

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, I. S., Sugara, M. V. L., Kheista, K., Rhemrev, E. A., Sari, E. K., & Christie, M. (2024). Kebijakan Mobil Listrik Di Indonesia: Tantangan Dan Peluang Dalam Mewujudkan Mobilitas Ramah Lingkungan. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 4(3), 391–401.
- Ayuningtyas, W., Syakira, S., & Darmawan, C. (2026). Perkembangan Teknologi Transportasi Online Implikasinya Terhadap Perubahan Pola Hidup Mahasiswa Universitas Siliwangi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Ilmu-Ilmu Sosial, Dan Hukum (SENPISSHUM)*, 1(1), 237–246.
- Hamzah, M., Junaidi, A., Fattah, A., Bayu, S., Rizal, M., & Ubaidillah, U. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Sepeda Listrik Terhadap Masyarakat Kraksaan. *New Economy*, 1(1), 30–40.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). *Persepsi kemudahan, manfaat, harga dan kualitas produk terhadap keputusan belanja: Peran moderasi kepercayaan pelanggan. MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 102–112. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6981>
- Huda, M. S. (2025). Daya Pikat BYD Dalam Lintasan Baru Preferensi Konsumen Mobil Listrik Indonesia. *Professional Business Journal*, 3(1), 1–12.
- Huda, N., & Apriliani, A. (2025). *Pengaruh price, product design, dan word of mouth terhadap purchase decision produk sepeda listrik Uwinfly di Jepara. Jurnal Ekobis Dewantara*, 8(3), 1367–1380. https://doi.org/10.30738/ed_en.v8i3.4610
- Mubarak, F. Z. (2025). *Karakteristik Pengguna Sepeda Listrik Dan Pola Perjalanannya Di Kota Padang*. Universitas Andalas.
- Novita, D., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Di Kota Serang. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 6(1), 87–96.
- Nurfadlilah, F., Malika, A. S., Naufal, A. R., & Wikansari, R. (2024). *Peran sepeda listrik dalam mewujudkan mobilitas berkelanjutan. HUMANITIS: Jurnal Humaniora, Sosial dan Bisnis*, 2(1), 136–141. <https://humanisa.my.id/index.php/hms/article/view/91>

- Praweswari, A., & Meliana, V. (2025). Pengaruh Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Global Batik. *STREAMING*, 4(1), 79–89.
- Raykhan, M. Q., Idris, M., & Suriani, S. (2025). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada PT Tiga Maha Rewa Perumahan Griya Hartacu Gowa. *Journal Of Economy Business Development*, 3(3), 400–409.
- Sidanti, H., Sulistiyowati, L. N., & Astutik, R. F. (2024). Desain Produk, Harga Dan Gaya Hidup Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Sepeda Listrik. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 30–45.
- Sitorus, M., & Sundoro, D. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Adopsi Sepeda Motor Listrik Dengan Green Awareness Sebagai Variabel Intervening Di Jakarta, Bogor, Depok, Dan Bekasi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri Dan Rantai Pasok*, 5(1), 112–120.
- Sylvia, N., & Muladi, E. (2025). Analisis Pengaruh Warna Pada Preferensi Konsumen Terhadap Desain Produk Makanan. *Kartala Visual Studies*, 4(2), 1–11.
- Yunita, R. (2025). Pengaruh Persepsi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(4), 1673–1682.
- Ampa, A. T. (2025). Pengaruh Brand Ambassador, Harga dan Desain Produk dengan Kualitas Produk sebagai Variabel Mediasi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee. *Ampa*, 10(1), 236–243.
- Anggraini, F. (2024). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z: Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 62–73. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3450>
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita, H. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 163–173. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.177>
- Cahaya, Y. F. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik BRIZZI BRI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Surya Pasca Scientia*, 14(1), 387–394. <https://doi.org/10.35968/jimspc.v14i1.1418>
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Perbankan (JEMP)*, 10(3), 12–24.

- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembelian Produk Erigo di Kota Semarang). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 778–789. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412>
- Davis, F. D. (1986). *Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System Theory and Results*. Massachusetts Institute of Technology (MIT).
- Farida, D. A. (2025). Pengaruh Ekuitas Merek, Desain Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel iPhone pada Generasi Muda di Kecamatan Gajah, Demak. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 267–277. <https://doi.org/10.51903/b1e8v118>
- Fauziyah, R. L., Rusti, N., & Widakdo, D. S. (2023). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gula Semut. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), 352–368. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.352-368>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Hambali, D., & Rizqi, R. M. (2025). Pengambilan Keputusan Kredit: Pengaruh Literasi Keuangan, Suku Bunga, dan Inklusi Keuangan. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 158–170. <https://doi.org/10.53494/jira.v11i1.841>
- International Energy Agency. (2023). *World Energy Outlook 2023*.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023). *Rapat Kerja Kementerian Perindustrian Tahun 2023*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th Global). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Inc.
- Kulsum, S. A., & Sidiq, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan

- promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 4(1). <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol4.iss1.art2>
- Manupassa, D. F. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan E-Trust terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Bioskop pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 13(1), 432–440. <https://doi.org/10.35794/emba.v13i01.60174>
- McKinsey & Company. (2022). *McKinsey Technology Trends Outlook 2022*.
- Muamar. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha New V-Ixion di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 43–51.
- Muslikhin. (2025). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus pada Konveksi Nida Collection Adiwerna Kabupaten Tegal. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(4), 463–482. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i4.5621>
- Nurhasna, F. N., Dewi, R. S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 750–757. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36078>
- Oktaviani, D., & Winda, C. (2022). Tinjauan Kebijakan Penetapan Harga Produk pada Konsumen Kantor Pos Bandung (40111). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(3), 2171–2182.
- Panjaitan, E. I. E., Darma, J., Kholis, A., Siregar, T. R. S., & Hidayat, T. (2025). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Layanan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 518–528. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v5i1.1238>
- Pardede, R. (2025). Analisis Pengaruh Brand Image dan Desain Produk terhadap Minat Membeli Konsumen pada Toko Sepatu Bata Pancing MMTC Kota Medan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 676–696. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i2.2541>
- Perdani, T. A. M., Fitriati, A., Kusbandiyah, A., & Azizah, S. N. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan QRIS yang Dimediasi oleh Kepercayaan pada Generasi Z. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(2), 791–808. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i2.1984>
- Piyoh, D. Dela. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah*

Edunomika, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11945>

- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk LPG 3kg di Toko Putri Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17–28.
- Putri, D. A., & Ananda, R. (2022). Pengaruh Harga terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 115–127.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., & Zukar, M. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV Mega Press Nusantara.
- Septianto, A. S., & Andriyati, Y. (2023). Pengaruh Harga dan Perbedaan Produk terhadap Minat Beli Sepeda Listrik di Kota Sampit. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 7(2), 576–585. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1314>
- Statista. (2024). *E-Bike Market – Indonesia: Number of Users & Revenue*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R \& D*. Alfabeta.
- Utami, A. N., Sucipto, R. H., & Annisa, T. I. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 136–144. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i1.266>
- Wicaksono, A. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Risiko, dan Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Menggunakan Bank Digital pada Mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 5(2), 420–427. <https://doi.org/10.51903/f6k9f730>
- Wijaya, B. A. (2025). Studi Terhadap Minat Beli Ulang pada Hidden Gem Warga Lokal Kafe. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEK OBS)*, 4(1), 38–49. <https://doi.org/10.33633/jekobs.v4i1.12553>
- Yulyana, S., Adelia, R. S., Ishaq, R., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Cordy Store Lampung). *Jurnal Pelita Manajemen*, 2(2), 10–19.