

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Role of Social Recognition and Achievement Signaling in Consumer Decision Making
 Penulis Jurnal Ilmiah : Sutan Mahendra Adika Wijaya, **Burhanudin Burhanudin**
 Status Penulis : Penulis kedua dari dua penulis
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Ekonomi ISSN: 2721-9879 (online)
 b. Nomor/Volume : Vol. 12, No.3, 2023
 c. Edisi (bulan/tahun) : September, 2023
 d. Penerbit : Sean Institute
 e. Jumlah halaman : 8 halaman (dari halaman 2079-2087)

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			1,8
b) Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			6			5,7
c) Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			6			5,7
d) Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			6			5,8
Total = (100%)			20			19,0
Kontribusi pengusul (penulis pertama/anggota utama) 0,5 x 19,0						9,50
Komentar Peer Review	<ol style="list-style-type: none"> Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur: Artikel ini mencakup semua unsur penting dalam penulisan ilmiah. Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Penelitian ini menggali secara mendalam dampak dari pengaruh <i>social recognition</i> dan <i>achievement signaling</i> yang mendorong niat pembelian produk mewah di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesediaan membeli produk mewah dimotivasi oleh keinginan konsumen untuk memperoleh pengakuan sosial dan menonjolkan <i>achievement signaling</i>. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: Penelitian ini mencerminkan tingkat kecukupan dan kemutakhiran metodologi yang memadai. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data yang diperoleh dari 240 responden. Kuesioner yang disebarakan kepada responden secara langsung di lokasi berbeda dan secara tidak langsung melalui layanan pesan instan, media sosial, dan email. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: Penerbit cukup berkualitas (Sean Institute, Sumatera Utara). Jurnal nasional terindeks oleh basis data bereputasi nasional Sinta 4. 					

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">5. Indikasi plagiasi: Hasil uji plagiasi dengan Turnitin disimpulkan bahwa artikel ini masih dapat ditolerir dengan similarity index 7%.6. Kesesuaian bidang ilmu: Artikel sesuai dengan bidang ilmu peneliti (manajemen pemasaran). |
|--|---|

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 Role of Social Recognition and Achievement Signaling in Consumer Decision Making
 Link Jurnal : <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/1936>
 Penulis Jurnal Ilmiah : Sutan Mahendra Adika Wijaya, **Burhanudin Burhanudin**
 Status Penulis : Penulis kedua dari dua penulis
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Ekonomi ISSN: 2721-9879 (online)
 b. Nomor/Volume : Vol. 12, No.3, 2023
 c. Edisi (bulan/tahun) : September, 2023
 d. Penerbit : Sean Institute
 e. Jumlah halaman : 8 halaman (dari halaman 2079-2087)

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			1,85
b) Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			6			5,75
c) Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			6			5,85
d) Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			6			5,75
Total = (100%)			20			19,2

Kontribusi pengusul (penulis pertama/anggota utama) 0,5 x 19,2

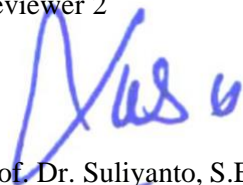
9,6

Komentar Peer Review	<p>1. Tentang Kelengkapan dan kesesuaian unsur: Artikel ini disusun dalam bahasa Inggris. Semua unsur esensial artikel ilmiah telah disertakan. Artikel ini diawali dengan identifikasi kesenjangan dalam penelitian (gap), dilanjutkan dengan analisis literatur (literature review), pengembangan hipotesis (hypothesis development), metodologi penelitian (research methods), penyajian hasil penelitian (results), pembahasan (discussion), dan terakhir, rekomendasi (recommendation). Penulisan daftar pustaka sudah sesuai dengan kaidah ilmiah.</p> <p>2. Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan memadai. Penelitian ini menguji dampak pengaruh dua faktor kunci, yaitu pengakuan sosial (social recognition) dan penonjolan prestasi (achievement signaling), terhadap niat konsumen untuk membeli produk mewah, khususnya di kalangan pengguna iPhone di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemauan untuk membeli produk mewah didorong oleh keinginan konsumen untuk menonjolkan prestasi pribadi, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pelanggan sebagai bentuk pengakuan atas pencapaian mereka. Namun, faktor pengakuan sosial tidak</p>
-----------------------------	--

	<p>secara signifikan memengaruhi kemauan membeli produk mewah.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: Kecukupan dan kemutakhiran data dan metode tergambar jelas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan analisis data dikumpulkan dari 240 responden, yang merupakan pengguna iPhone di Indonesia. Metodologi jelas dengan menyajikan informasi proses pengambilan data, instrumen penelitian, dan analisis data.4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: Penerbit adalah Sean Institute, Sumatera Utara, Indonesia, dengan Editor-in-Chief dari STMIK Pelita Nusantara, yakni Martua Sitorus, S.E., M.M. .Jurnal masuk kategori S4 (https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/?q=+27219879).5. Indikasi plagiasi: Hasil uji plagiasi melalui Turnitin menghasilkan similarity index 7% 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