

**LEMBAR**  
**HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW**  
**KARYA ILMIAH: JURNAL ILMIAH**

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Influence of Perceived Creativity and Positive Emotions on Relationship Quality: The Mediating Role of Interaction  
 Link Jurnal : <http://journal2.uad.ac.id/index.php/fokus/article/view/8723>  
 Penulis Jurnal Ilmiah : **Burhanudin Burhanudin**, Shinta Nufus Aulia  
 Status Penulis : Penulis pertama dari dua penulis  
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Fokus Manajemen Bisnis  
 ISSN: 2716-0521 (online)  
 b. Nomor/Volume : Vol.13, No.2, 2023  
 c. Edisi (bulan/tahun) : September, 2023  
 d. Penerbit : Universitas Ahmad Dahlan  
 e. Jumlah halaman : 18 halaman (dari halaman 180-197)

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah					Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi <input type="checkbox"/>	Internasional <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Terindeks DOAJ,dll <input type="checkbox"/>	
a) Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal (10%)			2			1,75
b) Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			6			5,75
c) Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			6			5,75
d) Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			6			5,66
<b>Total = (100%)</b>			20			18,91

**Kontribusi pengusul (penulis pertama/anggota-utama) 0,6 x 18,91**

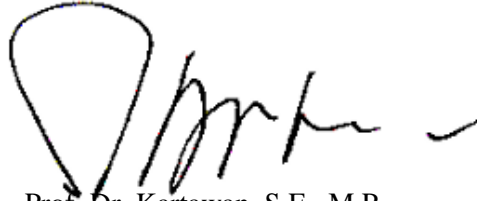
**11,35**

<b>Komentar Peer Review</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan dan kesesuaian unsur: Penulisan artikel menggunakan sistem penulisan yang cermat dan terstruktur dengan baik. Artikel ini mencakup semua unsur penting dalam penulisan ilmiah.</li> <li>2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Penelitian ini menggali secara mendalam dampak dari pengaruh persepsi kreativitas layanan dan emosi positif yang dirasakan konsumen terhadap interaksi, dan kemudian ke kualitas hubungan antara penyedia layanan dan konsumen dalam konteks belanja bahan makanan secara online. Dengan menggabungkan data dari hasil kuesioner yang disebarluaskan melalui Whatsapp dan Instagram, penelitian ini mengungkap persepsi kreativitas dan emosi positif secara langsung memengaruhi kualitas hubungan dan secara tidak langsung melalui interaksi.</li> <li>3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: Penelitian ini mencerminkan tingkat kecukupan dan kemutakhiran data dan metodologi yang memadai. Data diperoleh dari 288 responden.</li> </ol>
-----------------------------	--

- |  |  |
|--|--|
|  | <ol style="list-style-type: none"><li>4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: Penerbit berkualitas (Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta). Jurnal nasional terindeks oleh basis data bereputasi nasional Sinta 3.</li><li>5. Indikasi plagiasi: Hasil uji plagiasi dengan Turnitin menghasilkan similarity 6% sehingga disimpulkan bahwa artikel ini masih dapat ditolerir untuk dikatakan tidak terjadi plagiasi.</li><li>6. Kesesuaian bidang ilmu: Artikel sesuai dengan bidang ilmu pengusul (manajemen pemasaran).</li></ol> |
|--|--|

Tasikmalaya, 10 November 2023

Reviewer 1



Prof. Dr. Kartawan, S.E., M.P.

NIP: 196207042021211001

Unit kerja : Prodi Manajemen

Jabatan Akademik Terakhir: Guru Besar

Bidang Ilmu : Manajemen

**LEMBAR**  
**HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW**  
**KARYA ILMIAH: JURNAL ILMIAH**

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Influence of Perceived Creativity and Positive Emotions on Relationship Quality: The Mediating Role of Interaction  
 Link Jurnal : <http://journal2.uad.ac.id/index.php/fokus/article/view/8723>  
 Penulis Jurnal Ilmiah : **Burhanudin Burhanudin**, Shinta Nufus Aulia  
 Status Penulis : Penulis pertama dari dua penulis  
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Fokus Manajemen Bisnis  
 ISSN: 2716-0521 (online)  
 b. Nomor/Volume : Vol.13, No.2, 2023  
 c. Edisi (bulan/tahun) : September, 2023  
 d. Penerbit : Universitas Ahmad Dahlan  
 e. Jumlah halaman : 18 halaman (dari halaman 180-197)

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah					Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi <input type="checkbox"/>	Internasional <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Terindeks DOAJ,dll <input type="checkbox"/>	
a) Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal (10%)			<b>2</b>			1,9
b) Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			<b>6</b>			5,85
c) Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			<b>6</b>			5,85
d) Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			<b>6</b>			5,85
<b>Total = (100%)</b>			<b>20</b>			19,45
<b>Kontribusi pengusul (penulis pertama/anggota utama) 0,6 x 19,45</b>						11,67
<b>Komentar Peer Review</b>	<p>1. Tentang Kelengkapan dan kesesuaian unsur:            Artikel ditulis dalam bahasa Inggris. Semua unsur artikel ilmiah telah disertakan dengan lengkap. Artikel ini dimulai dengan mengidentifikasi kesenjangan penelitian (gap), dilanjutkan dengan tinjauan pustaka (literature review), pengembangan hipotesis (hypothesis development), metode penelitian (research methods), hasil penelitian (results), pembahasan(discussion), dan implikasi (implications). Daftar pustaka tersaji.</p> <p>2. Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan:            Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan tergambar jelas. Penelitian ini menguji dampak pengaruh kreativitas dan pengalaman emosi positif terhadap interaksi yang berkontribusi pada kualitas hubungan, khususnya dalam konteks belanja bahan makanan secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan platform belanja online, seperti layanan belanja bahan makanan secara online, telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk layanan dan pembayaran digital, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas layanan dan inovasi perusahaan.</p>					

3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi:  
Kecukupan dan pemutakhiran data dan metode terlihat jelas. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 288 responden konsumen yang melakukan pembelian online. Metodologi jelas dengan menyajikan informasi proses pengambilan data, instrumen penelitian, dan analisis data.
4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit:  
Penerbit adalah Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, dengan Editor-in-Chief dari Universitas Ahmad Dahlan, yakni Muhammad Ali Fikri, S.E, M.Sc. Jurnal masuk kategori S3 (<https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/9476>).
5. Indikasi plagiasi:  
Hasil uji plagiasi melalui Turnitin menghasilkan similarity index 6% sehingga menyimpulkan tidak terindikasi plagiasi.
6. Kesesuaian bidang ilmu:  
Artikel sesuai dengan bidang ilmu peneliti, yaitu Manajemen Pemasaran.

Purwokerto, 8 November 2023

Reviewer 2



Prof. Dr. Suliyanto, S.E., M.M.

NIP: 19740401 199802 1 001

Unit kerja: FEB Universitas Jenderal Soedirman

Jabatan Akademik Terakhir: Profesor

Bidang Ilmu: Manajemen Pemasaran