

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Prediksi Social Media Marketing dan Brand Uniqueness terhadap Brand Loyalty: Brand Consciousness sebagai Variabel Mediasi

Penulis Jurnal Ilmiah : Stanly Hidajat, Keni

Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan  
b. Nomor/Volume : Vol. I Nomor 1  
c. Edisi (bulan/tahun) : 2019  
d. Penerbit : Untar  
e. Jumlah halaman : 325-334

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri  $\checkmark$  pada kategori yang tepat)

Jurnal Ilmiah Internasional  
 Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi  
 Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi

Hasil Penilaian *Peer Reviewer*:

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi buku (10%)			0,8	
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			2,4	
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			2,4	
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			2,4	
<b>Total = (100%)</b>			<b>8 x 40%</b>	<b>3,2</b>

Komentar Peer Review:	1. Tentang kelengkapan dan kesesuaian: ... SUDAH LENGKAP DAN SESUAI 2. Tentang ruang lingkup & kedalaman pembahasan: ... TELAH MENADAI DLM PEMBAHASAN 3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: ... CUKUP SESUAI DGN FOKUS BID. STUDI 4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: ... PENERBIT TERCATAT DAN BERKUALITAS 5. Indikasi plagiasi: ... TIDAK TERINDIKASI PLAGIASI BERAT 6. Kesesuaian bidang ilmu: ... SESUAI DENGAN BIDANG ILMU YBS
-----------------------	---

Jakarta,

Reviewer 1

( Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA., APU )  
 NIK/NIDN : 10193040/0330126001  
 Unit Kerja : FE. Untar

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Prediksi Social Media Marketing dan Brand Uniqueness terhadap Brand Loyalty: Brand Consciousness sebagai Variabel Mediasi

Penulis Jurnal Ilmiah : Stanly Hidajat, Keni

Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan  
b. Nomor/Volume : Vol. I Nomor 1  
c. Edisi (bulan/tahun) : 2019  
d. Penerbit : Untar  
e. Jumlah halaman : 325-334

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah  
(beri  $\checkmark$  pada kategori yang tepat)

- Jurnal Ilmiah Internasional  
 Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi  
 Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi

Hasil Penilaian *Peer Reviewer*:

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi buku (10%)			7 x 10% = 0,7	
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			7 x 30% = 2,1	
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			7 x 30% = 2,1	
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			7 x 30% = 2,1	
<b>Total = (100%)</b>			<b>7 x 40% = 2,8</b>	<b>2,8</b>

Komentar Peer Review:	1. Tentang kelengkapan dan kesesuaian: <u>SUDAH LENGKAP DAN SESUAI BID. ILMU</u> 2. Tentang ruang lingkup & kedalaman pembahasan: <u>BAIK DALAM PEMBAHASAN</u> 3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: <u>MUTAKHIR PD DATA DAN METODOLOGI</u> 4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit: <u>PENERBIT SUDAH BERKUALITAS</u> 5. Indikasi plagiasi: <u>TIDAK ADA CIRISIR PLAGIASI</u> 6. Kesesuaian bidang ilmu: <u>SESUAI BIDANG ILMU</u>
-----------------------	--

Jakarta,

Reviewer 2

(Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, M.M.)  
NIK/NIDN : 10190018/0318086301  
Unit Kerja : FE. Untar