



Jurnal Manajemen Pemasaran

Tagline "Ada AQUA" Effectiveness using EPIC Model in Kelurahan Rangkapan Jaya Baru Pancoran Mas Depok

Ade Purwanto, Khoirul Umam

Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis di Kabupaten Bandung Barat dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan

Rahma Wahdiniwaty Deden A. Wahab Sya'roni, Eko Budi Setiawan

Analisis *Customer Value* dalam Memediasi Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Reputasi Universitas Swasta di Kota Batam

Nur Elfi Husda

Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung

Ela Wulandari, Indri Murniawaty

Pemetaan *Image* Konsumen Terhadap Produk *White Coffee* di Hypermart Bangkalan

Umar Khasan, Elys Fauziyah

Pengaruh *Anger Traits*, *Anxiety Traits*, dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi

Jesseline Violeta, Nanik Linawati



Jurnal Manajemen Pemasaran

Dewan Penyunting

Ketua : Prof. Dr. Hatane Samuel, M.S.

Wakil Ketua : Edwin Japarianto, S.E., M.M.

Anggota : Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M.
Diah Dharmayanti, S.E., M.Si.
Dr. Ir. Hotlan Siagian, M.Sc.

Staf Administrasi : Sumarno

Alamat Sekretariat: **Pusat Penelitian**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

Telp. 031-8439040, 8494830-31, psw. 3139, 3147, Fax. 031-8436418

E-mail: puslit@peter.petra.ac.id

<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar>

Diterbitkan oleh : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra – Surabaya



Jurnal Manajemen Pemasaran

DAFTAR ISI

TAGLINE "ADA AQUA" EFFECTIVENESS USING EPIC MODEL IN KELURAHAN RANGKAPAN JAYA BARU PANCORAN MAS DEPOK Ade Purwanto, Khoiril Umam	47-53
MODEL POTENSI INDUSTRI KREATIF SKALA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BERBASIS SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS DI KABUPATEN BANDUNG BARAT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN Rahma Wahdiniwaty Deden A. Wahab Sya'roni, Eko Budi Setiawan	54-60
ANALISIS CUSTOMER VALUE DALAM MEMEDIASI PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP REPUTASI UNIVERSITAS SWASTA DI KOTA BATAM Nur Elfi Husda	61-68
PENINGKATAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIFERENSIASI PRODUK DAN DIFERENSIASI CITRA SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PEMASARAN IKM KOPI DI KABUPATEN TEMANGGUNG Ela Wulandari, Indri Murniawaty	69-77
PEMETAAN <i>IMAGE</i> KONSUMEN TERHADAP PRODUK <i>WHITE COFFEE</i> DI HYPERMART BANGKALAN Umar Khasan, Elys Fauziyah	78-88
PENGARUH <i>ANGER TRAITS</i> , <i>ANXIETY TRAITS</i> , DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI Jesseline Violeta, Nanik Linawati	89-96

INFORMASI BAGI PENULIS ARTIKEL

Jurnal Manajemen Pemasaran dipublikasikan Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra Surabaya.

Tujuan **Jurnal Manajemen Pemasaran** adalah:

1. Menyebarluaskan pengetahuan, penemuan, dan pengembangan ilmu pemasaran secara teori maupun praktis melalui hasil-hasil riset.
2. Mengakomodasi hasil-hasil riset ilmiah dengan dunia bisnis yang membutuhkan.
3. Memotivasi para peneliti pemasaran dan praktisi bisnis untuk mempublikasikan hasil temuan dalam bidangnya.

Jurnal Manajemen Pemasaran secara terbuka menerima artikel dari kalangan luas yang isinya sesuai dengan kajian ilmu pemasaran serta aplikasinya dan sesuai dengan tujuan jurnal ini. Tim redaksi akan memutuskan pemilihan artikel yang akan diterbitkan setelah mendapat hasil penilaian dari tim penyunting ahli, dan penulis dapat saja melakukan perbaikan sesuai dengan masukan dari tim redaksi maupun penyunting ahli. Hasil evaluasi dewan redaksi dan/atau tim penyunting ahli, dikelompokkan menjadi: tulisan diterima tanpa perbaikan, tulisan diterima dengan perbaikan, dan tulisan ditolak. Semua artikel yang dinilai oleh dewan redaksi dan/atau penyunting ahli dengan kategori diterima dengan perbaikan, akan dikirim kepada penulis disertai komentar setelah 1 (satu) bulan waktu pengumpulan dan kemudian perbaikan tersebut harus diterima paling lambat 2 minggu setelahnya. Keterlambatan pengembalian artikel akan menyebabkan artikel tidak dapat dimuat pada edisi tersebut, dan akan dipertimbangkan untuk terbitan edisi berikutnya. Artikel dengan kategori ditolak, tidak akan dikembalikan berkasnya.

Beberapa petunjuk bagi penulis seperti ukuran kertas, format penulisan adalah sebagai berikut:

Korespondensi

Penulis harap memberikan tulisannya dalam bentuk softcopy dalam format Microsoft Word® dikirim ke alamat email redaksi dengan subyek: [submission-jmp] *judul artikel yang dikirimkan*

Artikel dikirim ke:

Redaksi **Jurnal Manajemen Pemasaran**
Pusat Penelitian – Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131 Surabaya 60236
Telp. (031) 8439040
Fax. (031) 8436418
E-mail : redaksi.jmp@peter.petra.ac.id
Cc : puslit@peter.petra.ac.id

Artikel harap diketik pada format kertas HVS ukuran A-4 dalam dua spasi (ukuran font 12) dengan format satu kolom. Margin yang digunakan adalah 2,5 cm (atas, bawah, kiri dan kanan). Jumlah total halaman artikel antara 10-20 halaman termasuk daftar pustaka, gambar, tabel, dan lain-lain. Semua halaman harus diberi nomor secara urut.

