

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, D. N. (2023). The Effect Of Social Media On The Purchase Decision Making Process By Customers In Small Enterprise Sajodo Snack, Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business And Organization (IJABO)* |, 4(1), 52–62. <https://Ijabo.A3i.Or.Id>
- Andrian, C. I. W. P., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku konsumen. Rena Cipta Mandiri.
- Apriani, A., & Wahdiniawati, S. A. (2024). Transformasi Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh): Minat Belanja Online Dengan Mengadopsi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 4(1), 81–108. <https://doi.org/10.32509/Jakpi.V4i1.4151>
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Bima, I., Nurfarida, I. N., & Sarwoko, E. (2021). Determinan Keputusan Pembelian Di Shopee: Online Customer Review, Brand Image Dan Promosi. *Management And Business Review*, 5(2), 239–250. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V5i2.5554>
- Budi, V. A. (2022). Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Selempangwisuda_Semarang (Studi pada pembeli Selempangwisuda_Semarang di Shopee). Universitas Semarang.
- Fan, X. (2023). Social Media Marketing Strategies. *Management Research And Economic Development*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/23/20230353>
- Fauzan, M. D. (2025). Pengaruh *content marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan *customer trust* sebagai variabel mediasi (Studi pada Gen-Z pengguna *smartphone* Samsung di Kota Tangerang). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. Pustaka Ilmu.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management*.
- Jejen, L., & Sudarman, L. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(3), 486–494. <https://doi.org/10.36985/Y5xhfq13>
- Jumhari, A., Pridhi, A. E., Febryani, A. M., & Indrapura, P. F. S. (2024). Implementasi Metode Eoq Dalam Pengendalian Bahan Baku Pada Umkm: Kajian Literatur. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 194–200.
- Kang, M., Sun, B., Liang, T., & Mao, H. Y. (2022). A Study On The Influence Of

- Online Reviews Of New Products On Consumers' Purchase Decisions: An Empirical Study On JD.Com. *Frontiers In Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.983060>
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Hetty Ismainar, P. M., Hastuti Marlina, F., Merung, Y. A., Nufus, H., & Nurhayati. (2020). *PERILAKU KONSUMEN (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)* Abdul. [Www.Journal.Uta45jakarta.Ac.Id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Koswari, N. R., Angela, E. S., Paojiyah, N., & Tripalupi, R. I. (2026). Transformasi Model Produksi Umkm Dari Stockbased Ke Demand-Driven Melalui Pre-Order Dalam Ekonomi Mikro Islam. *JIEBR*, 2(1).
- Kussing, A. C. R., Ahistasari, A., & Tajuddin, T. (2022). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Menggunakan Metode Min-Max. *Industrial Engineering Journal – System*, 1(1), 33–42.
- Kusumah, R., & Aprillia, A. (2023). Pengujian Kesadaran Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Education And Development*, 11(3), 87–93. <https://doi.org/10.37081/Ed.V11i3.4755>
- Lestari, F., & Rustandi. (2024). Penerapan Metode Economic Order Quantity Dan Just In Time Guna Meningkatkan Optimasi Pengendalian Persediaan Produk. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(3).
- Maharani, D. P., & Bhirawa, S. W. S. (2022). Analisis Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*.
- Nainggolan, R. A., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh kualitas produk dan review produk terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(2), 49–59. <https://doi.org/10.53640/jemi.v23i2.1417>
- Nantigiria, M. H. A., Handayanib, S., & Veronica. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 7(2), 181–192. <https://doi.org/10.54324/J.Mbtl.V7i2.660>
- Nisa, W. Z. (2024). *Pengaruh Review Product, Rating Store Dan E-Serqual Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Generasi Z*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Noegroho, G. A., Aprilani, D., & Aprilia, H. D. (2023). THE ROLE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(12), 1162–1171.
- Noermartanto, I. R. (2022). *Pengaruh Review Produk, Kualitas Informasi, Dan Desain Website Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Kota Semarang)*. Uin Walisongo Semarang.
- Pahlevi, M. R., Husain, A., Gani, A. A., Alwany, T., & Taufan, R. R. (2024).

- Consumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMI). *Center Of Economic Student Journal*, 7(4).
- Peng, W., & Tian, Z. (2022). Information Acquisition, Selling Effort And Pre-Order Strategy. *International Journal Of Production Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108538>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purnamasari, F., & Rosadi, S. H. (2024). Analisis Jalur (Path Analysis) Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kemasan Melalui Preferensi Konsumen. *Jurnal Agriuma*, 6(2), 64–75. <https://doi.org/10.31289/Agri.V6i2.13082>
- Purnomo, & Sutadji, E. (2022). *Analisi Data Multivariat* (Vol. 2).
- Putra, A. A. (2025). Peran mediasi *customer engagement* dan *brand trust* pada pengaruh *social media marketing* terhadap *brand loyalty* (Studi pada konsumen AMDK merek Club). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Putri, N. N. A. (2022). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Barang Melalui Sistem Pre Order Dan Ready Stock*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Rahmawati, Wibowo, & Dirgantari. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Online Purchase Decision (Survei Pada Pengguna Bukalapak Di Indonesia Yang Tergabung Dalam Grup Facebook Bukalapak). *Strategic: Journal Of Education Business Management*, 23(2).
- Rizqy, A. F. (2022). *Jual Beli Air Galon Isi Ulang Dengan Sistem Pre Order Menggunakan Kupon Perspektif Fiqh Muamalah (Studi Koperasi Ma'had Al-Jami'ah Uin Raden Intan Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Romadhony, A., Faraby, S. Al, Rismala, R., Wisesti, U. N., & Arifianto, A. (2024). Sentiment Analysis On A Large Indonesian Product Review Dataset. *Journal Of Information Systems Engineering And Business Intelligence*, 10(1), 167–178. <https://doi.org/10.20473/jisebi.10.1.167-178>
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286–299. <https://doi.org/10.24912/jmieb.V7i2.23293>
- Santoso, R., & Suseno. (2024). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Metode Material Requirement Planning (MRP) Pada UMKM Roti. *JURNAL ILMIAH TEKNIK INDUSTRI DAN INOVASI*, 2(2). <https://doi.org/10.61132/Lokawati.V2i5.1165>
- Sawitri, R. A. D., Jaswadi, & Indrawan, A. K. (2023). The Business Process Of Selling Ready Stock And Pre Order Items Through E-Commerce System : An Indonesian SME Case Study. *Indonesian Journal Of Business Analytics*, 3(4), 1043–1066. <https://doi.org/10.55927/Ijba.V3i4.4850>

- Silviah, S., Lutfianti, W. H., & Firmansyah, R. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace Di Indonesia. *Performa*, 7(6). <https://doi.org/10.37715/Jp.V7i6.3394>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 306–315. <https://doi.org/10.35760/Eb.2021.V26i3.4019>
- Subarman, P. S., & Dunan, H. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Gaya Hidup, Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 405–424. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V1i3.279>
- Susilawati, S., & Sumarni, S. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Bibit Jagung Hibrida Pada UD. Linda Jaya Gresik. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 4(2), 93–101. <https://doi.org/10.47709/Jumansi.V4i2.2255>
- Syadiyah, K. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee Pada Generasi Z Bandar Jaya*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.
- Syaripudin, E. I., Izzan, A., & Widaningsih, S. (2022). Praktik Jual Beli Dengan Sistem Pre Order Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus Di Toko Online Hellobyl_Aesthetic). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.37968/Jhesy.V1i1.163>
- Triana, G., Widyawati, N., Wijonarko, G., & Kalangi, M. H. E. (2024). Pengaruh promosi, *loyalty program*, dan *online customer review* sebagai variabel intervening terhadap keputusan pembelian parfum Freshchubs di Shopee. *JUTRANIS*, 1(2).
- Utami, I. P. (2022). Praktik jual beli *pre-order* dengan sistem online. *Al-Muamalat*, 9(1), 20–28. <https://doi.org/10.15575/am.v9i1.14045>
- Umar, M., Puspitasari, R. H. U., Polimpung, L. J. C., & Rifa, M. S. (2024). *Digital Marketing*.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*.
- Welsa, H., Cahyani, P. D., & Alfian, M. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Social Media Marketing Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Marketplace. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(2), 416–424.