
KETERANGAN ACCEPTED ARTIKEL

Nomor: 187/LoA/PERMANA/XII/2025

Pengelola Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen dan Akuntansi mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas pengiriman artikel untuk dimuat dan di terbitkan pada Jurnal PERMANA. Berdasarkan hasil review dari Dewan Editor, kami sebagai Pimpinan Editor menyatakan bahwa:

Judul Artikel:

“Pengaruh Social Media Marketing, Price Perception, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer The Originote Studi Pada Konsumen TikTok Shop”

Penulis: **Muhammad Andik Diantoro, Rfidah Abadiyah, Sumartik**

Berstatus **accepted** dan akan dipublish dalam terbitan Jurnal PERMANA Volume 17. No.3 (2025).

Demikian keterangan ini dibuat, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Tegal, 27 Desember 2025
Editor in Chief



M. Arridho Nur Amin, S.E.,M.M
NIDN. 0615019101

Jurnal Permana Telah Terindeks:



SERTIFIKAT

Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia



Kutipan dari Keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia

Nomor: 152/E/KPT/2023

Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode II Tahun 2023

Nama Jurnal Ilmiah:

Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi

E-ISSN: 2685600X

Universitas Pancasakti Tegal

Ditetapkan Sebagai Jurnal Ilmiah:

TERAKREDITASI PERINGKAT 4

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu:

Volume 15 Nomor 1 Tahun 2023 sampai Volume 19 Nomor 2 Tahun 2027

Jakarta, 25 September 2023

Plt. Direktur Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi

TERAKREDITASI



Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP. 196107061987101001

Pengaruh Social Media Marketing, Price Perception, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer The Originote Studi Pada Konsumen TikTok Shop



Muhammad Andik Diantoro
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Rifdah Abadiyah
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Sumartik Sumartik
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing*, *Price Perception*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian produk *Moisturizer The Originote* pada konsumen TikTok Shop. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* terhadap 100 responden yang pernah membeli dan menggunakan produk *Moisturizer The Originote*.



[Publication Ethics](#)

[Focus and Scope](#)

[Author Guidelines](#)

[Copyright](#)

[Author Fees](#)

[Editorial Team](#)

[Peer Reviewer](#)

[Peer Review Process](#)

[Scientific Statement](#)

[Open Acces Policy](#)

[Cross Mark Policy](#)

[Screening Plagiarims](#)

[Indexing](#)