

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Influence of Visual Merchandising on the Patronage of Fast-Fashion Stores in Indonesia: The Role of Shopping Values and Self-Congruity

Penulis Jurnal Ilmiah : Ogi Dhaneswari Dara Ninggar, **Serli Wijaya**, Hatane Samuel

Jumlah penulis : 3 orang

Status Pengusul : penulis ke 2 dan korespondensi

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Gadjah Mada International Journal of Business,
- b. Nomor ISSN : 1411-1128 E-ISSN: 2338-7238
- c. Vol.,no.,bulan,tahun : Vol 22. No. 3, 2020
- d. Penerbit : Gadjah Mada University
- e. DOI artikel : <http://doi.org/10.22146/gamaijb.56349>
- f. Alamat web jurnal : <https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/56349>
<http://repository.petra.ac.id/id/eprint/18967>
- g. Terindeks di : SJR dan scopus

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : ☐ Jurnal Ilmiah Internasional / internasional bereputasi
(beri ✓ pada kategori yang tepat) ☐ Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
☐ Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah 40 x 40%			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional ☐	Nasional Terakreditasi ☐	Nasional Tidak Terakreditasi ☐	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)	1.6			1,4
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	4.8			4,4
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	4.8			4,4
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)	4.8			4,6
Total = (100%)	16			14,80
Nilai Pengusul =				

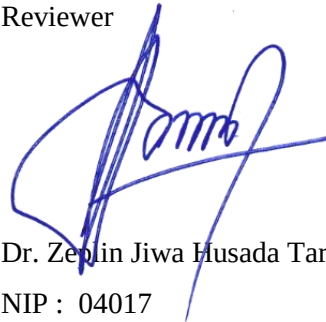
Catatan Penilaian artikel oleh Reviewer :

1. Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur : The Influence of Visual Merchandising on the Patronage of Fast-Fashion Stores in Indonesia: The Role of Shopping Values and Self-Congruity telah memenuhi unsur karya ilmiah, dengan format Abstrak, pendahuluan, tinjauan Pustaka, hubungan antar konsep, Metode penelitian, hasil penelitian dan Pembahasan serta simpulan dan saran, dan daftar Pustaka sudah cukup baik.
2. Tentang ruang lingkup & kedalaman pembahasan : peneliti membahas tentang fast fashion dengan memperhatikan visual merchandise pada store dengan memperhatikan kelas menengah di Indonesia dengan

memahami perilaku konsumen. Ruang lingkup penelitian yang cukup luas dan pembahasan telah dilakukan dengan baik dan memadai.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi: Metode penelitian sudah sesuai dengan tujuan untuk memperoleh data sampel sebanyak 205 fast fashion sebagai responden penelitian, dan pengolahan data dengan menggunakan PLS (Partial Least Square) untuk dapat menjawab hipotesa yang telah ditetapkan. Kemutakhiran data serta metodologi sudah baik dan memadai.
4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit : Kualitas penerbit telah ditelusuri pada link scimagojr.com dengan Hindeks 11 dan SJR 0.21 dan juga masuk pada kategori SINTA 1. Kualitas sudah sangat baik, dan juga masuk pada kategori SINTA 1
5. Indikasi plagiasi : Tidak terdapat plagiasi, namun hasil Turnitin relative kecil sebesar 11 % dan ada satu sumber yang memiliki 3 % yakni Submitted to University of San Francisco sebesar 3 %.
6. Kesesuaian bidang ilmu : Sesuai dengan bidang ilmu manajemen.

Surabaya, 14 Desember 2022
Reviewer



Dr. Zep Lin Jiwa Husada Tarigan

NIP : 04017

Unit kerja : Magister Manajemen

Jbt akademik: Lektor Kepala

Bidang Ilmu: Manajemen

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : The Influence of Visual Merchandising on the Patronage of Fast-Fashion Stores in Indonesia: The Role of Shopping Values and Self-Congruity

Penulis Jurnal Ilmiah : Ogi Dhaneswari Dara Ninggar, **Serli Wijaya**, Hatane Samuel

Jumlah penulis : 3 orang

Status Pengusul : penulis ke 2 dan korespondensi

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Gadjah Mada International Journal of Business,
- b. Nomor ISSN : 1411-1128 E-ISSN: 2338-7238
- c. Vol.,no.,bulan,tahun : Vol 22. No. 3, 2020
- d. Penerbit : Gadjah Mada University
- e. DOI artikel : <http://doi.org/10.22146/gamaijb.56349>
- f. Alamat web jurnal : <https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/56349>
<http://repository.petra.ac.id/id/eprint/18967>
- g. Terindeks di : SJR dan scopus

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : ☒ Jurnal Ilmiah Internasional / internasional bereputasi
 (beri ✓ pada kategori yang tepat) ☐ Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
☐ Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah 40 x 40%			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional ☐	Nasional Terakreditasi ☐	Nasional Tidak Terakreditasi ☐	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)	1.6			1,5
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	4.8			4,6
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	4.8			4,6
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)	4.8			4,7
Total = (100%)	16			
Nilai Pengusul =				15,4

Catatan Penilaian artikel oleh Reviewer :

- Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur : Abstrak, latar belakang, teori, metode, hasil, pembahasan, dan kesimpulan lengkap dan sesuai.
- Tentang ruang lingkup & kedalaman pembahasan : Ruang lingkup pembahasan mencakup sesuai teori visual merchandising, shopping value, dan self Congruity yang digunakan.

3. Kecukupan dan kemutakhiran data serta metodologi : Sampel 250 responden, data diolah dengan PLS memenuhi syarat metodologi yang mutakhir
4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit : Unsur kualitas penerbit jelas, lengkap dan memadai
5. Indikasi plagiarisme : tidak ditemukan
6. Kesesuaian bidang ilmu : sesuai bidang ilmu manajemen

Surabaya, 9 Desember 2022
Reviewer



Prof. Dr. Thomas Santoso, M.Si
NIP 85005

Unit kerja : Prodi Manajemen

Jbt akademik : Guru Besar

Bidang Ilmu : Ilmu Sosial / Manajemen