

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

Judul Makalah : The Relationship Between White Ocean Strategy, Customer Value, and Customer Engagement

Jumlah Penulis : 4 (empat) orang (1.Sri Hartini, 2.Masmira Kurniawati, 3.Jovi Sulistiawan, 4.Muhammad Ihwanudin)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 4 penulis

Identitas Makalah : a. Nama Jurnal : Organizations and Markets in Emerging Economies;
b. Nomor ISSN : ISSN: 2029-4581, eISSN: 2345-0037;
c. Vol.No.bln.Th. : Vol 13 No 1 (2022), pp. 96-116
d. Penerbit : Vilnius University Press
e. DOI artikel :
f. Web Jurnal : <https://www.journals.vu.lt/omee/article/view/24870>

g. Terindek di : Scopus, SJR: 0.213, Q3

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR > 0,10)
(beri \checkmark pada kategori yang tepat) Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR < 0,10)
 Jurnal Ilmiah Internasional terindek di Web of Science clarivate analytics / kelompok emerging sources citation indeks (tidak termasuk SJR)

Hasil Penilaian Peer Review :

Komponen Yang dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi (SJR > 0,10) Nilai Maks: 40 <input checked="" type="checkbox"/>	Internasional Bereputasi (SJR < 0,10) Nilai Maks: 30 <input type="checkbox"/>	Internasional (tidak terindek SJR) Nilai Maks: 20 <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi jurnal ilmiah (10%)	4,00			3,75
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	12,00			10,75
c. Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	12,00			11,25
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	12,00			10,25
Total = (100%)	40,00			36
Nilai Pengusul = 60%				

Surabaya, 12 JUL 2022
Reviewer 1,



Prof. Dr. Anis Eliyana, SE., M.Si.
NIP. 196502042000122001
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga
Bidang Ilmu : Manajemen
Jabatan/Gol. : Guru Besar / (IV/e)

Judul Karya Ilmiah : The Relationship Between White Ocean Strategy, Customer Value, and Customer Engagement

Jumlah Penulis : 4 (empat) orang (1.Sri Hartini, 2.Masmira Kurniawati, 3.Jovi Sulistiawan, 4.Muhammad Ihwanudin)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 4 penulis

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Artikel memiliki unsur yang lengkap mulai dari abstrak, pendahuluan, kajian teoretik, hipotesis, metode, hasil pengujian, pembahasan, implikasi, dan saran bagi penelitian mendatang.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Secara keseluruhan ruang lingkup artikel meneliti *engagement* pengguna Surabaya Bus yang dipengaruhi oleh *White Ocean Strategy* dan serangkaian *value* yang dirasakan konsumen. Hasil dan pembahasan diuraikan secara baik dengan dukungan penelitian terdahulu dan argumen yang relevan

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

artikel meneliti 220 konsumen pengguna Surabaya Bus dengan teknik accidental sampling. Kemudian data yang diperoleh diuji dengan SEM PLS dengan kebutuhan dan prosedur yang tepat

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Penerbit terindeks scopus Q3 dengan sub area *Development, Finance, Business and International Management, Economics and Econometrics*. Penerbit memiliki ISSN, e-ISSN, dan DOI yang membuktikan penerbit bereputasi dan baik.

Surabaya, 12 JUL 2022
Reviewer 1,



Prof. Dr. Anis Eliyana, SE., M.Si.
NIP. 196502042000122001
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga
Bidang Ilmu : Manajemen
Jabatan/Gol. : Guru Besar / (IV/e)

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

Judul Makalah : The Relationship Between White Ocean Strategy, Customer Value, and Customer Engagement

Jumlah Penulis : 4 (empat) orang (1.Sri Hartini, 2.Masmira Kurniawati, 3.Jovi Sulistiawan, 4.Muhammad Ihwanudin)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 4 penulis

Identitas Makalah : a. Nama Jurnal : Organizations and Markets in Emerging Economies;
b. Nomor ISSN : 2029-4581, eISSN: 2345-0037;
c. Vol.No.blh.Th. : Vol 13 No 1 (2022), pp. 96-116
d. Penerbit : Vilnius University Press
e. DOI artikel :
f. Web Jurnal : <https://www.journals.vu.lt/omee/article/view/24870>

g. Terindek di : Scopus, SJR: 0.213, Q3

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri pada kategori yang tepat) : Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR > 0,10)
 Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR < 0,10)
 Jurnal Ilmiah Internasional terindek di Web of Science clarivate analytics / kelompok emerging sources citation indeks (tidak termasuk SJR)

