

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

- Judul Makalah : The Effect of Airline Sale Promotion Types on Consumers' Attitudes Toward Brand and Purchase Intentions
- Jumlah Penulis : 1 (satu) orang (1.Masmira Kurniawati)
- Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 1 penulis
- Identitas Makalah :
- a. Judul Prosiding : Increasing Management Relevance and Competitiveness: Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GC-BME 2017)
  - b. Nomor ISBN/ISSN : 9781351241892
  - c. Tahun, Tempat : August 9, 2017, Universitas Airlangga, Surabaya, Indone
  - d. Penerbit/Organiser : Taylor & Francis Group
  - e. DOI artikel : <https://doi.org/10.1201/9781351241892>
  - f. Alamat Repositori/ Web : <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781351241892/chapters/10.1201/9781351241892-40>
  - g. Terindek di (jika ada) :
- Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah :  Prosiding Internasional Terindeks Scimagojr  
 (beri √ pada kategori yang tepat)  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 jurnal ilmiah (10%)			1,50		1,50
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			4,50		4,20
c. Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)			4,50		4,00
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			4,50		4,30
<b>Total = (100%)</b>			<b>15,00</b>		<b>14,00</b>
<b>Nilai Pengusul =</b>					

Surabaya, 9 Oktober 2021  
 Reviewer 1,



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

Judul Karya Ilmiah : The Effect of Airline Sale Promotion Types on Consumers' Attitudes Toward Brand and Purchase Intentions  
Jumlah Penulis : 1 (satu) orang (1.Masmira Kurniawati)  
Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 1 penulis

**Catatan Peer Reviewer :**

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Kelengkapan unsur isi terpenuhi, meliputi: judul, abstract, background, literature review & hypothesis, research method, result & discussion, implication, serta references.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Paper ini menganalisis pengaruh tipe promosi penjualan tiket pesawat terbang pada sikap konsumen atas merek dan niat beli. Pembahasan didukung beberapa teori, namun kurang dieksplorasi.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Studi ini menggunakan pendekatan eksperimen. Tidak dijelaskan berapa jumlah partisipan dalam riset ini. Teknik analisis menggunakan ANOVA. Teknik analisis kurang jelas.

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Prosiding ini diterbitkan oleh Taylor & Francis Group (publisher andal). Konferen GCBME diselenggarakan oleh Universitas Airlangga. Kelengkapan unsur kualitas penerbit terpenuhi.

Surabaya, 9 Oktober 2021  
Reviewer 1,



Prof. Dr. Tanti Handriana, S.E., 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 : The Effect of Airline Sale Promotion Types on Consumers' Attitudes Toward Brand and Purchase Intentions

Jumlah Penulis : 1 (satu) orang (1.Masmira Kurniawati)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 1 penulis

Identitas Makalah :

- a. Judul Prosiding : Increasing Management Relevance and Competitiveness: Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GC-BME 2017)
- b. Nomor ISBN/ISSN : 9781351241892
- c. Tahun, Tempat : August 9, 2017, Universitas Airlangga, Surabaya, Indone
- d. Penerbit/Organiser : Taylor & Francis Group
- e. DOI artikel : <https://doi.org/10.1201/9781351241892>
- f. Alamat Repositori/ Web : <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781351241892/chapters/10.1201/9781351241892-40>
- g. Terindek di (jika ada) :

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah :  Prosiding Internasional Terindeks Scimagojr  
(beri √ pada kategori yang tepat)  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 jurnal ilmiah (10%)			1,50		1.5
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			4,50		4,00
c. Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)			4,50		4,00
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			4,50		4.5
<b>Total = (100%)</b>			<b>15,00</b>		<b>14,00</b>
<b>Nilai Pengusul =</b>					

Surabaya, 04 Oktober 2021  
Reviewer 2,



Dr. Ahmad Rizki Sridadi  
NIP. 197610292002121002  
Jabatan : Lektor Kepala  
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

Judul Karya Ilmiah : The Effect of Airline Sale Promotion Types on Consumers' Attitudes Toward Brand and Purchase Intentions

Jumlah Penulis : 1 (satu) orang (1.Masmira Kurniawati)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 1 penulis

**Catatan Peer Reviewer :**

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Komponen yang dimuat dalam artikel karya ilmiah ini memuat abstrak, pengantar, tinjauan pustaka, pembahasan, metode penelitian, simpulan, dan daftar pustaka

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Pembahasan karya ilmiah mengenai manajemen pemasaran. Membahas tentang consumer's attitude atas promosi melalui brosurpesawat. Kaidah-kaidah penulisan relatif sesuai dan pembahasan relatif memadai

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Quantitative research dengan experimental type terhadap responden yang terbagi atas dua kelompok untuk dua promosi yang berbeda, yang data umumnya relatif mutakhir dan relatif memadai

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Prosiding internasional, Increasing Management Relevance and Competitiveness: Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GC-BME 2017)

Surabaya, 04 Oktober 2021  
Reviewer 2,



Dr. Ahmau Rizki Sridadi  
NIP. 197610292002121002  
Jabatan : Lektor Kepala  
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

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

**A. Identitas Karya Ilmiah**

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Effect of Airline Sale Promotion Types on Consumers' Attitudes Toward Brand and Purchase Intentions

Jumlah Penulis : 1 (satu) orang (1.Masmira Kurniawati)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 1 penulis

Identitas Makalah :

- a. Judul Prosiding : Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GC-BME 2017)
- b. Nomor ISBN/ISSN : 9781351241892
- c. Tahun, Tempat : August 9, 2017, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia
- d. Penerbit/Organiser : Taylor & Francis Group
- e. DOI artikel : <https://doi.org/10.1201/9781351241892>
- f. Alamat Repositori/ Web : <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781351241892/chapter/s/10.1201/9781351241892-40>
- g. Terindek di (jika ada) :

**B. Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah** (beri  $\checkmark$  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%)	1,50	1,50	<b>1,50</b>
b.	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	4,20	4,00	<b>4,10</b>
c.	Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	4,00	4,00	<b>4,00</b>
d.	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	4,30	4,50	<b>4,40</b>
<b>Total = (100%)</b>		<b>14,00</b>	<b>14,00</b>	<b>14,00</b>
<b>Penulis ke-1 dari 1 penulis</b>		<b>100% X 14,00 = 14,00</b>		


**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, 18 Oktober 2021  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unair  
Ketua Departemen Manajemen



Dr. Genca Candra Premananto, SE., M.Si.  
NIP. 197407221999031001