

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

Judul Makalah : Relationship Between Advertising Intrusiveness, Advertising Irritation, Attitude toward the Ads, Attitude toward the Brand and Purchase Intention on the Youtube Videos Online

Jumlah Penulis : 2 (dua) orang (1.Sri Hartini; 2.Rosa Silvana)

Status Pengusul : Penulis ke 1

Identitas Makalah :

- a. Judul Prosiding : 3rd Tourism and Hospitality International Conference (THIC) 2015; Hal. 319-327
- b. Nomor ISBN/ISSN : 978-983-2078-83-8
- c. Tahun, Tempat : 19 – 20 November 2015 bertempat di Auditorium Universitas Ciputra
- d. Penerbit/Organiser : Universitas Ciputra
- e. DOI artikel :
- f. Alamat Repositori/ Web : <https://www.uc.ac.id/3rd-tourism-and-hospitality-international-conference-thic-2015/>
- g. Terindek di (jika ada) :

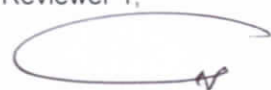
Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri √ pada kategori yang tepat) :

- Prosiding Internasional Terindeks Scimagojr
- Prosiding Internasional Scopus (tidak terindeks SJR)
- Prosiding Internasional
- Prosiding Nasional

Hasil Penilaian Peer Review :

Komponen Yang dinilai	Nilai Maksimal Prosiding				Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Terindeks Scimagojr Nilai Maks: 30 <input type="checkbox"/>	Internasional Scopus (tidak terindeks SJR) Nilai Maks: 25 <input type="checkbox"/>	Internasional Nilai Maks: 15 <input checked="" type="checkbox"/>	Nasional Nilai Maks: 10 <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi prosiding (10%)			1,50		1,2
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			4,50		3,5
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			4,50		4
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			4,50		4
Total = (100%)			15,00		12,7
Nilai Pengusul =					

Surabaya, 16-7-2020
Reviewer 1,



Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si.
NIP. 196905181993032001
Jabatan : Guru Besar
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

Judul Karya Ilmiah : Relationship Between Advertising Intrusiveness, Advertising Irritation, Attitude toward the Ads, Attitude toward the Brand and Purchase Intention on the Youtube Videos Online

Jumlah Penulis : 2 (dua) orang (1.Sri Hartini; 2.Rosa Silvana)

Status Pengusul : Penulis ke 1

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Cukup, meliputi abstract, introduction, theoretical model & hypothesis, methods, result & discussion, managerial implication, conclusion & future research, serta references.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

- Tidak ada teori; tp langsung pada pengembangan hipotesis penelitian
- Pembahasan hasil penelitian kurang dieksplorasi dg baik.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Data cukup. Metode penelitian digambarkan cukup jelas

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Konferensi ini diselenggarakan oleh Univ. Ciputra Surabaya.
Ada ISBN.

Surabaya, 16-7-2020
Reviewer 1,



Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si.
NIP. 196905181993032001
Jabatan : Guru Besar
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

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

Judul Makalah : Relationship Between Advertising Intrusiveness, Advertising Irritation, Attitude toward the Ads, Attitude toward the Brand and Purchase Intention on the Youtube Videos Online

Jumlah Penulis : 2 (dua) orang (1.Sri Hartini; 2.Rosa Silvana)

Status Pengusul : Penulis ke 1

Identitas Makalah :

- a. Judul Prosiding : 3rd Tourism and Hospitality International Conference (THIC) 2015; Hal. 319-327
- b. Nomor ISBN/ISSN : 978-983-2078-83-8
- c. Tahun, Tempat : 19 – 20 November 2015 bertempat di Auditorium Universitas Ciputra
- d. Penerbit/Organiser : Universitas Ciputra
- e. DOI artikel :
- f. Alamat Repositori/ Web : <https://www.uc.ac.id/3rd-tourism-and-hospitality-international-conference-thic-2015/>
- g. Terindek di (jika ada) :

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

- Prosiding Internasional Terindeks Scimagojr
- Prosiding Internasional Scopus (tidak terindeks SJR)
- Prosiding Internasional
- Prosiding Nasional

Hasil Penilaian Peer Review :

