

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

Judul Karya Ilmiah (artikel)	: <i>The Effect of Green Advertising, Trust, and Attitude on Green Purchase Intention: An Evidence from Jogjakarta, Indonesia</i>
Jumlah Penulis	: 3 orang
Status Pengusul	: Penulis Kedua
Identitas Jurnal Ilmiah	:
a. Nama Jurnal	: International Journal of Creative Business and Management
b. Nomor ISSN	: ISSN 2775-7668 , E ISSN 2775-7862
c. Vol. No. bulan, tahun	: Vol. 1 Issue 1. 2021
d. Penerbit	: RSF Press
e. DOI artikel (jika ada)	: https://doi.org/10.31098/ijcbm.v1i1.4553
f. Alamat web jurnal	: http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcbm/index
g. URL artikel	: http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcbm/article/view/4553/3337
h. Terindeks di	: -

Kategori Publikasi Jurnal :
(beri ✓ pada katagori yang tepat)

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Jurnal Ilmiah Internasional/ ~~Internasional~~ Bereputasi
Jurnal Nasional Terakreditasi
Jurnal Nasional/ Nasional terindeks di DOAJ, CABI,
COPERNICUS

Hasil Penilaian *Peer Review*:

Komponen yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir yang Diperoleh
	Internasional/ Internasional Bereputasi <input checked="" type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Terakreditasi <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)	2,0			1,5
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6,0			5
c. Kecakupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi (30%)	6,0			6
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)	6,0			5,5
Total = 100%	20,0			18
Nilai Pengusul = $40\% \times 18/2 = 3,6$. Sebagai penulis kedua dari tiga penulis				3,6

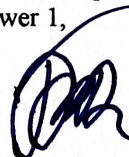
KOMENTAR ULASAN PEER REVIEW

<ul style="list-style-type: none"> Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal: 	Artikel ini memiliki unsur artikel yang sesuai dengan template yang telah ditentukan jurnal dan antara jurnal, judul dan isi artikel memiliki kesesuaian yang baik karena sistematika dan kontennya secara ilmiah telah memenuhi syarat.
<ul style="list-style-type: none"> Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: 	Artikel memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran sikap sebagai mediasi dan pengaruh iklan hijau, kepercayaan merek hijau, dan sikap terhadap niat beli hijau. Temuan dalam penelitian ini membahas tentang green marketing yang

Paraf

	cukup mendalam dengan referensi yang memadai. Ruang lingkup sudah sejalan dengan tujuan penelitian dan Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan baik.
<ul style="list-style-type: none"> • Kecakupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi: 	Artikel ini memiliki desain metodologi menggunakan kuesioner dan diperoleh sampel sebanyak 118 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kemudian data dianalisis menggunakan alat analisis PLS-SEM dengan Smart PLS 3.2.8. Aspek metodologis sudah sesuai dengan tujuan riset yang ingin dicapai. Cakupan data atau informasi yang digunakan sudah memadai.
<ul style="list-style-type: none"> • Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan: 	<p>Nama Jurnal : International Journal of Creative Business and Management, Nomor ISSN: ISSN 2775-7668 , E ISSN 2775-7862 Vol. No. bulan, tahun: Vol. 1 Issue 1. 2021 Alamat web jurnal: http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcbm/index URL artikel:http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcbm/article/view/4553/3337</p> <p>Dari keterangan diatas maka dapat disimpulkan bahwa cakupan konten sudah sesuai, dan mutu terbitan sudah mencukupi. Kelengkapan unsur sudah memadai.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Indikasi Plagiat: 	Melalui Turnitin, hasil Similarity Index 5%. Hasil similarity index-nya masih dalam batas kewajaran yang diijinkan. Belum ditemukan adanya indikasi plagiasi dari artikel ini.
<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian bidang ilmu: 	International Journal of Creative Business and Management memiliki focus cakupan yang sesuai dengan bidang ilmu pengusul dalam bidang manajemen pemasaran. Sehingga artikel yang ditulis sudah sesuai dengan jurnal yang dituju.

