.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Abstrak: *Abstrak jelas dan ringkas, sedikitnya meliputi latar belakang (1 kalimat saja, boleh tidak ada), tujuan penelitian, metode penelitian singkat, hasil/temuan penting, simpulan, serta implikasi hasil penelitian. Hanya terdiri atas 1 paragraf dan sepanjang 100-300 kata. Tanpa acuan pustaka dan lengkap menggambarkan esensi isi keseluruhan tulisan. Ditulis dalam bahasa Indonesia.*

Kata kunci: *Mencerminkan konsep penting dalam artikel, kata kunci 3-8 kata, pemisah kata kunci satu dengan kata kunci yang lain dengan tanda titik koma, diurutkan berdasarkan alfabetis. Ditulis dalam bahasa Indonesia. Contoh: inflasi; keuangan; likuiditas.*

Keterangan:
Apabila isi artikel dalam Bahasa Indonesia, susunan artikel dimulai dengan judul dalam Bahasa Indonesia beserta Abstrak, kemudian diikuti dengan judul dalam Bahasa Inggris beserta *Abstract*.
Apabila isi artikel dalam Bahasa Inggris, susunan artikel dimulai dengan judul dalam Bahasa Inggris beserta *Abstract*, kemudian diikuti dengan judul dalam Bahasa Indonesia beserta Abstrak.

PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang umum penelitian, usahakan maksimum satu paragraf. Perkembangan penelitian terdahulu (*state of the art*) untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan saat ini sehingga tampil kesenjangan (*gap analysis*) antara teori atau hasil penelitian terdahulu dengan keadaan saat ini atau yang diharapkan, buat dalam satu hingga dua paragraf. Rumuskan dengan jelas masalah penelitian/pertanyaan penelitian yang akan diselesaikan disertai dengan pernyataan tujuan penelitian.

Untuk menunjukkan kemungkinan kesenjangan atau perbedaan antara temuan penelitian yang berbeda mengenai topik yang sama, buatlah kajian pustaka. Pengakuan atas penelitian terdahulu sangat penting untuk mendukung gagasan dan argumentasi penulis. Masukkan hipotesis penelitian apabila diperlukan.

Contoh cara mengutip seperti berikut ini. *E-WOM*, *brand image*, dan *perceived quality* sama-sama mempunyai pengaruh pada *purchase intention*. Riset terdahulu menemukan *brand image* dan *perceived quality* sebagai variabel yang memediasi e-WOM berdampak pada *purchase intention* (Evgeniy et al., 2019; Younus & Anjum, 2023). Sedangkan, temuan dari penelitian Budiono et al. (2020) mengungkapkan *e-WOM* tidak berpengaruh pada *purchase intention*. Riset dari Kent & Bernarto (2022) menjelaskan *brand image* tidak berpengaruh pada *purchase intention*. Selain itu, ditemukan juga *perceived quality* tidak berpengaruh pada *purchase intention* (Mauretta et al., 2024). Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis apakah *brand image* dan *perceived quality* memediasi pengaruh *e-WOM* terhadap *purchase intention*.

Penulisan isi naskah menggunakan jenis huruf Times New Roman dengan ukuran font 11, rata kiri-kanan (*justify*), alinea pertama tanpa tabulasi, alinea selanjutnya dengan tabulasi tanpa jarak *enter*.

METODE

Metode menggambarkan apa yang telah dilakukan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jangan mengutip definisi konsep metodologi penelitian, apalagi kalau metode itu sudah umum diketahui. Mengutip atau menyitasi hanya jika desain penelitian masih sangat spesifik, bukan yang sudah menjadi pengetahuan umum.