Komponen Yang dinilai	Nilai Maksimal Prosiding				Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Terindeks Scimagojr Nilai Maks: 30 <input type="checkbox"/>	Internasional Scopus (tidak terindeks SJR) Nilai Maks: 25 <input type="checkbox"/>	Internasional Nilai Maks: 15 <input checked="" type="checkbox"/>	Nasional Nilai Maks: 10 <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi prosiding (10%)			1.50		1,38
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			4.50		4,15
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			4.50		4,08
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			4.50		3,46
Total = (100%)			15.00		13,07
Nilai Pengusul =					

Surabaya,1.3 AUG 2020
Reviewer 2,



Prof. Dr. Anis Eliyana, S.E., M.Si.
NIP. 196502042000122001
Jabatan : Guru Besar
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

Judul Karya Ilmiah : Relationship Between Advertising Intrusiveness, Advertising Irritation, Attitude toward the Ads, Attitude toward the Brand and Purchase Intention on the Youtube Videos Online

Jumlah Penulis : 2 (dua) orang (1.Sri Hartini; 2.Rosa Silvana)

Status Pengusul : Penulis ke 1

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Kelengkapan unsur isi artikel : lengkap.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan mendalam sesuai bidang ilmu pengusul

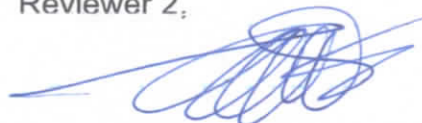
3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Informasi dan referensi yang digunakan dan diterapkan cukup mutakhir

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Kelengkapan unsur kualitas penerbit cukup lengkap. Dilengkapi dengan ISSN dan alamat repository

Surabaya, 13 AUG 2020
Reviewer 2,



Prof. Dr. Anis Eliyana, S.E., M.Si.
NIP. 196502042000122001
Jabatan : Guru Besar
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

**FORMULIR HASIL VALIDASI DAN PENILAIAN
KARYA ILMIAH DOSEN UNIVERSITAS AIRLANGGA
(BENTUK PUBLIKASI KARYA ILMIAH : PROCEEDING)**

A. Identitas Karya Ilmiah
 Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Relationship Between Advertising Intrusiveness, Advertising Irritation, Attitude toward the Ads, Attitude toward the Brand and Purchase Intention on the Youtube Videos Online
 Jumlah Penulis : 2 (dua) orang (1.Sri Hartini; 2.Rosa Silvana)
 Status Pengusul : Penulis ke 1
 Identitas Makalah : a. Judul Prosiding : 3rd Tourism and Hospitality International Conference (THIC) 2015; Hal. 319-327
 b. Nomor ISBN/ISSN : 978-983-2078-83-8
 c. Tahun, Tempat : 19 – 20 November 2015 bertempat di Auditorium Universitas Ciputra
 d. Penerbit/Organiser : Universitas Ciputra
 e. DOI artikel :
 f. Alamat Repositori/ Web : <https://www.uc.ac.id/3rd-tourism-and-hospitality->
 g. Terindek di (jika ada) :

B. Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri √ pada kategori yang tepat)

Prosiding Internasional Terindeks Scimagojr
 Prosiding Internasional Scopus (tidak terindeks SJR)
 Prosiding Internasional
 Prosiding Nasional

C. Rekapitulasi hasil penilaian angka kredit


Komponen Yang dinilai		Reviewer I	Reviewer II	Nilai Rata-rata
a.	Kelengkapan unsur isi jurnal ilmiah (10%)	1,20	1,38	1,29
b.	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	3,50	4,15	3,83
c.	Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	4,00	4,08	4,04
d.	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	4,00	3,46	3,73
Total = (100%)		12,70	13,07	12,89
Penulis ke 1 dari 2 Penulis		60% X 12,89 = 7,73		

D. Hasil Validasi Ketua Departemen:

Telah diperiksa dan divalidasi dengan baik, dan sampai pernyataan ini dibuat sebagai karya ilmiah **original / plagiat** sehingga kami turut bertanggung jawab bahwa karya ilmiah tersebut telah memenuhi syarat kaidah ilmiah, norma akademik, dan norma hukum, sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 17 Tahun 2010 tanggal 16 Agustus 2010 tentang Pencegahan dan Pananggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Namun demikian, apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa karya ilmiah tersebut merupakan karya Ilmiah Plagiat, maka akan menjadi tanggung jawab mutlak penulis tersebut di atas, baik secara perdata maupun pidana.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Agustus 2020
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unair
 Ketua Departemen Manajemen,

 Dr. Praptini Yulianti, Dra.Ec., M.Si.
 NIP. 195807191994032001

