

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 6 (2026) 18 – 34 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i6.11470

Jalan Raya Pemda Pajeleran No 41 Sukahati, Cibinong, Bogor 15816

Letter of Acceptance
No: 1470/LoA-Al-Kharaj/I/2026

Manajemen Jurnal
Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa naskah berjudul:

Pengaruh Influencer Marketing, Fear Of Missing Out (FOMO), dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Glad2glow di Tiktok Shop

Yesa Salisatin Fitriningtyas, Misti Hariasih, Sumartik

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Korespondensi: mistihariasih@umsida.ac.id

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di Jurnal Al-Kharaj (Sinta 4) untuk Volume 8 Nomor 6 2026 Artikel tersebut tersedia secara online mulai 20 Juni 2026 di <https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/AlKharaj>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Bogor, 31 Januari 2026
Hormat kami,



Ir. H. Dedi Junaedi M.Si
Editor in Chief Al-Kharaj