

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2008). *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2009). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*. Organizational Behavior And Human Decissions Process.
- _____. (2002). *Perceived Behavioral Control, Self Efficacy, Lotus Of Control And The Theory Of Planned Behavior*. Journal Of Applied Social Psychology. 32, 665-683 (diakses pada tanggal 5 Maret 2017).
- Ajzen, I & Fishbein, M. (2005). *The influence of attitudes on behavior*. In D. Albarracín, B.T.J & M.P. Zanna, *The Handbook of Attitudes*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Batra, R. & Sinha. (2000). *Consumer Level Factors Moderating The Success Of Private Labels Brands*. Journal Of Retail. Vol.76, No.2 (diakses pada tanggal 15 Oktober 2017).
- Bhatnagar et.all. (2000). *On Risk Convenience And Internet Shopping Behavior*. Communications Of The ACM. Vol.43, No.11 (diakses pada tanggal 26 November 2016).
- Delafrooz, N., Paim, L.H & Khatibi. (2011). *Factor Affecting Students Attitude Toward Online Shopping*. African Journal Of Bussiness Management. Vol.3, No.5 (diakses pada tanggal 5 Maret 2017).
- D'Alessandro, S., Girardi, A. & Tiangsoongnern. (2012). *Perceived Risk, Trust as Antecedents Of Online Purchasing Behavior In The USA Gamestone Industry*. Asia Pacific Journal Of Marketing and Logistics. Vol.24, No.3 (diakses pada tanggal 10 April 2017).
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kominfo. (2013). *Potret Belanja Online di Indonesia*. Jakarta: Pusat Data dan Sarana Informatika Komunikasi dan Informatika.

- Keisidou, E., Sarigiadida, L. & Maditions, D. (2011). *Consumers Characteristics and Their Effect On Accepting Online Shopping In The Contex Of Different Types*. International Journal Of Bussiness Science And Applied Management. Vol.6, No.2 (diakses pada tanggal 5 Maret 2017).
- Liou, Z. & Cheung, M.T. (2001). *Internet Based E-Shopping And Consumer Attitudes An Empirical Study*. Journal Information and Management. 38, 299-306. (diakses pada tanggal 20 Oktober 2017).
- Mosoud, E.Y. (2013). *The Effect Of Perceived Risk On Online Shopping in Jordan*. European Journal Bussiness and Management. Vol.5, No.6 (diakses pada tanggal 7 November 2017).
- Mowen & Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Pavlou, P.A. & Fygenson, M. (2006). *Understanding And Predicting Electronic Commerce Adoption*. MIS Quarterly. Vol.30, No.1 (diakses pada tanggal 8 November 2017).
- Prasetijo, R. & Lhalauw, J.J.O.I (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riyadi, Suyadi & Suhir (2014). *Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Vol.8, No.1 (diakses pada tanggal 16 November 2016).
- Samadi, M. & Nejadi, A.Y. (2009). *A Survey Of The Effect Of Consumers Perceived Risk On Purchase Intention In E-Shopping*. Journal Business Intelligence. Vol.2, No.19 (diakses pada tanggal 5 November 2016).
- Schiffman, L & Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks.
- _____. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks.
- Schiffman, L & Wisenblit. (2015). *Consumer Behavior 11th*. New Jersey: Pretince Hall.
- Shim, S.M.A., Eastlick, S.L.L & P. Warrington. (2001). *An Online Prepurchase Intentions Model The Role Of Intentions To Search*. Journal Of Retailing. 77, 397-416 (diakses pada tanggal 5 Maret 2017).
- Suresh, A.M & Shashikala. R. (2011). *Identifying Factors Of Consumer Perceived Risk Towards Online Shopping In India*. Journal IPEDR. Vo.12, No.7 (diakses pada tanggal 11 Desember 2016).

- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- _____. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. Jauzi, A. & Mulyana, A. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Pers: Bogor.
- Sobur, A. (2013). *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Shim, S., M.A. Eastlick, S.L. Lotz & P. Warrington. (2001). *An Online Prepurchase Intention Model The Role Of Intention To Search*. Journal Of Retailing. 77, 397-416. (diakses pada tanggal 11 Desember 2017).
- Syahrani & Nazar. (2008). *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online*. SNA. XI.
- Turban, E., David. K., Lee, J. Warkentin, M., & Chung, M.H. (2002). *Electronic Commerce A Managerial Perspective*. Upper Saddle. N.J: Prentice Hall.
- Tzeng, S.C., J.P. Yeh & W.P. M.A. (2005). *Industrial Academic Co-Operation Of Technical University And Automobile Industry In Taiwan*. Am. J. Applied Sci. 2, 367-371. (diakses pada tanggal 3 Oktober 2017).
- Vitasari, I. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Melalui Media Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang Angkatan 2012-2014*. Skripsi.
- Wardiana, U. (2004). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT.Bina Ilmu.
- Walgito, B. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>. (diakses pada tanggal 7 Maret 2016)