

LEMBAR

HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU *PEER REVIEW*

KARYA ILMIAH: JURNAL ILMIAH

Judul Karya Ilmiah (Paper) Impact of Brand Awareness and Brand Image, Perceptions of Quality on Purchasing Decisions
Jumlah Penulis 3 Orang (Faruq Syah Permana Putra 1), (Nurul Qomariah, 2) (Dwi Cahyono 3)
Status Pengusul : Penulis Ketiga
Identitas Jurnal :
a. Nama Jurnal : Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 10 No. 2 Hal. 271-278
b. ISSN/ISBN : p-ISSN: 2088-916X e-ISSN: 2541-2566
c. Tahun Terbit : Desember 2020
d. Penerbit/Organiser : Magister Manajemen Universtas Muhammadiyah Jember
e. Alamat repository PT/ Web : <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/index>
f. Terindek di (jika ada) : <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/detail?id=4447>
Terakreditasi Peringkat 5

Kategori Publikasi Artikel Ilmiah (Beri ✓ pada kategori yang tepat) :

- Jurnal Internasional Bereputasi
- Jurnal Internasional
- Jurnal Nasional Terakreditasi
- Jurnal Nasioanal Tidak Terakreditasi
- Jurnal Nasional Terindeks DOAJ dll
- Prosidng Forum Ilmiah Internasional
- Prosiding Forum Ilmiah Nasioanl

Hasil Penilaian Peer Review :

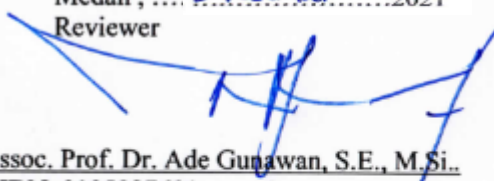
Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah (Isikan di kolom yang sesuai)					Nilai Akhir yang diperoleh
	Internasional Bereputasi	Internasional	Nasional Terakreditasi Maks.15	Nasional Tidak Terakreditasi	Nasional Terindeks DOAJ dll	
Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal (10%)			1,5			1,2
Ruang Lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			4,5			4,2
Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			4,5			4,1
Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			4,5			4,1
Total 100%			15			13,6
Kontribusi Pengusul						13,6 x 40% = 5,44

Komentar/Ulasan Peer Review

• Tentang Kelengkapan dan kesesuaian unsur :	Kelengkapan baik dan konsisten
• Tentang Ruang Lingkup dan kedalaman pembahasan	Sesuai bidang ilmu dan pembahasan mendalam
• Kecukupan, Kemutakhiran data serta metodologi	Data dan referensi mutakhir serta dengan novelty yang berkualitas
• Kelengkapan unsur kualitas penerbit	unsur dan kualitas penerbit baik dan terakreditasi peringkat 5
• Indikasi Plagiasi	Tidak ada indikasi plagiasi
• Kesesuaian bidang ilmu	Sumber artikel ini sesuai dengan kompetensi bidang manajemen pemasaran

Medan, 15 Desember 2021

Reviewer


Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.
 NIDN. 0105087601
 Unit kerja : FEB. UMSU
 Jafung : Lektor Kepala IV/A
 Bidang Ilmu : Akuntansi dan Manajemen

LEMBAR

HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU *PEER REVIEW*

KARYA ILMIAH: JURNAL ILMIAH

Judul Karya Ilmiah (Paper) Impact of Brand Awareness and Brand Image, Perceptions of Quality on Purchasing Decisions
Jumlah Penulis 3 Orang (Faruq Syah Permana Putra 1), (Nurul Qomariah, 2) (Dwi Cahyono 3)
Status Pengusul : Penulis Ketiga
Identitas Jurnal :
a. Nama Jurnal : Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 10 No. 2 Hal. 271-278
b. ISSN/ISBN : p-ISSN: 2088-916X e-ISSN: 2541-2566
c. Tahun Terbit : Desember 2020
d. Penerbit/Organiser : Magister Manajemen Universtas Muhammadiyah Jember
e. Alamat repository PT/ Web : <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/index>
f. Terindek di (jika ada) : <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/detail?id=4447>
Terakreditasi Peringkat 5

Kategori Publikasi Artikel Ilmiah (Beri ✓ pada kategori yang tepat) :

- Jurnal Internasional Bereputasi
- Jurnal Internasional
- Jurnal Nasional Terakreditasi
- Jurnal Nasioanal Tidak Terakreditasi
- Jurnal Nasional Terindeks DOAJ dll
- Prosidng Forum Ilmiah Internasional
- Prosiding Forum Ilmiah Nasioanl

Hasil Penialain Peer Review :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah (Isikan di kolom yang sesuai)					Nilai Akhir yang diperoleh
	Internasional Bereputasi	Internasional	Nasional Terakreditasi Maks.15	Nasioanl Tidak Terakreditasi	Nasional Terindeks DOAJ dll	
Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal (10%)			1,5			1,3
Ruang Lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			4,5			4,1
Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			4,5			4,2
Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			4,5			4,2
Total 100%			15			13,8
Kontribusi Pengusul						13,8 x 60% = 2,76
Komentar/Ulasan Peer Review						
• Tentang Kelengkapan dan kesesuaian unsur :	Artikel ini dirajut dengan unsur yang lengkap yaitu Introduction, literature review, method, result & discussion, conclusion					
• Tentang Ruang Lingkup dan kedalaman pembahasan	Cakup baharannya lengkap menyaji namun kedalaman telaah pustaka masih relative di permukaan saja. Justifikasi untuk sebuah hipotesis kurang kuat menunjukkan urgensi baharannya					
• Kecukupan, Kemutakhiran data serta metodologi	Metode Analisis dengan menggunakan SPSS Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui Impact of Brand Awareness and Brand Image, Perceptions of Quality on Purchasing Decisions					
• Kelengkapan unsur kualitas penerbit	Cukup baik di terbitkan oleh Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dan terakreditasi peringkat 5 Kemendikbud					
• Indikasi Plagiasi	Tidak ada Indikasi					
• Kesesuaian bidang ilmu	Konten Artikel ini sesuai dengan kompetensi bidang manajemen					

Jember, 24 Desember2021

Reviewer 2



Dr. Alwan Sri Kustono.M.Si.Akt,CA.CPA.
 NIDN. 0016097203
 Unit kerja : FEB. Universitas Jember
 Jafung : Lektor Kepala IV/A
 Bidang Ilmu :Akuntansi dan Manajemen