

DAFTAR PUSTAKA

- Ago, G., Suharno, Mintarti, S.U., & Hariyadi, S. (2015). Effect of Product Quality Perception, Trust, and Brand Image on Generic Drug Buying Decision and Consumer Satisfaction of Hospital Patients in East Kalimantan. *European Journal of Business and Management*, 7, 50-68.
- Ananda Sabil Husain (2015) Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0, Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya.
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh Keterlibatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137. Retrieved from <https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/view/8909>
- Anshori, Luthfi. 24 Oktober 2022. *Pemilik Air EV Keluhkan Servis Lama dan Kondisi Charger, Wuling Langsung Turun Tangan*. 28 Mei 2023. <https://oto.detik.com/mobil/d-6364971/pemilik-air-ev-keluhkan-servis-lama-dan-kondisi-charger-wuling-langsung-turun-tangan.28>
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021, January). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. In *4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)* (pp. 78-82). Atlantis Press.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Ashari, R. G. (2018). Memahami hambatan dan cara lansia mempelajari media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 155-170.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The influence of product knowledge, brand image, and brand love on purchase decision through word of mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355-369.
- Beneke, J., Flynn, R., Greig, T., & Mukaiwa, M. (2013). The influence of perceived product quality, relative price and risk on customer value and willingness to buy: a study of private label merchandise. *Journal of Product & Brand Management*.
- Brilio.net . 13 Oktober 2017. *Alasan Cowok Suka Dengan Otomotif*. 24 Agustus 2023. <https://www.brilio.net/creator/alasan-pria-suka-dengan-dunia-otomotive-101338.html>
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Chovanová, H. H., Korshunov, A. I., & Babčanová, D. (2015). Impact of Brand on Consumer Behavior. *Procedia Economics and Finance*, 34(9), 615–621. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01676-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01676-7)
- CNBC Indonesia. 15 September 2022. *Kendaraan Dinas Pemerintah Pakai Mobil Listrik, Cek Harganya*. 24 Agustus 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220915113305-4-372295/kendaraan-dinas-pemerintah-pakai-mobil-listrik-cek-harganya>.

- CNBC Indonesia. 22 Desember 2022. *Beli Mobil Listrik akan Disubsidi Rp80 Juta, Pengusaha Happy?.* 24 Agustus 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221222125752-4-399233/beli-mobil-listrik-akan-disubsidi-rp80-juta-pengusaha-happy>
- Depari, G. S., & Ginting, N. (2022). The Influence Of Online Customer Review And Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi dan Manajemen)*, 15(1), 1-19.
- Digdowniseiso, Kumba. (2017). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Cetakan Pertama. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Durianto, Darmadi. 2011. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Duryadi. (2021). Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan Smartpls. Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas STEKOM. Semarang. ISBN 9 86236 141014.
- Envihsa.fkm.ui.a.c.id. 25 November 2022. Mobil Listrik: Persoalan atau Pemecahan Masalah?. <https://envihsa.fkm.ui.ac.id/2022/11/25/mobil-listrik-persoalan-atau-pemecahan-masalah/>. 25 Agustus 2023
- Firmansyah, A. R. (2016). Pengaruh pengetahuan produk dan persepsi kualitas terhadap niat beli mobil datsun go panca. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 9(1), 26-32.
- Gaikindo. Januari 2023. *Konsumen Indonesia Gunakan Mobil Listrik sebagai Mobil Kedua, bukan Utama.* 28 Mei 2023. <https://www.gaikindo.or.id/konsumen-indonesia-gunakan-mobil-listrik-sebagai-mobil-kedua-bukan-utama/>
- Garnesio, Irma. Tirto.id. 13 Januari 2023. Benarkah Mobil Listrik Bebas Emisi?. <https://tirto.id/benarkah-mobil-listrik-bebas-emisi-gA3Z>. 19 Agustus 2023.
- Ghasri, M., Ardeshiri, A., & Rashidi, T. (2019). Perception towards electric vehicles and the impact on consumers' preference. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 77, 271-291.
- Ghozali, Imam. 2014. Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno, N. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420-432.
- Hakim, F. N., & Saino, S. (2021, April). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi suroboyo bus. In *FORUM EKONOMI* (Vol. 23, No. 2, pp. 241-253).
- Handayani, H. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping. *Ug Journal*, 15(4).

- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Harjati, Lily, and Sabu G, Lusia Olivia. "Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop." *E-Journal Widya Ekonomika*, vol. 1, no. 1, 2015.
- Hertanto, A. D., & Sulhaini, H. L. E. (2020). Effect of Flash Sale Method, Product Knowledge and in Home Shopping Tendency Toward Consumer Online Purchase Decisions. *RJOAS*, 6(102), 2020-06.
- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jg Motor Yamaha Cab. Asia Afrika Bandung. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1), 21-32.
- Jefriansyah, F., Wahdiniwaty, R., Suryadi, K., & Aprilliani, D. S. (2018, November). Improving product knowledge through personal selling activities. In International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018) (pp. 229-232). Atlantis Press. DOI 10.2991/icobest-18.2018.50
- Kim, M. K., Oh, J., , Park, J. H., & Joo, C. (2018). Perceived Value and Adoption Intention for Electric Vehicles in Korea: Moderating Effects of Environmental Traits and Government Supports. *Energy*, 799-809.
- Kompas.com. 14 Agustus 2022. *Layanan Purna Jual buat Pembelian Wuling Airev*.https://otomotif.kompas.com/read/2022/08/14/160100115/layanan-purna-jual-buat-pembelian-wuling-air-ev#google_vignette. 24 Agustus 2023.
- Kompas.com. 28 Juni 2023. *Minat Generasi Muda Indonesia di Bidang Sains Teknologi Dinilai Masih Rendah*.
<https://www.kompas.com/edu/read/2023/06/28/172908771/minat-generasi-muda-indonesia-di-bidang-sains-teknologi-dinilai-masih-rendah?page=all>. 24 Agustus 2023
- Kotler, Philip; Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, (16th ed.). England: Pearson Education Limited
- Kutz, Jessica. The 19th. 22 Maret 2023. Women are less likely to buy electric vehicles than men. Here's what's holding them back.
<https://19thnews.org/2023/03/electric-vehicles-gender-gap/>. 15 Agustus 2023.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maimunatussadiyah, S. (2013). *Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Masyarakat Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang Yang Menggunakan Honda Beat Plat N (Lumajang) Produksi 2010-2012)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 1-8.
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v1i1.7>

- Muhson, Ali. 2022. Analisis Statistik dengan SmartPLS. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Narimawati, U. (2010). Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi. *Jakarta: Genesis*.
- Ningsih, Herawati. 17 Februari 2023. *Lokasi SPKLU PLN Bandung, Ngecas Motor-Mobil Listrik Cuma Bayar Segini*. 28 Mei 2023. <https://www.ayobandung.com/bisnis/pr-797603840/lokasi-spklu-pln-bandung-ngecas-motor-mobil-listrik-cuma-bayar-segini>
- Nurchayadi, Ghani. Media Indonesia. 11 April 2023. *Wuling Air Ev cocok jadi mobil harian, simak fitur pendukungnya*. <https://mediaindonesia.com/otomotif/573311/wuling-air-ev-cocok-jadi-mobil-harian-simak-fitur-pendukungnya>. 17 Agustus 2023.
- Nurhuda, Septian Farhan. DetikOto. 20 Januari 2023. *Wuling Air Ev Laku Keras di Indonesia, ini Rahasiannya*. <https://oto.detik.com/mobil/d-6526627/wuling-air-ev-laku-keras-di-indonesia-ini-rahasiannya>. 19 Agustus 2023.
- Otosia.com. 07 Februari 2018. *Faktor ini Jadi Pertimbangan Konsumen Indonesia Beli Mobil Listrik*. <https://www.otosia.com/berita/read/4757887/faktor-ini-jadi-pertimbangan-konsumen-indonesia-beli-mobil-listrik>. 24 Agustus 2023
- Permana, R., Yuliati, E., & Wulandari, P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap purchase intention kendaraan listrik di indonesia. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 217-232.
- Peter, Paul J., dan Donnelly, James H. Jr. (2007). *Marketing Management: Knowledge and Skills*. International Edition. McGraw-Hill/Irwin.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361-374.
- Pramudiya, F. C., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria F150 di Kabupaten Karawang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(1), 144-156.
- Pratama, D. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Country Of Origin Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Confero S (Studi Pada Dealers Wuling Motors Di Kota Malang).
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia
- Prima, Adi. 31 Oktober 2022. *Heboh di Medsos Mobil Listrik Air EV Bermasalah, Wuling Buka Suara*. 28 Mei 2023. <https://www.medcom.id/otomotif/mobil/8N0a2mEb-heboh-di-medsos-mobil-listrik-air-ev-bermasalah-wuling-buka-suara>
- Purba, O. R., & Raja, P. L. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian

