

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

Judul Buku : Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan

Jumlah Penulis : 3 orang

Status Pengusul : Penulis pertama

Identitas Buku : a. Nomor ISBN : Nomor 6230205181, 9786230205187  
b. Edisi : 1  
c. Tahun terbit : 2019  
d. Penerbit : Deepublish Yogyakarta  
e. Jumlah halaman : 172

Kategori Publikasi Karya Ilmiah Buku (beri  pada kategori yang tepat) :  Buku Referensi  
 Buku Monograf

Hasil Penilaian Peer Review :

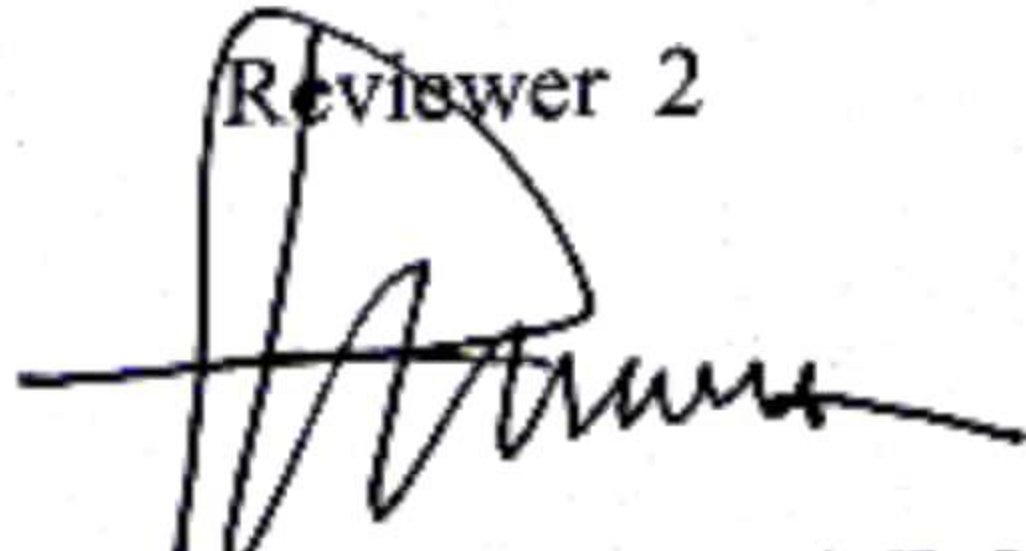
Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Buku		Nilai Yang Diperoleh
	Referensi 40	Monograf 20	
a. Kelengkapan unsur isi buku (20%)	8		7,7
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	12		11,2
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	12		11,5
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/buku(20%)	8		7,5
<b>Total = (100%)</b>	<b>40</b>		<b>37,9</b>
<b>Nilai Pengusul =</b>	<b>40</b>		

Catatan Penilaian Buku oleh Reviewer:

- Kelengkapan unsur buku sudah sesuai sebagai buku referensi
- Ruang lingkup dan cakupan sudah sesuai
- Metode logis jelas dan memiliki kualitas terbitan.

Mangupura, 25 Juni 2021

Reviewer 2



Dr. I Nengah Aristana, S.E., M.M

NIK. 08.02.00205

Unit kerja: Universitas Triatma Mulya

1. Kelengkapan unsur buku mampu menjelaskan model brand loyalty pengembangan potensi wisata di kawasan pedesaan yang diperluas cakupannya dari sudut pandang manajemen pemasaran pada industri pariwisata

2. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan sangat memadai karena konsep teori yang digunakan sangat relevan, misalnya sustainable tourism development, atribut daya tarik wisata, marketing mix 7P dan dikombinasikan dengan hasil penelitian

3. Data yang digunakan seperti profil desa, hasil kuesioner, dengan jumlah sampel yang memadai, sangat memadai untuk kebutuhan analisis SEM-AMOS. Hal tersebut menunjukkan kemutakhiran metodologi.

4. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan sudah memadai, ber ISBN dimana penerbit merupakan anggota IKAP

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

Judul Buku : Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan

Jumlah Penulis : 3 orang

Status Pengusul : Penulis pertama

Identitas Buku : a. Nomor ISBN : Nomor 6230205181, 9786230205187  
b. Edisi : 1  
c. Tahun terbit : 2019  
d. Penerbit : Deepublish Yogyakarta  
e. Jumlah halaman : 172

Kategori Publikasi Karya Ilmiah Buku (beri  pada kategori yang tepat) :  Buku Referensi  
 Buku Monograf

Hasil Penilaian Peer Review :

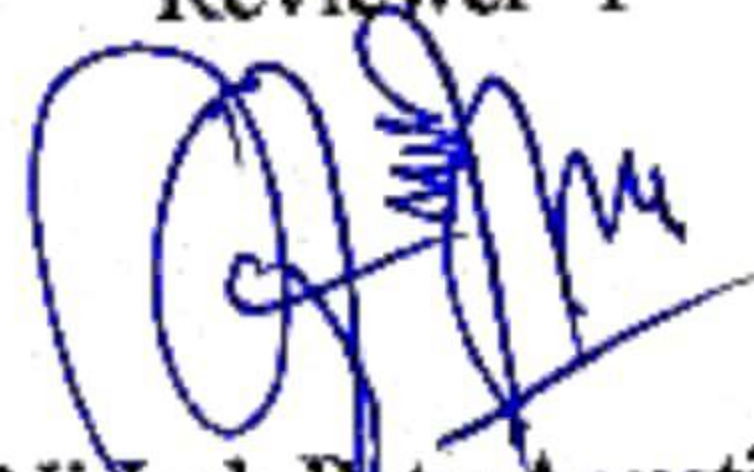
Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Buku		Nilai Yang Diperoleh
	Referensi 40	Monograf 20	
a. Kelengkapan unsur isi buku (20%)	8		7,6
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)	12		11,1
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)	12		11,4
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/buku(20%)	8		7,4
<b>Total = (100%)</b>	<b>40</b>		<b>37,5</b>
<b>Nilai Pengusul =</b>	<b>40</b>		

Catatan Penilaian Buku oleh Reviewer:

- Kelengkapan unsur buku sesuai dengan buku referensi yang memuat konsep, teori pemasaran serta hasil research; Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan menarik, memberikan inspirasi bagi pembaca dan kalangan praktisi maupun akademisi; Kelengkapan unsur dan kualitas buku sudah bagus dan mudah dipahami, ber ISBN

Mangupura, 25 Juni 2021

Reviewer 1



Dr. Ni Luh Putu Agustini Karta, S.E., M.M

NIP. 09.08.00224

Unit kerja: Universitas Triatma Mulya

- 1) Kelengkapan unsur isi buku sudah memenuhi, karena mampu menjelaskan Model Brand loyalty pengembangan potensi wisata di kawasan pedesaan Bali. Cover buku menarik dan mampu mencerminkan isi buku. Bagian awal, isi, dan bagian akhir memberikan ruang untuk menjelaskan konsep dan teori pemasaran terkait bidang pariwisata, dan menghubungkannya dengan hasil penelitian.
- 2) Ruang lingkup pada ilmu pariwisata dan pemasaran dengan kedalaman pembahasan terkait dengan pada persepsi wisatawan mengenai Brand awareness, Brand Image, service quality dan customer satisfaction sudah sangat memenuhi penggambaran vtb brand loyalty.
3. Data yang digunakan sudah mutakhir pada periode tersebut karena menggunakan hasil riset. Demikian pula dengan metodologi yang digunakan dengan mix method.
4. Unsur buku dan kualitas terbitan bagus, karena menggunakan format unesco dan diterbitkan oleh penerbit yang kredibel, anggota IKAPI.