

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Dewi. 2014. Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. **Skripsi**. Bengkulu: Universitas Bengkulu. *(Diakses pada tanggal 2 Desember 2016)*
- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. 2013. **Perilaku Konsumen**. Palembang: Citra Books Indonesia
- Hasan, Iqbal M. 2002. **Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)**. Jakarta: Bumi Aksara
- Herjanto, Eddy. 2007. **Manajemen Operasi**. Jakarta: Grasindo
- Masoud, EY. 2013. **The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan**. *European Journal of Business and Management*, 76-88. (di akses pada tanggal 29 Mei 2017 dalam Jurnal “Pengaruh Risiko pada Keputusan Belanja ON-LINE”, oleh Katon Abi Karami, Universitas Bakrie)
- Oktariani, Weni. 2014. Persepsi Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan pada Klinik Yazri Palembang. **Laporan Akhir tidak dipublikasikan**. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya
- Sarwono, Jonathan dan Tutty Martadiredja. 2008. **Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan**. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Pendidikan**. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung: Alfabeta
- Suryani, Tatik. 2013. **Perilaku Konsumen di Era Internet**. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sunyonto, Danang. 2012. **Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Jakarta: CAPS
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Suresh, A.M., dan Shashikala R. 2011. **Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India**. *IPEDR*, 12, hal. 336-441

- Trihastuti, Ana. 2013. Pengaruh Dimensi-Dimensi Persepsi Resiko Pembelian Online Terhadap Keputusan Pembelian. **Kertas Kerja**. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana. (*diakses pada tanggal 5 Desember 2016*)
- YE Naiyi. 2004. **Dimensions of Consumers Perceived Risk in Online Shopping**.
- Zhang, Lingying, Wojie Tan, Yingcong Xu, Genlue Tan. 2012. **Dimensions of Consumers Perceived Risk and Their Influences on Online Consumers Purchasing Behavior**. CISME Vol 2, Issue 7. (*diakses pada tanggal 5 Desember 2016 dalam Jurnal “Pengaruh Dimensi-dimensi Persepsi Risiko Pembelian Online Terhadap Keputusan Pembelian”, oleh Ana Trihaatuti, Universitas Kristen Satya Wacana*)