Surakarta, 7 April 2021
Reviewer 1,



Prof. Dr. Tulus Haryono, M.Ek
NIP. 195508011981031006

Jabatan
Pangkat. Gol, Ruang
Unit Kerja
UNS Surakarta
Bidang Ilmu

: Guru Besar
: Pembina Utama/ IVE
: Fak. Ekonomi & Bisnis
: Manajemen

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

Judul Karya Ilmiah (artikel)	:	<i>The Effect of Green Advertising, Trust, and Attitude on Green Purchase Intention: An Evidence from Jogjakarta, Indonesia</i>
Jumlah Penulis	:	3 orang
Status Pengusul	:	Penulis Kedua
Identitas Jurnal Ilmiah	:	
a. Nama Jurnal	:	International Journal of Creative Business and Management
b. Nomor ISSN	:	ISSN 2775-7668 , E ISSN 2775-7862
c. Vol. No. bulan, tahun	:	Vol. 1 Issue 1. 2021
d. Penerbit	:	RSF Press
e. DOI artikel (jika ada)	:	https://doi.org/10.31098/ijcbm.v1i1.4553
f. Alamat web jurnal	:	http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcbm/index
g. URL artikel	:	http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcbm/article/view/4553/3337
h. Terindeks di	:	-

Kategori Publikasi Jurnal
(beri ✓ pada katagori yang tepat)

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Jurnal Ilmiah Internasional/ ~~Internasional Bereputasi~~
Jurnal Nasional Terakreditasi
Jurnal Nasional/ Nasional terindeks di DOAJ, CABI,
COPERNICUS

Hasil Penilaian *Peer Review*:

Komponen yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir yang Diperoleh
	Internasional/ Internasional Bereputasi	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)	2,0			1,5
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	6,0			5,5
c. Kecakupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	6,0			5,5
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)	6,0			5,5
Total = 100%	20,0			18
Nilai Pengusul = 40% x 18/2 = 3,6. Sebagai penulis kedua dari tiga penulis				3,6

KOMENTAR ULASAN PEER REVIEW

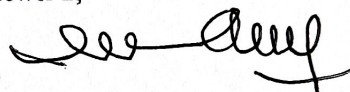
• Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal:	Kelengkapan dan kesesuaian unsur isi jurnal pada artikel ini cukup baik. Karena artikel memiliki kesesuaian unsur sistematika dan kontennya secara ilmiah telah memenuhi syarat.
• Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan:	Ruang lingkup yang dibahas pada artikel ini mengenai green marketing. Pembahasan pada artikrl ini tentang green marketing sudah cukup luas dan mendalam. Artikel memiliki kesesuaian dengan tujuan penelitian dan Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan baik.


Rapat

<ul style="list-style-type: none"> • Kecakupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi: 	<p>Metodologi pada artikel ini merupakan alternatif metodologi yang baik dan sesuai untuk menjawab pertanyaan artikel. Artikel ini dianalisis menggunakan alat analisis PLS-SEM dengan Smart PLS 3.2.8. Artikel memiliki cakupan data atau informasi yang digunakan sudah memadai.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan: 	<p>Artikel diterbitkan pada jurnal International Journal of Creative Business and Management, dengan ISSN 2775-7668 , E ISSN 2775-7862, Vol. 1 Issue 1. 2021 Dan memiliki alamat jurnal serta URL yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Artikel memiliki cakupan konten sudah sesuai, dan mutu terbitan sudah mencukupi. Kelengkapan unsur sudah memadai sehingga artikel dikatakan memiliki kualitas terbitan yang baik.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Indikasi Plagiat: 	<p>Artikel ini memiliki Similarity Index sebesar 5%. Hasil similarity index-nya masih dalam batas kewajaran yang diijinkan. Artikel bukan hasil plagiasi.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian bidang ilmu: 	<p>Artikel ini membahas tentang pemasaran hijau yang memiliki focus pada bidang pemasaran. Sehingga artikel memiliki focus cangkupan yang sesuai dengan bidang ilmu pengusul dalam bidang manajemen pemasaran</p>

Semarang, 9 April 2021

Reviewer 2,



Prof. Dr. Widodo, S.E., M.Si

NIDN : 0608026502

NIK : 210499045

Jabatan : Guru Besar

Pangkat, Gol, Ruang : Pembina Utama

Unit Kerja : FE Unissula Semarang

Bidang Ilmu : Ilmu Manajemen