Batasan pengiriman

Edisi April : Minggu ke-1 bulan Pebruari
Edisi Oktober : Minggu ke-1 bulan Juli

Bahasa

Bahasa untuk jurnal adalah Bahasa Indonesia dan Inggris

Format Penulisan

Urutan penulisan adalah sebagai berikut : judul, penulis dan rekan-rekannya, abstrak, kata kunci, tulisan utama, daftar pustaka. Abstrak dan kata kunci ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Inggris. Setiap abstrak tidak boleh lebih dari 100 kata. Isi abstrak adalah subyek dan ringkasan serta kesimpulan artikel sehingga menjadi dokumen penting untuk sistem informasi. Kata kunci jumlahnya adalah 3 hingga 10.

Gambar dan Tabel

Foto, grafik, ilustrasi ataupun diagram termasuk dalam kelompok "Gambar". Semua gambar dan tabel harus diletakkan diantara teks dan diidentifikasi dengan huruf Latin (bukan Romawi), diberi nomor sesuai dengan urutannya (Pengurutan nomor yang berbeda antara Gambar dan Tabel). Semua ukuran huruf, panjang baris maupun simbol harus seragam dalam cetakan hitam di atas putih dan harus bebas dari informasi yang tidak relevan. Lebih disarankan untuk menayangkan beberapa tabel sederhana dari pada sebuah tabel besar yang kompleks. Semua gambar harus jelas dan dapat dikesikan dengan mudah hingga 50% dari ukuran semula. Ketikan harus jelas dan masih dapat dibaca dengan baik dengan pengecilan 50%. Semua tabel dan gambar harus disertai dengan legenda penjelasan.

Ekspresi Matematika

Simbol dan rumus matematika harus terketik. Beberapa simbol yang memberikan keraguan harus diberi penjelasan secara khusus. Harus dapat dibedakan antara angka satu (1) dan huruf l atau l serta antara angka nol (0) dan huruf o. Persamaan harus diberi nomor urut. Nomor urut persamaan harus diletakkan dalam tanda kurung. Semua nomor urut persamaan harus diletakkan di sisi kanan dari persamaan dan harus diletakkan diantara teks. Gunakan urutan tanda kurung sebagai Berikut ;)).

Daftar Pustaka

Daftar pustaka harus ditulis semuanya pada akhir artikel dengan informasi yang cukup, agar pembaca dapat mudah menelusurinya jika diperlukan. Daftar pustaka sebaiknya dicantumkan hanya yang terkait dan benar-benar digunakan dalam penulisan artikel. Daftar pustaka diurutkan berdasarkan nama pengarang sesuai dengan urutan abjad.

Daftar pustaka dari Buku:

Kahneman, D. Shovic, and A. Tversky, eds., (1982). *Judgment Under Uncertainty: Heuristic and Biases*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.

Daftar pustaka dari Jurnal:

Palmer, R.J., T. Schmidt, and J. Jordan Wagner, (1996). Corporate procurement cards: the reengineered future for noninventori purcasing and payables. *Journal of Cost Management*, 10(3): 19-32.

Untuk sumber dari internet, maka sesudah nama penulis, tahun, dan judul, ditulis alamat internet. Alamat internet harus lengkap dan ditulis dengan huruf miring supaya dapat langsung diakses oleh pembaca.

Contoh:

Soedjono, (Maret 2005), "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan pada Terminal Penumpang Umum di Surabaya". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1. <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/articles.php?PublishedID=MAN05070102>

Hak cipta dan keaslian

Penulis harus menyertakan tanda tangan pada halaman pertama dari softcopy artikel yang dikirimkan kepada redaksi bertuliskan informasi sebagai berikut:

1. Saya menyatakan bahwa artikel (judul artikel) adalah asli dan tidak pernah dipublikasikan sebelumnya atau akan dipublikasikan di tempat lain.
2. Dengan publikasi, saya kirimkan hak cipta kepada **Jurnal Manajemen Pemasaran**. Transfer hak cipta termasuk dalam hak untuk mereproduksi dan mendistribusi artikel ini termasuk mencetak ulang, mereproduksi fotografi untuk artikel sejenis dan terjemahannya. Hal ini juga termasuk dalam hak untuk memasukkan artikel dalam sistem komputer untuk disebarluaskan dalam jaringan internet dsb.

Penulis,
(Tanda tangan)

nama :
tanggal :

Transfer hak cipta memungkinkan pemublikasi untuk melindungi hak cipta untuk penulis, tetapi tidak mengenyampingkan hak penulis. Penulis yang bertanggung jawab dalam memperoleh ijin reproduksi setiap gambar dari pemilik hak ciptanya.

Cetak Lepas

Copy **Jurnal Manajemen Pemasaran** akan dikirimkan bagi setiap penulis sebanyak 3 (tiga) eksemplar secara gratis. Tambahan copy yang diminta harus dibayar dengan harga sesuai aturan yang berlaku.