

DAFTAR PUSTAKA

- Aeniyatul. (2019). Peran Electronic Word of Mouth terhadap Kepercayaan dan Niat Beli Sepeda Motor Listrik di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Ahmadi, I., Irdhayanti, E., & Mufrihah, M. (2024). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Niat Beli Motor Listrik Dalam Upaya. *Competence : Journal of Management Studies*, 18(1), 54–65.
- Ajzen. (2005). Entrepreneurship Education at University Level and Students' Entrepreneurial Intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 658–668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Anwar. (2011). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kota Denpasar*. 4(9), 2806–2830.
- Asmoro, A. K., & Nuvriasari, A. (2020). *Kajian minat beli ulang secara online pada Generasi Z dengan perceived risk, kepercayaan, dan daya hidup sebagai variabel independen*. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1312>. 2(1), 671–682.
- Darman, F. (2024). *Analisis Customer Journey Pengguna Noabike : Strategi Pemasaran Digital*. 18(October), 107–114.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technolog. *Jurnal Akuntansi*, 1–23.
- Davis, F. D. (2015). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hair, Joseph F., Jr.; Hult, G. Tomas M.; Ringle, Christian M.; Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hair et. (2020). Understanding user acceptance of electric scooters using the TAM and TPB models. *Technological Forecasting and Social Change*, 158, 120123. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120123>. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Hidayat, R. A. (2023). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap keputusan menggunakan mobile banking Muamalatdin (Digital Islamic Network) dengan minat sebagai variabel intervening (studi kasus pada nasabah Bank Muamalat KCP Purbalingga). *Muamalatdin: Di. AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Ihsani, R., & Rofiuddin, M. (2024). *Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli dengan perceived quality sebagai variabel moderasi menggunakan pendekatan planned behavior theory*. 1(1), 1–14.

- Kotler, & Keller. (2016). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention melalui Brand Image*. 14–14.
- Latan, G. dan. (2012). Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. In *Jurnal Pasti: Vol. XI* (Issue 1).
- Li, W. dan. (2020). *Pengaruh Perkembangan Kendaraan Listrik Terhadap Industri Otomotif Pada Era Society 5.0*. 4(8), 2110–2124.
- Muhammad Yusuf Syahputra Gani & Iwa Garniwa. (2023). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Purchase Intention Kendaraan Listrik Dengan Metode SEM. *Jurnal Ilmiah*, 15(2), 84–100.
- Muliawan Hendarto Kusumo, & Imron Rosyadi. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 50–67. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876>
- Nazar, M., Siregar, W. V., Bachri, N., & Heriyana. (2024). Factors Influencing Purchase Interest in LOCKNLOCK Products. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 25(2), 181–188. <https://doi.org/10.29103/emabis.v25i2.1420>
- Ningsih, Arma Saputri; Mariyudi; Bachri, Naufal; Bahri, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Label Halal Pada Produk Hni Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aceh Tamiang*. 02, 1184–1193. <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/6238/>
- Ningsih Wijaya, A., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater di Kabupaten Bekasi. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(01), 28–41. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>
- Nurfadlilah, F., Malika, S., Naufal, R., & Wikansari, A. R. (2023). Analisis minat beli konsumen terhadap sepeda motor listrik di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*, 5(2), 123–134. (2024). Peran Sepeda Listrik Dalam Mewujudkan Mobilitas Berkelanjutan. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial Dan Bisnis*, 2(1), 136–141.
- Octaviani, E. S., & Gunawan, H. (2018). Perceived Risk on Consumer Online Shopping Behaviour. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 3(2), 203–209. <https://doi.org/10.30871/jaat.v3i2.876>
- Poetra, R. D. (2019). Designing an Optimized Electric Vehicle Charging Station Infrastructure for Urban Area: A Case study from Indonesia. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Purba, H. H., & Aisyah, S. (2017). Peran Motor Listrik pada Transportasi Ramah Lingkungan. *Yogyakarta Expert*, 376.
- Ramadhani. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Minat Konsumen

