

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Effects of Halal Social Media and Customer engagement on brand satisfction of Muslim customer

Jumlah Penulis : 6 (enam) orang (1.Syed Alamdar Ali Shah, 2.Raditya Sukmana, 3.Bayu Arie Fianto, 4.Muhammad Ali Ahmad, 5.Indrianawati Usman, 6.Waqar Ahmed Mallah)

Status Pengusul : Penulis ke-5

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing
- b. Nomor ISSN : 1759-0833
- c. Vol.No.blm.Th. : Volume 11 Issue 3 (2020)
- d. Penerbit : Emerald Group Publishing Ltd.
- e. DOI artikel :
- f. Web Jurnal : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-06-2019-0119/full/html>
- g. Terindek di : Scopus, Q3, SJR: 0,37

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 terindekdi 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 |
| b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%) | 12,00 | | | 10 |
| c. Kecukupan dan kemutahiran data informasi dan metodologi (30%) | 12,00 | | | 11 |
| d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%) | 12,00 | | | 12 |
| Total = (100%) | 40,00 | | | 37 |
| Nilai Pengusul = | | | | |

Surabaya, 11 - 7 - 2020
Reviewer 1,

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

Judul Karya Ilmiah : Effects of Halal Social Media and Customer engagement on brand satisfaction of Muslim customer

Jumlah Penulis : 6 (enam) orang (1.Syed Alamdar Ali Shah, 2.Raditya Sukmana, 3.Bayu Arie Fianto, 4.Muhammad Ali Ahmad, 5.Indrianawati Usman, 6.Waqar

Status Pengusul : Penulis ke-5

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Kejelasan, terdiri dari abstract, literature review, research methodology, data analysis, discussion, conclusion, limitation & future research, & referencer

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Bagian pembahasan kurang mendalam, hanya 1 paragraf saja.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Metode & paparkan dengan jelas.

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Jurnal ini (JIMA) ada di ScinagoJr, dengan IJR = 0,37.
Diterbitkan publisher level bel (Emerald publishing)

Surabaya, 11 - 7 - 2020
Reviewer 1,



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

B-4

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

- Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Effects of Halal Social Media and Customer engagement on brand satisfction of Muslim customer
- Jumlah Penulis : 6 (enam) orang (1.Syed Alamdar Ali Shah, 2.Raditya Sukmana, 3.Bayu Arie Fianto, 4.Muhammad Ali Ahmad, 5.Indrianawati Usman, 6.Waqar Ahmed Mallah)
- Status Pengusul : Penulis ke-5
- Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing
 b. Nomor ISSN : 1759-0833
 c. Vol.No.bl.n.Th. : Volume 11 Issue 3 (2020)
 d. Penerbit : Emerald Group Publishing Ltd.
 e. DOI artikel :
 f. Web Jurnal : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-06-2019-0119/full/html>
 g. Terindek di : Scopus, Q3, SJR: 0,37
- 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 terindekdi 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 | | | 11.85 |
| c. Kecukupan dan kemutahiran data informasi dan metodologi (30%) | 12.00 | | | 11.80 |
| d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%) | 12.00 | | | 11.75 |
| Total = (100%) | 40.00 | | | 39.15 |
| Nilai Pengusul = | | | | |

Surabaya, **13 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 : Effects of Halal Social Media and Customer engagement on brand satisfaction of Muslim customer

Jumlah Penulis : 6 (enam) orang (1.Syed Alamdar Ali Shah, 2.Raditya Sukmana, 3.Bayu Arie Fianto, 4.Muhammad Ali Ahmad, 5.Indrianawati Usman, 6.Waqar

Status Pengusul : Penulis ke-5

Catatan Peer Reviewer :

1. Tentang kelengkapan unsur isi :

Isi jurnal lengkap

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan

Ruang lingkup dan pembahasan mendalam

3. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi serta metodologi

Data yang digunakan mutakhir dan metode yang digunakan tepat

4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit

Kualitas penerbit baik & sgr terindeks Q3 Sedangkan di Sinta terindeks Q2.

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 : JURNAL ILMIAH INTERNASIONAL)**

A. Identitas Karya Ilmiah

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Effects of Halal Social Media and Customer engagement on brand satisfaction of Muslim customer

Jumlah Penulis : 6 (enam) orang (1.Syed Alamdar Ali Shah, 2.Raditya Sukmana, 3.Bayu Arie Fianto, 4.Muhammad Ali Ahmad, 5.Indrianawati Usman, 6.Waqar Ahmed Mallah)

Status Pengusul : Penulis ke-5

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Journal of Islamic Marketing
- b. Nomor ISSN : 1759-0833
- c. Vol.No.bln.Th. : Volume 11 Issue 3 (2020)
- d. Penerbit : Emerald Group Publishing Ltd.
- e. DOI artikel :
- f. Web Jurnal : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-06-2019-0119/full/html>
- g. Terindek di : Scopus, Q3, SJR: 0,37

B. 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 terindekdi 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 | 3.75 | 3.88 |
| b. | Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%) | 10.00 | 11.85 | 10.93 |
| c. | Kecukupan dan kemutahiran data informasi dan metodologi (30%) | 11.00 | 11.80 | 11.40 |
| d. | Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%) | 12.00 | 11.75 | 11.88 |
| Total = (100%) | | 37.00 | 39.15 | 38.08 |
| Penulis ke 5 dari 6 Penulis | | 8% X 38.08 = 3.05 | | |

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, 28 Agustus 2020

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unair
Ketua Departemen Manajemen,



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