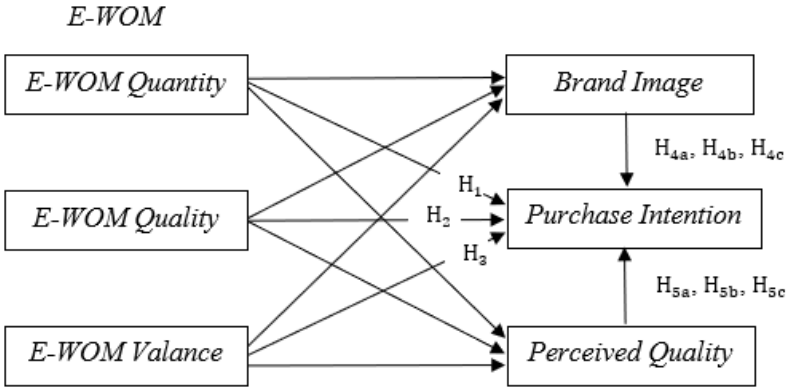
Gaya bahasa untuk menyajikan prosedur dapat menggunakan kata ganti orang pertama (‘saya’ atau ‘kami’). Bagian ini sedikitnya berisi mengenai instrumen penelitian, populasi, sampel, cara pengambilan sampel, karakteristik responden, lokasi penelitian, prosedur pengujian, serta alat uji. Definisi operasional variabel bisa dimasukkan untuk mempermudah pembaca memahami butir pernyataan pada penelitian. Buatlah dalam paragraf, tidak perlu penomoran atau butir-butir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil adalah inti dari satu artikel yang menyajikan data hasil penelitian yang ditemukan dan disusun dalam ilustrasi (tabel, gambar, foto, denah, atau diagram). Sebaiknya rangkum hasilnya dengan menambah ringkasan dan contoh yang representatif. Sajikan hasil dengan jelas dan sederhana, laporkan data perwakilan/data yang sudah diolah, bukan data mentah. Rujuklah ilustrasi mana yang relevan dengan uraian Anda, sebutkan tabel atau gambar mana yang Anda rujuk, jangan menyebutkan kata "di atas", "di bawah", dan sejenisnya. Jangan gunakan tabel dan gambar dengan muatan data atau informasi yang sama, pilih salah satunya.

Berikan nomor gambar dan tabel dengan angka Arab (1, 2, 3, dst.). Contoh pembuatan gambar dan tabel dapat dilihat pada Gambar 1 dan Tabel 1. Model pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian

Tabel 1 menunjukkan hasil uji pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct and indirect effect*) yang diperoleh untuk mengetahui apakah variabel lain dipengaruhi secara signifikan oleh variabel mediasi. Kriteria signifikansinya dapat dilihat melalui nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-values* < 0,05 (Hair et al., 2021).

Tabel 1. Hasil uji pengaruh langsung dan tidak langsung

Hipotesis	*Original sample (O)*	*Sample mean (M)*	*Standard deviation (STDEV)*	*T statistics (|O/STDEV|)*	*P values*	Keterangan
H_1: EQUAN □ PI	0,112	0,110	0,049	2,271	0,023	Signifikan
H_2: EQUAL □ PI	0,251	0,245	0,081	3,094	0,002	Signifikan
H_3: EVAL □ PI	0,138	0,135	0,047	2,898	0,004	Signifikan
H_{4a}: EQUAN □ BI □ PI	0,054	0,054	0,025	2,168	0,030	Signifikan
H_{4b}: EQUAL □ BI □ PI	0,100	0,101	0,032	3,078	0,002	Signifikan
H_{4c}: EVAL □ BI □ PI	0,069	0,073	0,032	2,143	0,032	Signifikan
H_{5a}: EQUAN □ PQ □ PI	0,061	0,060	0,027	2,265	0,024	Signifikan
H_{5b}: EQUAL □ PQ □ PI	0,071	0,072	0,032	2,205	0,028	Signifikan
H_{5c}: EVAL □ PQ □ PI	0,098	0,096	0,037	2,612	0,009	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS (2025)

Pembahasan

Pembahasan berisi penjelasan apa arti hasil dan implikasi riset untuk kajian di masa depan, tidak mengulang apa yang telah dipaparkan dalam kajian pustaka atau hasil. Hubungkan hasilnya dengan pertanyaan yang diajukan di bagian pendahuluan. Apabila lebih dari 1 tujuan penelitian, urutkan

secara kronologis di pembahasan. Jelaskan hubungan antara fakta yang teramati selama penelitian dengan teori atau kajian terdahulu. Apakah setuju atau memiliki pendapat yang berbeda dengan penelitian terdahulu.

Contoh pembahasan. Berdasarkan hasil pengujian H_{5c}, *perceived quality* dapat memediasi pengaruh *e-WOM valance* pada *purchase intention* dinyatakan signifikan terhadap pembeli Generasi Z di Bandung. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya dengan objek yang berbeda, di mana ditemukan adanya pengaruh antara *e-WOM valance* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *perceived quality* (Evgeniy et al., 2019). Hasil ini juga selaras dengan penelitian Younus & Anjum (2023) serta memiliki kesamaan di mana memiliki nilai *t-statistic* tertinggi dibandingkan variabel lain. Seperti yang dipaparkan pada Tabel 1, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang paling besar pada *e-WOM valance* yang dimediasi oleh *perceived quality* terhadap *purchase intention*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan berisi ringkasan hasil yang penting dan implikasinya. Simpulan bukan rangkuman hasil penelitian, tapi penekanan pada temuan penting. Selaraskan dengan pernyataan tujuan penelitian, tidak perlu sistem nomor atau butir-butir. Buatlah generalisasi dengan hati-hati, perhatikan keterbatasan penelitian. Implikasi temuan dan saran harus berkaitan dengan pelaksanaan atau hasil penelitian, jangan mengada-ada dalam mengajukan saran.

