

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product

Nama Penulis : **Amron**

Jumlah Penulis : 1

Status Pengusul : penulis pertama/penulis ke...../penulis korespondensi*

Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Archives of Business Research
b. Nomor ISSN : 2054-7404
c. Volume, Nomor, Bulan Tahun : 6, 4, April Tahun 2018, pp.1-8.
d. Penerbit : Society for Science and Education, United Kingdom
e. DOI artikel (jika ada) : <http://dx.doi.org/10.14738/abr.64.4374>
f. Alamat web Jurnal : <http://scholarpublishing.org/index.php/ABR/article/view/4374>
g. Terindeks di Scimagojr/Thomson Reuter ISI Knowlegde atau di Copernicus, Microsoft Academic Search, Cross Ref

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri ✓ pada kategori yang tepat) :

- ☒ Jurnal Ilmiah Internasional/Internasional bereputasi*
☐ Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
☐ Jurnal Ilmiah Nasional/ Nasional Terindeks di DOAJ, CABI, COPENICUS*

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh		
	Internasional/ International Bereputasi*	Nasional Terakre ditasi	Nasional/ Nasional Terindeks di DOAJ, CABI,COPERNICU S	REVIE WER PTS	TIM PAK KOPERTIS	TIM VALI DASI
a. Kelengkapan unsur suatu Artikel Ilmiah (10%)	2			1.72		
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6			5.83		
c. Kecukupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi (30%)	6			5.56		
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	6			5.59		
Total = (100%)						
Nilai Pengusul	20			18.7		
Catatan penilaian artikel oleh Tim Pak Kopertis Wilayah VI :						
Catatan penilaian artikel oleh Tim Validasi Kopertis Wilayah VI :						

Semarang,
Tim PAK,

Tim Validasi,

Nama :
NPP./NIDN :

Nama :
NPP./NIDN :

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product
 Nama Penulis : Amron
 Jumlah Penulis : 1
 Status Pengusul : penulis pertama/penulis ke...../penulis korespondensi*
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Archives of Business Research
 b. Nomor ISSN : 2054-7404
 c. Volume, Nomor, Bulan Tahun : 6, 4, April Tahun 2018, pp.1-8.
 d. Penerbit : Society for Science and Education, United Kingdom
 e. DOI artikel (jika ada) : <http://dx.doi.org/10.14738/abr.64.4374>
 f. Alamat web Jurnal : <http://scholarpublishing.org/index.php/ABR/article/view/4374>
 g. Terindeks di Scimagojr/Thomson Reuter ISI Knowlegde atau di Copernicus, Microsoft Academic Search, Cross Ref

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri ✓ pada kategori yang tepat) :

- ☒ Jurnal Ilmiah Internasional/Internasional bereputasi*
☐ Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
☐ Jurnal Ilmiah Nasional/ Nasional Terindeks di DOAJ, CABI, COPENICUS*

Hasil Penilaian Peer Review :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional/ International Bereputasi*	Nasional Terakreditasi	Nasional/ Nasional Terindeks di DOAJ, CABI,COPENICUS	
a. Kelengkapan unsur suatu Artikel Ilmiah (10%)	2			1.71
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6			5.84
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	6			5.54
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	6			5.62
Total = (100%)				
Nilai Pengusul	20			18.71
Topik penelitian relevan dengan kasus marketing yang terjadi saat ini. Rujukan pada daftar pustaka relative baru. Pembahasan dan pengambilan kesimpulan menunjukkan kedalaman pembahasan pada manajemen pemasaran. Jurnal terindek dengan baik. Kesimpulan : Jurnal masuk kategori jurnal internasional yang baik.				

Semarang, 25 Juni 2018

Reviewer 1



Nama : Prof. Dr. Suliyanto, S.E., M.M.
 NIP/NIDN : 197404011998021001/ 0001047406
 Unit Kerja : Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED)
 Jabatan Fungsional : Profesor
 Bidang Ilmu : Manajemen Pemasaran

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product
 Nama Penulis : Amron
 Jumlah Penulis : 1
 Status Pengusul : penulis pertama/penulis ke...../penulis korespondensi*
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Archives of Business Research
 b. Nomor ISSN : 2054-7404
 c. Volume, Nomor, Bulan Tahun : 6, 4, April Tahun 2018, pp.1-8.
 d. Penerbit : Society for Science and Education, United Kingdom
 e. DOI artikel (jika ada) : <http://dx.doi.org/10.14738/abr.64.4374>
 f. Alamat web Jurnal : <http://scholarpublishing.org/index.php/ABR/article/view/4374>
 g. Terindeks di Scimagojr/Thomson Reuter ISI Knowlegde atau di Copernicus, Microsoft Academic Search, Cross Ref

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri ✓ pada kategori yang tepat) :

- ☒ Jurnal Ilmiah Internasional/Internasional bereputasi*
☐ Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
☐ Jurnal Ilmiah Nasional/ Nasional Terindeks di DOAJ, CABI, COPENICUS*

Hasil Penilaian Peer Review :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional/ International Bereputasi*	Nasional Terakreditasi	Nasional/ Nasional Terindeks di DOAJ, CABI,COPERNICUS	
a. Kelengkapan unsur suatu Artikel Ilmiah (10%)	2			1.73
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6			5.82
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	6			5.58
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	6			5.56
Total = (100%)				
Nilai Pengusul	20			18.69

Catatan penilaian artikel oleh Reviewer :

Permasalahan pemasaran di bahas secara berurutan, dan di jabarkan secara baik. Pembahasan hipotesis dan pengambilan kesimpulan menunjukkan kasus marketing diteliti dengan metodologi yang baik. Kesimpulan : Jurnal masuk kategori jurnal internasional.

Semarang, 25 Juni 2018
 Reviewer 2



Nama : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D
 NPP./NIDN : 0686.11.2014.606/ 0630095701
 Unit Kerja : Universitas Dian Nuswantoro
 Jabatan Fungsional : Profesor
 Bidang Ilmu : Digital Marketing & International Marketing