

**LEMBAR HASIL PENILAIAN
SEJAWAT SEBIDANG atau PEER REVIEW**

KARYA ILMIAH : JURNAL ILMIAH

Judul Karya Ilmiah (Artikel) : Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada masyarakat Kota Jambi terhadap produk smartphone Xiaomi)

Jumlah Penulis : 2 Orang

Nama-nama Penulis : 1. Tri Hutomo Putra 2. Dahmiri.

Status Penulis : Penulis ke 2

Identitas Jurnal Ilmiah :

a. Nama jurnal : Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan

b. Nomor ISSN : E-ISSN : 2685-9424; ISSN : 2252-8636.

c. Vol., No., Bulan, Tahun : Vol. 7. No. 2 Agustus 2018.

d. Penerbit : Program Studi Manajemen Pemerintahan dan Keuangan Daerah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

e. DOI Artikel (jika ada) :

f. Alamat Web Jurnal : <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/issue/view/739>
<https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5461/3706>

g. Terindeks di : Google Scholar

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional / Internasional Bereputasi (**)
(beri tanda \surd yang dipilih) Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
 Jurnal Ilmiah Nasional / Nasional terindeks (***)

HASIL PENILAIAN Peer Review :

No	Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal JURNAL ILMIAH			Nilai Akhir Yang Diperoleh *)
		Internasional / Bereputasi <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional (***) <input checked="" type="checkbox"/>	
1	Kelengkapan unsur isi karya (10%)			1	1
2	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2,6
3	Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			3	2,7
4	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbitan (30%)			3	2,8
Total				10	9,1
Kontribusi Pengusul Penulis ke 2 40% x Nilai Akhir yang diperoleh : $0,4 \times 9,1 = 3,64$					

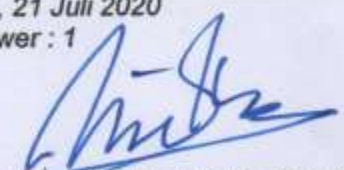
Catatan Penilaian ARTIKEL oleh Reviewer :

1. Kelengkapan unsur isi karya : artikel ini telah memenuhi unsur-unsur keilmiah karena telah mencantumkan kaidah tulisan ilmiah.

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan : artikel ini masih masuk dalam lingkup manajemen pemasaran dimana pemahasannya adalah aspek pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Jambi, 21 Juli 2020

Reviewer : 1


Nama : Prof. Dr. Hj. Mamis, S.E., M.S.
NIP : 19581120 198601 2 001
Unit Kerja : FEB Universitas Riau

- | | |
|--|--|
| <p>3. <i>Kecukupan dan kemutakhiran data dan metodologi : kecukupan data dan kebaruan data sudah cukup baik dan metode yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.</i></p> <p>4. <i>Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit : penerbit artikel ini adalah Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan FEB Universitas Jambi walaupun belum terakreditasi tetapi sudah memiliki ISSN dan E-ISSN serta terindek google scholar.</i></p> <p>5. <i>Kesesuaian bidang ilmu : penelitian dalam artikel ini sudah sesuai dengan bidang ilmu penulis dimana latar belakang yang dimiliki adalah bidang Manajemen akan tetapi topic bahasan tidak terlalu spesifik masalah pemasaran.</i></p> | |
|--|--|

LEMBAR HASIL PENILAIAN
SEJAWAT SEBIDANG atau *PEER REVIEW*

KARYA ILMIAH : JURNAL ILMIAH

- Judul Karya Ilmiah (Artikel) : Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada masyarakat Kota Jambi terhadap produk smartphone Xiaomi)
- Jumlah Penulis : 2 Orang
- Nama-nama Penulis : 1. Tri Hutomo Putra 2. Dahmiri.
- Status Penulis : Penulis ke 2
- Identitas Jurnal Ilmiah :
- a. Nama jurnal : Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan
 - b. Nomor ISSN : E-ISSN : 2685-9424; ISSN : 2252-8636.
 - c. Vol., No., Bulan, Tahun : Vol. 7. No. 2 Agustus 2018.
 - d. Penerbit : Program Studi Manajemen Pemerintahan dan Keuangan Daerah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
 - e. DOI Artikel (jika ada) :
 - f. Alamat Web Jurnal : <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/issue/view/739>
<https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5461/3706>
 - g. Terindeks di : Google Scholar
- Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional / Internasional Bereputasi **)
(beri tanda \surd yang dipilih) Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
 Jurnal Ilmiah Nasional / Nasional terindeks ***)

HASIL PENILAIAN *Peer Review* :

No	Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal JURNAL ILMIAH			Nilai Akhir Yang Diperoleh *)
		Internasional / Bereputasi <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional ***) <input checked="" type="checkbox"/>	
1	Kelengkapan unsur isi karya (10%)			1	1
2	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2,7
3	Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)			3	2,8
4	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbitan (30%)			3	2,8
Total				10	9,3
Kontribusi Pengusul Penulis ke 2 $40\% \times \text{Nilai Akhir yang diperoleh} : 0,4 \times 9,3 = 3,72$					

Catatan Penilaian ARTIKEL oleh Reviewer :

1. **Kelengkapan unsur isi karya** : unsur-unsur sebagai tulisan ilmiah telah terpenuhi dan sudah disajikan secara runtut.
2. **Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan** : pembahasan artikel ini masuk dalam lingkup manajemen pemasaran dengan pemahasannya pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Jambi, 21 Agustus 2020

Reviewer 2



Nama : Dr. Hj. Siti Hodijah, SE., M.Si

NIP : 197010141995122002

Unit Kerja : FEB Universitas Jambi

- | | |
|---|--|
| <p>3. Kecukupan dan kemutakhiran data dan motodologi : metode yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian dan kecukupan data dan kebaharuan data sudah cukup baik.</p> <p>4. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit : penerbit artikel ini adalah Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan FEB Universitas Jambi walaupun belum terakreditasi tetapi sudah memiliki ISSN dan E-ISSN serta terindek google scholar.</p> <p>5. Kesesuaian bidang ilmu : bidang kajian penelitian dalam artikel ini sudah sesuai dengan bidang ilmu penulis dimana latar belakang yang dimiliki adalah bidang Manajemen pemasaran.</p> | |
|---|--|