

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Rahman, T., & Lestari, P. (2021). *Inovasi Teknologi dan Pengaruhnya terhadap Industri 4.0 di Indonesia*. Surabaya: Penerbit Teknologi Masa Depan.
- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Akbar, A., Rahayu, N., & Yusuf, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Elektronik. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 19(4), 200–215.
- Ardiyansyah, N., & Purnama, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen*, 3(2), 323–345.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374>
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, M., Pratama, M., & Santoso, D. (2020). *Analisis Dampak Energi Terbarukan terhadap Pengurangan Emisi di Indonesia*. Bandung: Penerbit Energi Nusantara.
- Barker, J., & Hart, L. (2023). *Prinsip-Prinsip Manajemen Harga dalam Bisnis Modern*. Jakarta: Penerbit Bisnis Global.
- Coursehero. (2022). *Sejarah Mobil Listrik*. [www.Coursehero.Com](http://www.coursehero.com).
<https://www.coursehero.com/file/127943051/Sejarah-Mobil-Listrikpdf/>
- Creswell, D., & Creswell, J. W. (2018). *Qualitative, And Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Dinawan, P. (2010). Kualitas Produk dan Dimensi-Dimensinya. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 8(2), 112–124.
- Eldiansyah, R., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid Toyota Kijang Innova Zenix (Studi Kasus pada Masyarakat di Bandar Lampung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 130–138.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.13.2.130-138>
- Farhanah, A., & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, R. (2023). Tujuan Manajemen Pemasaran dalam Mengoptimalkan

- Strategi Bisnis. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 34–47.
- Fishendra, A. (2022). *Analisis Kualitas Produk dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Konsumen.
- Gaikindo.or.id. (2024). *Penjualan Wuling di Indonesia Naik 288 Persen, Confero Terlaris*. Www.Gaikindo.or.Id. <https://www.gaikindo.or.id/penjualan-wuling-di-indonesia-naik-288-persen-confero-terlaris/>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 25, Edisi 9, Cetakan Ke-9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 433–443. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i3.2517> 443
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2018). *Principles of Marketing*. New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. New York: Pearson Education.
- _____. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2022). *Managemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Panspana Buku.
- Mahira, L., Jaya, F., & Pratama, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Modern. *Jurnal Pemasaran Dan Manajemen*, 18(3), 145–160.
- Martini, A., Suharto, H., & Wijaya, R. (2021). Pengaruh Reputasi Kualitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar. *Jurnal Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 19(3), 150–165.
- Mokodompit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Mustafida, A. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

- terhadap Keputusan Pembelian pada Richeese Factory Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(5), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4570/4568>
- Ngatno, T. (2018). Peran Transaksi dalam Menciptakan Nilai bagi Kedua Belah Pihak dalam Hubungan Bisnis. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(3), 45–58.
- Nugraha, A. K. N. A., Krista, C. E., & Huruta, A. D. (2024). The Effect of Country Image, Brand Image, and Warranty Knowledge on Car Purchase Intentions: a Comparison of Use Situations. *Cogent Business and Management*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2332498>
- Nuryanti, Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 294–304. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Edunomika*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jie.v8i1.11945>
- Pradana, D. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Skripsi*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Pradnyani, N. (2022). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 14(1), 98–110.
- Pratama, D., & Ali, M. (2024). Pengaruh Produk Berkualitas Tinggi terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 21(1), 78–92.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Rahmawati, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rocket Chicken Cabang Demak). *Skripsi*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Semarang.
- Rifai, W. A., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Harga sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli iPhone). *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(4), 15–29.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sanjiwani, I. G., & Susana, N. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

- Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(4), 200–215.
- Sari, R. W., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Toko The Salon Shop Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(6), 1–20. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-emina/>
- Simbolon, A., Rahmawati, D., & Nugroho, B. (2022). *Perkembangan Kendaraan Listrik dan Kebijakan Pemerintah Menuju Era Transportasi Berbasis Listrik*. Jakarta: Penerbit Teknologi Hijau.
- Sudana, I. M., & Setianto, R. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS (Tim Perti I, Ed.)*. Jakarta : Erlangga.
- Sudarsono, A. (2020). Pentingnya Pengawasan dan Evaluasi dalam Proses Manajemen untuk Keberhasilan Organisasi. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 19(2), 112–125.
- Sudirman, I. (2019). Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pemasaran Dan Bisnis*, 18(2), 45–60.
- Sudjoko, C. (2021). Strategi Pemanfaatan Kendaraan Listrik Berkelanjutan sebagai Solusi untuk Mengurangi Emisi Karbon. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 2(2), 54–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jpmmpi.v2i2.70354>
- Sugiyono. (2018). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Ikapi.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Edisi Pertama*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *JIBM: Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, 5(1), 67–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2021). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, D. W. T., Darmawan, K., & Robustin, T. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Setia Kawan Stationery di Kabupaten Lumajang. *Jubman: Journal of Organization and*

Business Manajemen, 2(2), 128–134.

Wasiyem, H. P. (2021). *Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Perguruan Tinggi (Upaya Mewujudkan Good Citizenship)*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2022). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: Mcgraw-Hill Education.

