

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

Judul karya ilmiah (Artikel) : **Pengaruh Brand Trust, Brand Affect dan Brand Quality Terhadap Brand Loyalty DOVE di Surabaya**  
 Jumlah Penulis : 2 orang  
 Nama Penulis : 1. Erwin Tanuwijaya, 2. **Ninuk Muljani**. (2011)  
 Status Pengusul : penulis-pertama/penulis ke-2 / penulis-korespondensi\*\*  
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : **Jurnal Kajian Manajemen dan Bisnis Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.**  
 b. Nomor ISSN : 2086-9511  
 c. Volume, nomor, bulan, tahun : Vol. 2, No. 2, Februari 2011  
 d. Penerbit : Fakultas Bisnis-UKWMS  
 e. DOI artikel (jika ada) : --  
 f. Url untuk menelusuri : <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMB/IS/issue/vjew/189>  
 g. Url menuju artikel : [http://repository.wima.ac.id/14346/1/4-Pengaruh\\_brand\\_trust\\_.pdf](http://repository.wima.ac.id/14346/1/4-Pengaruh_brand_trust_.pdf)  
 h. Terindeks di Scimago JR/Thomson Reuter ISI knowledge atau di .....

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah :  Jurnal Ilmiah Internasional /Internasional Bereputasi  
 (beri tanda  $\checkmark$  pada kategori yang tepat)  Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi  
 Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi/Nasional terindeks di **DOAJ, CABI, COPERNICUS \*\*\***

Hasil Penilaian Peer Review:

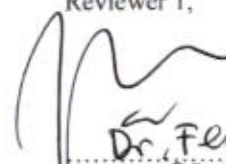
Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah: 40. kredit			Nilai Akhir Yang Diperoleh:
	Internasional/Internasional bereputasi <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Terakreditasi <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)			1	1
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2,7
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			3	2,4
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)			3	2,7
<b>Total = (100 %)</b>				
<b>Nilai Pengusul</b>				<b>8,8</b>

Nilai Akhir	$\frac{40}{100} \times 8,8 = 3,52$
-------------	------------------------------------

Catatan Penilaian artikel oleh Reviewer:

*Studi belum cukup menampilkan info mengenai bagaimana data diperoleh dan dulunya hasil studi yg terbatas, dari hasil-hasil studi sebelumnya.*

Surabaya, 26 Maret 2018  
 Reviewer 1,



Dr. Fenika Mulani

NIDN: 0703037201

Unit kerja: Fakultas Bisnis

Jabatan Fungsional: Lektor Kepala (400)

\*Dinilai oleh dua Reviewer secara terpisah

\*\* coret yang tidak perlu

\*\*\* nasional/terindeks di DOAJ, CABI, Copernicus, dll.

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

Judul karya ilmiah (Artikel) : Pengaruh Brand Trust, Brand Affect dan Brand Quality Terhadap Brand Loyalty DOVE di Surabaya  
 Jumlah Penulis : 2 orang  
 Nama Penulis : 1. Erwin Tanuwijaya, 2. Ninuk Muljani. (2011)  
 Status Pengusul : penulis pertama/penulis ke-2 / penulis korespondensi\*\*  
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Kajian Manajemen dan Bisnis Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.  
 b. Nomor ISSN : 2086-9511  
 c. Volume, nomor, bulan, tahun : Vol. 2, No. 2, Februari 2011  
 d. Penerbit : Fakultas Bisnis-UKWMS  
 e. DOI artikel (jika ada) : --  
 f. Url untuk menelusuri : <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMB/IS/issue/view/189>  
 g. Url menuju artikel : [http://repository.wima.ac.id/14346/1/4-Pengaruh\\_brand\\_trust\\_.pdf](http://repository.wima.ac.id/14346/1/4-Pengaruh_brand_trust_.pdf)  
 h. Terindeks di Scimago JR/Thomson Reuter ISI knowledge atau di .....

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah :  Jurnal Ilmiah Internasional /Internasional Bereputasi  
 (beri tanda  $\checkmark$  pada kategori yang tepat)  Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi  
 Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi/Nasional terindeks di DOAJ, CABI, COPERNICUS \*\*\*

Hasil Penilaian Peer Review:

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah: 40 kredit			Nilai Akhir Yang Diperoleh:
	Internasional/ Internasional bereputasi <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Terakreditasi <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)			1	0,7
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2,5
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			3	3
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)			3	2,5
<b>Total = (100 %)</b>				<b>8,7</b>
<b>Nilai Pengusul</b>				<b>3,48</b>

Nilai Akhir	$\frac{40}{100} \times 8,7 = 3,48$
-------------	------------------------------------

Catatan Penilaian artikel oleh Reviewer:

Mengapa Brand Trust berpengaruh pd brand loyalty. pada pembahasan lebih tajam

Surabaya, 28 MARET 2018  
 Reviewer 2,

*(Signature)*  
 MEKHASIUS AGUS SUNARJANTO  
 NIDN: 0614126703  
 Unit kerja: FAK. BISNIS UKWMS  
 Jabatan Fungsional: Lektor Kepala

\*Dinilai oleh dua Reviewer secara terpisah  
 \*\* coret yang tidak perlu  
 \*\*\* nasional/terindeks di DOAJ, CABI, Copernicus, dll.