

T-1.1

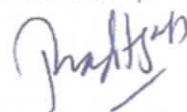
**LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH : JURNAL ILMIAH INTERNASIONAL**

- Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Does religious knowledge level affect brand association and purchase intention of luxury cars? Case of the Lexus cars in Indonesia
- Jumlah Penulis : 3 (tiga) orang (1.Ririn Tri Ratnasari, 2.Anniza Citra Prajasari, 3.Salina Kassim)
- Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 3 penulis
- Identitas Jurnal Ilmiah :
- a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing;
 - b. Nomor ISSN : 1759-0833;
 - c. Vol.No.blh.Th. : 2022
 - d. Penerbit : Emerald Publishing Limited
 - e. DOI artikel : <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0004>
 - f. Web Jurnal : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-01-2020-0004/full/html>
 - g. Terindek di : Scopus, Q2, SJR: 0,551
- Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR > 0,10)
(beri √ 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			4.00
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	12.00			11.00
c. Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	12.00			12.00
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	12.00			12.00
Total = (100%)	40.00			39.00
Nilai Pengusul = 39				

Surabaya, 8 September 2022
Reviewer 1,



Prof. Dr. Raditya Sukmana, SE.,MA.
NIP. 197604132002121003
Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga
Bidang Ilmu : Ekonomi Islam
Jabatan : Guru Besar

Judul Karya Ilmiah : Does religious knowledge level affect brand association and purchase intention of luxury cars? Case of the Lexus cars in Indonesia

Jumlah Penulis : 3 (tiga) orang (1.Ririn Tri Ratnasari, 2.Anniza Citra Prajasari, 3.Salina Kassim)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 3 penulis

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Unsur isi memiliki kelengkapan sebagai artikel ilmiah, yaitu terdiri dari abstract, introduction, literature review, methodology, result, discussion serta conclusion

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Ruang lingkup artikel ini sesuai dengan bidang ilmu pengusul dan bertujuan untuk menganalisis peran tingkat pengetahuan agama dalam mempengaruhi asosiasi merek dan niat beli pelanggan mobil mewah dengan berfokus pada konteks Indonesia dan mengambil merek Lexus sebagai contoh kasus. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen muslim terhadap mobil mewah, dalam hal ini merek Lexus. Lebih penting lagi, tingkat pengetahuan agama di kalangan konsumen Muslim terbukti secara signifikan melemahkan pengaruh sikap konsumen terhadap niat beli mobil mewah. Studi ini juga menunjukkan bahwa asosiasi merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen Muslim pada mobil mewah. dan religiositas mempengaruhi negatif terhadap brand mewah

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

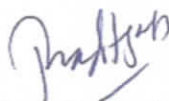
Data yang digunakan dalam artikel ini adalah data primer yang dibagikan kepada 159 responden yang diambil dari populasi konsumen muslim yang berdomisili di Provinsi Jawa, Indonesia, dan yang belum memiliki mobil mewah Lexus tetapi sudah memiliki mobil lain sebelumnya

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Unsur kualitas penerbit bagus/kredibel. Penerbit artikel ilmiah ini adalah Emerald Publishing Limited yang memiliki nomor ISSN, link DOI, volume, nomor, bulan, tahun, web jurnal

Surabaya, 8 September 2022

Reviewer 1,



Prof. Dr. Raditya Sukmana, SE.,MA.

NIP. 197604132002121003

Unit Kerja: FEB Universitas Airlangga

Bidang Ilmu : Ekonomi Islam

Jabatan : Guru Besar

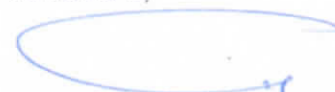
**LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH : JURNAL ILMIAH INTERNASIONAL**

- Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Does religious knowledge level affect brand association and purchase intention of luxury cars? Case of the Lexus cars in Indonesia
- Jumlah Penulis : 3 (tiga) orang (1.Ririn Tri Ratnasari, 2.Anniza Citra Prajasari, 3.Salina Kassim)
- Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 3 penulis
- Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing;
 b. Nomor ISSN : 1759-0833;
 c. Vol.No.bln.Th. : 2022
 d. Penerbit : Emerald Publishing Limited
 e. DOI artikel : <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0004>
 f. Web Jurnal : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-01-2020-0004/full/html>
 g. Terindek di : Scopus, Q2, SJR: 0,551
- Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional Bereputasi (SJR > 0,10)
 (beri √ 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			4.00
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	12.00			11.00
c. Kecukupan dan kemutahiran data informasi dan metodologi (30%)	12.00			11.50
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	12.00			11.50
Total = (100%)	40.00			38.00
Nilai Pengusul = 60%				22.80

Surabaya, 20 Oktober 2022
Reviewer 2,



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

Judul Karya Ilmiah : Does religious knowledge level affect brand association and purchase intention of luxury cars?
Case of the Lexus cars in Indonesia

Jumlah Penulis : 3 (tiga) orang (1.Ririn Tri Ratnasari, 2.Anniza Citra Prajasari, 3.Salina Kassim)
Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 3 penulis

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Artikel ini memenuhi kelengkapan unsur isi sebuah karya ilmiah, terdiri atas: judul, abstract, introduction, literature review, research methodology, result, discussion, conclusions, dan references.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Riset ini menganalisis pengaruh brand association pada purchase intention dimediasi oleh attitude, dan peran religious knowledge level dalam memoderasi pengaruh attitude pada purchase intention. Pembahasan cukup komprehensif, dan didukung teori/penelitian terdahulu, namun penelitian terdahulu yang diacu kurang update (kecuali untuk self citation). Di artikel ini, judul kurang mencerminkan isi artikel, variabel religious knowledge level sama sekali tidak dikaitkan dengan brand association.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dengan survei. Jumlah responden sebanyak 159 orang (cukup besar). Metode penelitian lengkap dan dipaparkan dengan jelas.

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Journal of Islamic Marketing terindeks di Scopus, Q2, dengan SJR 0,551. Jurnal ini diterbitkan oleh Emerald (merupakan publisher yang kredibel). Unsur kualitas penerbit lengkap.

Surabaya, 20 Oktober 2022
Reviewer 2,



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

**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) : Does religious knowledge level affect brand association and purchase intention of luxury cars? Case of the Lexus cars in Indonesia

Jumlah Penulis : 3 (tiga) orang (1.Ririn Tri Ratnasari, 2.Anniza Citra Prajasari, 3.Salina Kassim)

Status Pengusul : Penulis ke-1 dari 3 penulis

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing;
- b. Nomor ISSN : 1759-0833;
- c. Vol.No.bl.n.Th. : 2022
- d. Penerbit : Emerald Publishing Limited
- e. DOI artikel : <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0004>
- f. Web Jurnal : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-01-2020-0004/full/html>
- g. Terindek di : Scopus, Q2, SJR: 0,551

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%)	4.00	4.00	4.00
b.	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	11.00	11.00	11.00
c.	Kecukupan dan kemutakhiran data informasi dan metodologi (30%)	12.00	11.50	11.75
d.	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)	12.00	11.50	11.75
Total = (100%)		39.00	38.00	38.50
Penulis ke-1 dari 3 penulis		60% X 38.50 = 23.10		

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, 25 Oktober 2022
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unair
Ketua Departemen Manajemen,



Dr. Sri Merianingrum, S.E., M.Si.
NIP. 196902072008122001