- terhadap Sepeda Motor Listrik Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(2), 200. <https://doi.org/10.24198/jmk.v6i2.32241>
- Rani, P., Pannu, S., Dalal, G., Vyas, P., & Khurana, T. (2024). *Predicting Behavioural Intention Towards Electric Vehicle Adoption in India : A Unified TAM-SOBC Framework*. <https://doi.org/10.1177/09711023241308416>
- Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use: Dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 86–92. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i1.13723>
- Safitri, Fauzan, dan M. (2021). Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Ewom Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor Honda Adv. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(5), 1009. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i05.p08>
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Shu, T., Wang, Z., Lin, L., Jia, H., & Zhou, J. (2022). Customer Perceived Risk Measurement with NLP Method in Electric Vehicles Consumption Market: Empirical Study from China. *Energies*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/en15051637>
- Singasatia, D., & Melami, M. (2018). Pengaruh Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU) terhadap Attitude Toward Using (ATU) serta Dampaknya terhadap Behavioral Intention to Use (BITU) Sepeda Motor Listrik. *STT Wastukencana*, 1–8.
- Sudaryan, A., Wandari, T. S., & Basri, A. I. (2024). *Bisman: Volume 8. Nomor 2, Juli 2025. | 327 Analisis Minat Beli Sepeda Listrik Selis dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Yogyakarta*. 8, 327–341.
- Sudjoko, C. (2021). Strategi Pemanfaatan Kendaraan Listrik Berkelanjutan Sebagai Solusi Untuk Mengurangi Emisi Karbon”, *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*,. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 2(2), 54–68.
- Sugandini, D., Sukarno, A., Effendi, M. I., Kundarto, M., Rahmawati, E. D., & Arundati, R. (2020). *Analisis Sentimen Kendaraan Listrik Menggunakan Algoritma Naive Bayes dan Particle Swarm Optimization*.
- Sugiyono. (2020). Buku Ajar Statistika Dasar. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Sugiyono, P. D. (2022). Buku sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Suhendri, Mariyudi, & T.Edyansyah. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Mobil Low-Cost Green Car (LCGC) Di Kota Lhokseumawe*. 13,

53–58.

- Syafaruddin Z, Suharyono, S. K. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention to Use Sepeda Motor Listrik Menggunakan Model TAM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3.
- Syamilah, F., & Abillah, M. V. (2023). *Desain Sepeda Motor Listrik untuk Aktivitas City Touring bagi Penggemar Sepeda Motor Bergaya Neo-Klasik*. 4(2), 374–381.
- Syamsurya, S. D., & Ahmad, A. (2023). Analisis Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Listrik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 183–196.
- Teguh Iman Santoso, & Indrajaya, D. (2023). Penggunaan SEM – PLS dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2), 97–104. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.630>
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.18196/rab.010103>
- Ummah, M. S. (2019). Electronic Word-of-Mouth dan Niat Beli Konsumen terhadap Sepeda Motor Listrik di Platform E-Commerce Sosial. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.
- Utari, N. K. M., & Yasa, N. N. K. (2024). Understanding Electric Vehicle Purchase Intentions Through the Technology Acceptance Model. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 12(3), 108–119. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v12n3.2515>
- Wakhida, U. I., & Sanaji, S. (2020). Peran Perceived Usefulness dan Perceived Risk sebagai Variabel Pemediasi pada Pengaruh Perceived Ease of Use dan Electronic Word-of-Mouth Negatif terhadap Niat Pembelian Sepeda Motor Listrik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1158. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1158-1174>
- Yani, M. A., Ikramuddin, Rusydi, & Edyansyah, T. (2022). Pengaruh Variabel Consumer Nostalgic, Consumer Ethnocentrism, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pepsodent. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 1–8.
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Motor Listrik menggunakan Metode SEM - PLS. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 6(2), 241–248. <https://doi.org/10.33379/gtech.v6i2.1685>