

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Wisnu Rayhan. 2020. Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Melalui Harga Dan Produk, Kemudahan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating Di Komplek Johor Indah Permai II Medan.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta Rineka Cipta.
- Astuti, Sita Dewi. 2022. Pengaruh diskon dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee
- Badan Pusat Statistik. *Kota Medan Dalam Angka 2023*. Sumatera Utara: BPS Sumatera Utara
- Gadarsi, Juwita, 2021. Pengaruh Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Tingkat Pembelian Di Online Market Place Shopee Kota Tangerang. *Ekonomi Bisnis Vol.27 No.2*.
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Pustaka baru Pres.
- Husnadzihni, Rifat. 2023. *Analisis Sales Promotion Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) Terhadap Impulse Buying Dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Mediasi*. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Istiqomah, Mira. 2020. Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemm Volume 12*
- Lestari, Lina Dwi. 2021. Pengaruh Penomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada *E-commerce* Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Mege, Stacia Reviany Dkk. 2021. *Sistem Logistik Bisnis E-commerce Di Era New Normal*. Surabaya CV.Jakad Media Publishing.
- Marlin, Khairun Dkk.2023. Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli konsumen Pada *e-commerce* Shopee. *Jurnal Mabis*.
- Ratnaningsih, Yunita Ramadhani. 2022. Pengaruh Fomo, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di *E-commerce* Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.Vol.11 No.3*.
- Sugiono.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*: Bandung. Alfabeta.
- Yuniarti, Yenny. 2021. Faktor Yang Pengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Momen

Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan Vol.10 No.01.*

<https://www.liputan6.com> Penertian E-commerce Menurut Para Ahli Dan Contohnya Di Indonesia. 10.Oktober 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish> Promo Yang Menjadi Favorit Konsumen di E-commerce. 27 Januari 2024

<https://www.kompas.id> 1111 Berpotensi Tidak Memikat Lagi. 27 Januari 2024

