



DAFTAR PUSTAKA

- Almousa. M. (2014). The Influence of Risk Perception in Online Shopping Purchasing Behaviour: Examination of an Early-Stage Online Market. *International Review of Management and Business Research*. Vol.3. issue 2.
- Putri, Kusuma, N, (2016). *Perbedaan Motivasi Membeli Produk fashion secara Online pada Laki-laki dan Perempuan di Universitas Kristen Satya Wacana*. (tidak diterbitkan)
- Almousa.M. (2011). Perceived Risk in Apparel Online Shopping: a Multi Dimensional Perspective. *Canadian Social Science*. Vo.7.No.2, pp.23-31.
- Awliya.Am Samsir, Lilis S. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi, Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Belanja Online Mahasiswa Di Pekanbaru *Junal ekonomi*. Vol.22. no.3.
- Azhar F.A. (2014) dengan judul “faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli busana muslimah melalui *online shop*.(tidak diterbitkan)
- Azwar.S. (2009). *Reliabilan dan Validitas: Edisi ke-3 cetakan ke-IX*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dewi,A. (2014). Pengaruh faktor keamanan, Pengetahuan teknologi internet, kualitas Layanan dan persepsi resiko terhadap Keputusan pembelian melalui Situs jejaring sosial. (tidak diterbitkan).
- Elfida, D., dkk. (2012). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Pekanbaru: Fakultas Psikologi Universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Engel.J.F, Roger.D.B &Paul W.M. (1995). *Perilaku Konsumen jilid 1*.Jakarta: Binarupa Aksara.

Eunike,V. Edy, y. Wasis,A,L. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko *fashion* di jejaring sosial facebook (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 10,No 1. 1-10.

Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Firdayanti, Restika. (2012). Persepsi Risiko Melakukan *E-commers* dengan Kepercayaan Konsumen dalam membeli Produk *Fashion Online*. *Journal of Social and Industrial Psychology*. JSIP 1(1)

J.Paul, J.C. Olson (2005). *Consumer Behaviour: Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

L.Zhang, dkk. (2012). Dimensions of Consumers' perceived Risk and Their Influence on Online Consumers' Purchasing Behaviour.*Communications in Information and Engineering*. Vol.2, iss. 7. 1-14.

Laudon, dkk (2002). *Organizational and Technology in The Network Enterprise*, "Management Information System.". edisi 6, New Jensey : Prentice-Hall.

Lilik,N,Y.& S.Simanjuntak. (2011). Persepsi manfaat dan risiko dalam perilaku pembelian konsumen *online shop*. *Jurnal ilmu Keluarga dan konsumen.*, Vol 4,No 2,173-181.

Loudon, David L. Dan Albert J.Della Bitta. (2001). *Consumer behaviour:concepts and applications*.Mc Graw-Hill.Inc:U.S.A

Masoud. E.Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jourdan. *European Journal of Bussiness and Management*. Vol.5. no.6.



- Naiyi, YE. (2004). Dimensions of Consumer's Perceived Risk in Online Shopping. *Journal of Electronic Science and Thecnology of China*.Vol.2. no.3
- Nugroho J.S.,(2008). *Perilaku konsumen (konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran)*. Jakarta: Kencana
- Rendra.(2011). *Perbedaan Perceived Risk Online Shopper dan Non-Online Shoppers pada jual beli Online*. (tidak diterbitkan).
- Saputra, E.H (2015). Hubungan fanatisme dan harga diri terhadap pengambilan keputusan pembelian jersey pada fans club Liga serie A talia region Pekanbaru.
- Schiffman, Kanuk.(2008). *Perilaku Konsumen: edisi ketujuh*. Jakarta:Indeks.
- Sugiyono. (2013).*Statistika Untk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Yohanes. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*. Vol.13, no.2.
- Suhir, Suyadi, Riyadi. (2014). Pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara *online* (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id).*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*,Vol 8, No 1, 1-10.
- Yusnidar, Samsir, Restuti (2012). Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru. *Jurnal sosial ekonomi pembangunan*.Vol 12,311-329