- (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*, 1(9), 1067-1075.
- Putro, C. H., & Nurmahdi, A. (2020). Analysis of Purchase Decision and its Impacts towards Honda Beat Motorcycle's Customer Satisfaction Viewed through Product Quality and Price Perception Variables at Tangerang City Area. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(6), 1222-1229.
- Quora. 22 Juni 2022. *Bagaimana pendapatmu tentang mobil Wuling Air EV?*. <https://id.quora.com/Bagaimana-pendapatmu-tentang-mobil-Wuling-Air-EV>. 24 Agustus 2023.
- Quora. Oktober 2022. *Apa pendapatmu tentang Wuling Air EV yang ternyata hanya bertenaga 30kw/40HP?*. 28 Mei 2023. <https://id.quora.com/Apa-pendapatmu-tentang-Wuling-Air-EV-yang-ternyata-hanya-bertenaga-30kw-40HP>
- Rachmah, F. N., & Andari, T. T. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Ban Hankook Pada PT. Budiyanto Semesta Grup Di Cikarang Kabupaten Bekasi. *KARIMAH TAUHID*, 1(6), 767-776.
- Rachmawati, E. (2018, July). Product Knowledge Review on the Purchase Decision. In *2018 3rd International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering (ICESAME 2018)* (pp. 338-340). Atlantis Press.
- Rahmadevita, L. D., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word of mouth serta keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Non-Member Produk Kesehatan Melilea di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 7(1).
- Ramadhani, A., & Widodo, A. (2021). Increased Purchase Decision of Le Minerale through Perceived Quality and Brand Image. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 295-302.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Saepudin, A., Permana, E. G., Wursan, W., & Badriatin, T. (2022). The Effects of Corporate Identity and Product Knowledge on Consumer Purchase Decision. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 2(2), 48-54.
- Sagala, R. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Penerbangan Lion Air pada PT. Vina Tour & Travel Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 205-225.
- Santoso, A., & Sispradana, A. R. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 155-164.
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020, January). Purchasing decisions in terms of Persepsi Kualitas and Pengetahuan Produk. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press.

- Santy, R. D., & Iffan, M. (2023). *The Effect of Artificial Intelligence and Gamification on Online Purchase Intention Mediated by Customer Experience: Study on Indonesian Marketplace Users*. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 13, No 1 (2023): MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN. DOI: 10.22441/jurnal_mix.2023.v13i1.006
- Sarwono, Jonathan. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI. 226 hal
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. (2010). *Consumer Behavior Global Edition Tenth Edition*. Pearson.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Tamboto, F. C., & Pangemanan, S. S. (2019). *The Influence Of Product Knowledge And Product Involvement Toward Purchase Decision Of Nissan Cars Customers*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Titro.id 26 Januari 2023. *Animo Tinggi, 82% Responden Survei Tertarik Beli Mobil Listrik*. <https://tirto.id/animo-tinggi-82-responden-survei-tertarik-beli-mobil-listrik-gBtW>. 24 Agustus 2023
- Tjiptono, Fandy., dan Chandra, Gregorius. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Edisi 4. CV Andi OFFSET (Penerbit ANDI).
- Ujang Sumarwan. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umi, N., Anggadini, S. D., & Ismawati, L. (2011). *Penulisan Karya Ilmiah, Edisi pertama*. Bekasi: Genesis.
- Uyar, A. (2018). *A Study on Consumer's Perception About Chinese Products and Their Willingness to Buy*, *International Journal of Eurasia Social Sciences*, Vol: 9,pp. (1121- 1143).
- Wahdiniwaty, Rahma, et al. *Strategi Pemasaran Digital: Perspektif Teoritis dan Praktik*. Eureka Media Aksara, 2023. <https://penerbiteureka.com/2023/05/23/strategi-pemasaran-digital-perspektif-teoritis-dan-praktik/>
- Wahdiniwaty, R., & Susi Susilawati Sugiana, N. (2022). *GenBust's behavior in the Use of Information Technology and The Utilization of Digital Markets as Consumers To Make Purchasing Decisions*. <https://doi.org/10.34010/icobest.v3i.111>
- Wahdiniwaty, R., & Wijayanti, U. (2016). *Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Exsport Pada Pt. Eksonindo Multi Product Industry di Bandung*. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (JIMM)*, 2(1).
- Wahdiniwaty, R., Setiawan, E. B., & Wahab, D. A. (2018, November). *Implementation of Recommendation Model for Determining the Marketing Area Location of Creative Industry Products*. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)* (pp. 42-46). Atlantis Press. DOI 10.2991/icobest-18.2018.11
- Wahyuningsih. (2020). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Aplikasi*. Sleman: Deepublish.

- Wang, S., Wang, J., Li, J., Wang, J., & Liang, L. (2018). Policy implications for promoting the adoption of electric vehicles: Do consumer's knowledge, perceived risk and financial incentive policy matter? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 117(May), 58–69. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.08.01>
- Wang, X. W., Cao, Y. M., & Zhang, N. (2021). The influences of incentive policy perceptions and consumer social attributes on battery electric vehicle purchase intentions. *Energy Policy*, 151, 112163.
- Widiyanti, W. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox (Studi Kasus pada follower instagram@ tempattasdotcom. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 17(1).
- Yoesmanam, I. C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 134–142. <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p134-142>
- Zhang, W., Wang, S., Wan, L., Zhang, Z., & Zhao, D. (2022). Information perspective for understanding consumers' perceptions of electric vehicles and adoption intentions. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 102, 103157.