

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Fashion Branding Strategy to Encourage Online Store Patronage Intention  
 Penulis Jurnal Ilmiah : **Burhanudin Burhanudin**, Diva Eriel Noviza  
 Status Penulis : Penulis ke pertama dari dua penulis  
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Manajemen Pemasaran  
 ISSN: 2597-615X (online)  
 b. Nomor/Volume : Vol.17, No.2, 2023  
 c. Edisi (bulan/tahun) : Oktober, 2023  
 d. Penerbit : Universitas Kristen Petra  
 e. Jumlah halaman : 14 halaman (dari halaman 121-134)

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			1,7
b) Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			6			5,7
c) Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			6			5,6
d) Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			6			5,8
<b>Total = (100%)</b>			20			18,8

**Kontribusi pengusul (penulis pertama/anggota utama) 0,6 x 18,8**

**11,28**

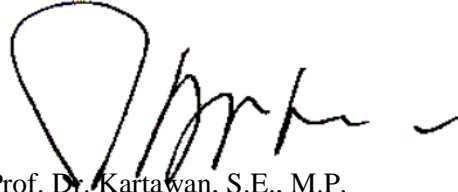
<b>Komentar Peer Review</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur: Artikel ini ditulis dengan menggunakan sistem penulisan yang cukup baik dan semua unsur karya tulis ilmiah terpenuhi. kaidah ilmiah.</li> <li>Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Ruang lingkup dan pembahasan dalam penelitian ini cukup dalam. Penelitian ini menggali dampak citra merek pada niat berpatron dalam konteks fashion serta variabel mediasi yang terlibat. Citra merek memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada niat berpatron melalui nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan pelanggan.</li> <li>Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: Artikel ini mencerminkan tingkat kecukupan dan kemutakhiran yang memadai. Data dalam penelitian ini menarik dan terkini. Metode kuantitatif digunakan, dengan melibatkan 221 responden yang merupakan pengguna</li> </ol>
-----------------------------	--

produk fashion JINISO.

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: Penerbit berkualitas (Universitas Kristen Petra, Surabaya, Jawa Timur). Jurnal nasional terindek oleh basis data bereputasi nasional Sinta 4.
5. Indikasi plagiasi: Tidak terindikasi plagiasi dengan similarity index Turnitin 1%.
6. Kesesuaian bidang ilmu: Artikel sesuai dengan bidang ilmu peneliti (anajemen pemasaran).

Tasikmalaya, 11 Desember 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 Brand Love on Brand Satisfaction, Brand Engagement, and Brand Loyalty  
 Link Jurnal : <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/7610>  
 Penulis Jurnal Ilmiah : **Burhanudin Burhanudin**, Binta Febriyanti  
 Status Penulis : Penulis ke pertama dari dua penulis  
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Manajemen Maranatha ISSN (2579-4094)  
 b. Nomor/Volume : Vol. 23, No.1, 2023  
 c. Edisi (bulan/tahun) : November, 2023  
 d. Penerbit : Universitas Kristen Maranatha  
 e. Jumlah halaman : 12 halaman (dari halaman 67-78)

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>			1.85
b) Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			<b>6</b>			5.90
c) Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			<b>6</b>			5.95
d) Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			<b>6</b>			5.95
<b>Total = (100%)</b>			<b>20</b>			19.65

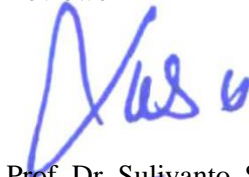
**Kontribusi pengusul (penulis pertama/anggota utama)** 0,6 x 19.65 = 11.79

<b>Komentar Peer Review</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur: Penulisan artikel menggunakan bahasa Inggris dengan sistem penulisan yang baik dan tata bahasa yang terstruktur dengan baik pula. Artikel ini memenuhi semua elemen penting dari penulisan ilmiah.</li> <li>2. Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Pembahasan ruang lingkup dan kedalaman penelitian mencukupi. Penelitian ini membahas dampak pengaruh brand satisfaction terhadap brand love dan selanjutnya terhadap brand engagement dan brand loyalty pada produk kecantikan.</li> <li>3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: Kecukupan dan kemutakhiran data terpenuhi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 358 responden. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan menggunakan purposive sampling dengan kriteria pengalaman menggunakan produk MS Glow.</li> </ol>
-----------------------------	--

<p>4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: Penerbit Universitas Kristen Maranatha, Jawa Barat, Indonesia , dengan Editor-in-Chief dari Universitas Kristen Maranatha, Ida, SE., MM, Jawa Barat, Indonesia. Jurnal nasional terindeks oleh basis data bereputasi nasional Sinta 4 (<a href="https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/5814">https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/5814</a>).</p> <p>5. Indikasi plagiasi: Hasil uji plagiasi melalui Turnitin menghasilkan similarity index 1% sehingga menyimpulkan tidak terindikasi plagiasi.</p> <p>6. Kesesuaian bidang ilmu: Artikel sesuai dengan bidang ilmu peneliti, yaitu Manajemen Pemasaran.</p>
--

Purwokerto, 7 Desember 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