Hasil Penilaian Peer Review :

Komponen Yang dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi (SJR > 0,10) Nilai Maks: 40 <input checked="" type="checkbox"/>	Internasional Bereputasi (SJR < 0,10) Nilai Maks: 30 <input type="checkbox"/>	Internasional (tidak terindek SJR) Nilai Maks: 20 <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi jurnal ilmiah (10%)	4.00			3.80
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	12.00			11.00
c. Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	12.00			11.50
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	12.00			12.00
Total = (100%)	40.00			38.30
Nilai Pengusul = 60%				22.98

Surabaya, 8 Juli 2022
Reviewer 2,



Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si.
NIP. 196905181993032001
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga
Bidang Ilmu : Manajemen
Jabatan/Gol. : Guru Besar / (IV/c)

Judul Karya Ilmiah : The Relationship Between White Ocean Strategy, Customer Value, and Customer Engagement

Jumlah Penulis : 4 (empat) orang (1.Sri Hartini, 2.Masmira Kurniawati, 3.Jovi Sulistiawan, 4.Muhammad Ihwanudin)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 4 penulis

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Artikel ini cukup lengkap, terdiri dari, abstract, introduction, theoretical background review & hypothesis, methodology, data analysis & results, discussion, serta references. Tidak ada conclusion.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Artikel ini menganalisis hubungan antara White Ocean Strategy, Customer value, dan Customer Engagement. Pembahasan cukup komprehensif, dan didukung teori / penelitian terdahulu.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei online pada 220 responden (data cukup). Data dianalisis menggunakan SEM dengan software PLS. Metode penelitian disajikan dengan jelas. Literatur yang diacu sebagian besar update (10 tahun terakhir).

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Jurnal Organizations and Markets in Emerging Economies diterbitkan oleh Vilnius University Press, saat ini terindeks Scopus Q3, dengan SJR 0,21. Per tahunnya, jurnal ini terbit sebanyak 2x, dengan jumlah artikel per terbitan rata-rata 12 artikel. Unsur kualitas penerbit terpenuhi.

Surabaya, 8 Juli 2022

Reviewer 2,



Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si.

NIP. 196905181993032001

Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

Bidang Ilmu : Manajemen

Jabatan/Gol. : Guru Besar / (IV/c)

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

A. Identitas Karya Ilmiah

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Relationship Between White Ocean Strategy, Customer Value, and Customer Engagement

Jumlah Penulis : 4 (empat) orang (1.Sri Hartini, 2.Masmira Kurniawati, 3.Jovi Sulistiawan, 4.Muhammad Ihwanudin)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 4 penulis

Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Organizations and Markets in Emerging Economies;
b. Nomor ISSN : ISSN: 2029-4581, eISSN: 2345-0037;
c. Vol.No.bl.n.Th. : Vol 13 No 1 (2022), pp. 96-116
d. Penerbit : Vilnius University Press
e. DOI artikel :
f. Web Jurnal : <https://www.journals.vu.lt/omee/article/view/24870>
g. Terindek di : Scopus, SJR: 0.213, Q3

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

- Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR > 0,10)
 Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR < 0,10)
 Jurnal Ilmiah Internasional terindek di Web of Science clarivate analytics / kelompok emerging sources citation indeks (tidak termasuk SJR)

C. Rekapitulasi hasil penilaian angka kredit

Komponen Yang dinilai		Reviewer I	Reviewer II	Nilai Rata-rata
a.	Kelengkapan unsur isi jurnal ilmiah (10%)	3.75	3.80	3.78
b.	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	10.75	11.00	10.88
c.	Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	11.25	11.50	11.38
d.	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	10.25	12.00	11.13
Total = (100%)		36.00	38.30	37.15
Penulis ke-1 dari 4 penulis		60% X 37.15 = 22.29		

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, 15 Juli 2022

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unair
Kampus Departemen Manajemen



[Handwritten Signature]

Candra Premananto, SE., M.Si.

NIP. 197407221999031001