ACKNOWLEDGEMENTS (Jika ada)

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak yang pantas, misalnya pemberi dana, pemberi saran, dll. Cantumkan juga di bagian ini apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi. Jangan memberi ucapan terima kasih kepada salah satu penulis. Ucapan terima kasih boleh tidak dicantumkan.

REFERENSI

Penulisan referensi menggunakan aplikasi Mendeley yang mengacu kepada kaidah APA Styles 7th *edition* yang dapat diunduh pada https://apastyle.apa.org/instructional-aids/reference-examples.pdf. Jumlah referensi minimal 15 buah dan terbit dalam 10 tahun terakhir (kecuali *grand theory*). Referensi yang berasal dari buku dan artikel populer maksimal 20% dari keseluruhan jumlah referensi, perbanyak artikel ilmiah. Mohon perhatikan penggunaan huruf kapital pada judul artikel, judul buku teks, dan judul lainnya yang berbeda dengan judul jurnal. Contoh cara penulisan referensi tersaji berikut ini.

Agustini, N. L. P. T. Y., & Subudi, M. (2018). Pengaruh kepuasan kerja, keadilan organisasional, dan komitmen organisasional terhadap turnover intention karyawan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *7*(12), 6703-6730. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i12.p12

Alrwashdeh, M., Emeagwali, O. L., & Aljuhmani, H. Y. (2019). The effect of electronic word of mouth communication on purchase intention and brand image: An applicant smartphone brands in North Cyprus. *Management Science Letters, 9*(4), 505-518. https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.1.011

Aprillia, A., Setiawan, R., & Magdalena, N. (2020). Measurement of lecturer satisfaction. *The New Educational Review*, *60*(2), 178-190. https://doi.org/10.15804/tner.2020.60.2.14

Davies, G., Mendez, J. I. R., Whelan, S., Mete, M., & Loo, T. (2015). Brand personality theory and dimensionality. *Journal of Product & Brand Management*, *27*(2), 115-127. https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2017-1499

Fadhillah, I., & Afriyenti, M. (2021). Pengaruh opini audit, kebijakan utang, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, *3*(1), 98-111. https://doi.org/10.24036/jea.v3i1.351

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least square structural equation modeling*. Sage

Jolly, P., Kong, D. T., & Kim, K. Y. (2020). Social support at work: An integrative review. *Journal of Organizational Behavior, 42*(2), 229-251. https://doi.org/10.1002/job.2485

Kazi, A. G., Khokhar, A. A., Qureshi, P. A. B., & Murtaza, F. (2019). The impact of social media on impulse buying behaviour in Hyderabad Sindh Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Research*, *2*(2), 8-12. https://doi.org/10.31580/ijer.v2i2.907

Kim, S., Tam, L., Kim, J. N., & Rhee, Y. (2017). Determinants of employee turnover intention: Understanding the roles of organizational justice, supervisory justice, authoritarian organizational culture and organizational-employee relationship quality. *Corporate Communications: An International Journal, 22*(3), 308-328. https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2016-0074

Lin, C., Wei, Y. H., & Lekhawipat, W. (2018). Time effect of disconfirmation on online shopping. *Behaviour & Information Technology, 37*(1), 87-101. https://doi.org/10.1080/0144929X.2017.1406004

Pal, D., Funilkul, S., Eamsinvattana, W., & Siyal, S. (2021). Using online food delivery applications during the COVID-19 lockdown period: What drives university students' satisfaction and loyalty? *Journal of Foodservice Business Research, 25*(5), 1-45. https://doi.org/10.1080/15378020.2021.1964419

Richter, N. F., Sinkovics, R. R., Ringle, C. M., & Schlägel, C. (2016). A critical look at the use of SEM in international business research. *International Marketing Review*, *33*(3), 376-404. https://doi.org/10.1108/IMR-04-2014-0148

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (pp. 1-40). Springer International Publishing

Singh, R., & Soderlund, M. (2022). There is no place like home: Home satisfaction and customer satisfaction in online grocery retailing. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 32*(4), 370-387. https://doi.org/10.1080/09593969.2022.2073555

Zuraik, A., & Kelly, L. (2019). The role of CEO transformational leadership and innovation climate in exploration and exploitation. *European Journal of Management*, *22*(1), 84-104. https://doi.org/10.1108/EJIM-10-2017-0142

Halaman ini sengaja dikosongkan