

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Z. (2010). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 23(2), 1–20.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Cengage Learning.
- Anggraeni, D., & Mudiarti, H. (2022). Pengaruh Regulasi PPN dan PPnBM serta Pendapatan Terhadap Minat Beli Kendaraan Bermotor Roda Empat (Mobil) di Indonesia. *Akuntansi: Jurnal Akuntansi Integratif*, 8(1).
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Apriliyanto, R. D., & Setyowati, L. (2023). Pengaruh PKB dan Harga terhadap Daya Beli Mobil di Kota Surabaya. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 170–187.

- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49–56.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Assael, H. (2005). *Consumer Behavior A Strategic Approach (2005 Indian)*. Dreamtech Press.
- Auto2000. (2023). *Perkembangan Teknologi Otomotif*. <https://auto2000.co.id/berita-dan-tips/perkembangan-teknologi-otomotif>
- Azhar, F., Lukita, C., & Sujaya, F. A. (2024). Pengaruh PPN, PPNBM, PKB Serta Pendapatan Terhadap Minat Beli Kendaraan Listrik Di Indonsia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 3881–3893.
- Azwina, R., Wardani, P., Sitanggang, F., & Silalahi, P. R. (2023). Strategi industri manufaktur dalam meningkatkan percepatan pertumbuhan ekonomi di indonesia. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 44–55.
- Boudreaux, D. J. (2019). *Peran Perdagangan Bebas dalam Menciptakan Kesejahteraan*.
- BPSJakarta. (2024). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan Unit di Provinsi DKI Jakarta*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/17/786/1/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis-kendaraan-unit-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Dariah, A. R. (2005). Perdagangan Bebas: Idealisme Dan Realitas. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 21(1), 115–126.
- databoks. (2023). *10 Negara dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia Pertengahan*

2023.

Daud, M., Artono, A., & Prastiti, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kadiri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(1).

DELVIA ADITIA, V. (2018). *PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BEKASI*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Dharmawan, I. P., Kumara, I. N. S., & Budiastra, I. N. (2021). Perkembangan Infrastruktur Pengisian Baterai Kendaraan Listrik Di Indonesia. *Jurnal Spektrum*, 8(3).

Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS Quarterly*, 39(2), 297–316.

Firdaus, F. Z., Suryanti, S., & Azizah, U. (2020). Pengembangan multimedia interaktif berbasis pendekatan sets untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis siswa sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 4(3), 681–689.

Gaikindo. (2024). *Pentingnya Mendongkrak Daya Beli Produk Otomotif di tengah Krisis Akibat Pandemi*. <https://www.gaikindo.or.id/pentingnya-mendongrak-daya-beli-produk-otomotif-di-tengah-krisis-akibat-pandemi/>

Ganyang, M. T. (2019). Pengaruh promosi penjualan dan brand knowledge terhadap minat beli sepeda motor Yamaha. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 71–80.

Hasan, I. (2004). *Analisis data penelitian dengan statistik*.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant

validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.

Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.

Jannah, N. M., & Supadmi, N. L. (2021). The effect of the imposition of value added tax and sales tax on goodsluxury for consumer purchasing power. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5.

Jaya, K. P. P. S. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli*.

Kasali, R. (1995). *Manajemen periklanan*. Jakarta: Grafiti.

Kotler, A., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* Erlangga Jakarta. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, Edisi 14*, Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Principles Of Marketing, Edisi, 14*.

Kurniawan, E. (2020). *Industri Otomotif Berdampak Terhadap Ekonomi Nasional*.
<https://www.gaikindo.or.id/industri-otomotif-berdampak-terhadap-ekonomi-nasional/>

Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik Dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling*. nd.

Muslikah, N. A., Haryono, A. T., & Harini, C. (2018). Pengaruh Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Dengan Kinerja Usaha (Pengusaha) Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada Ukm Mebel Di Desa Kembang Kab. Jepara). *Journal of Management*, 4(4).

- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls*. Pascal Books.
- Nuha, M. S., & Suhartini, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(4), 39–48.
- Perneger, T. V, Courvoisier, D. S., Hudelson, P. M., & Gayet-Ageron, A. (2015). Sample size for pre-tests of questionnaires. *Quality of Life Research*, 24, 147–151.
- Pratama, R. (2020). *Kendaraan Listrik di Mata Masyarakat Indonesia*.
<https://oto.detik.com/mobil/d-4243167/kendaraan-listrik-di-mata-masyarakat-indonesia>
- Purwohedi, U. (2022). *Metode Penelitian: Prinsip dan Praktik*.
- Putri, D. L., & Nugroho, R. S. (2024). 3 Provinsi Gelar Pemutihan Pajak Kendaraan. <https://www.kompas.com/tren/read/2024/04/04/063000865/3-provinsi-gelar-pemutihan-pajak-kendaraan-april-2024-mana-saja-?page=all>
- Ratnasari, I. A. P., & Setiawan, P. E. (2016). Pengaruh pajak pertambahan nilai dan pajak kendaraan bermotor tarif progresif terhadap daya beli kendaraan di Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15, 887–914.
- Reza, M. (2024). *Mobil Hybrid diberi insentif, Pasar Mobil Listrik Tetap Tumbuh*.
<https://www.mgmotor.id/news/keuntungan-pajak-dan-insentif-pemilik-mobil-listrik>
- Rokhmawati, H. N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh harga, iklan dan citra merek terhadap minat beli Honda Scoopy di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526.
- Safriadi, S., & Hardyaningwati, H. (2019). Pengaruh Atribut Produk Dan Iklan Terhadap Minat

Beli Kendaraan Bermotor Jenis Metic Merek Honda Pada Pt. Astra Honda Motor Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah WIDYA*. <https://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/jurnal-ilmiah/article/view/278>

Santoso, A. T., & Ratnawati, J. (2023). PENGARUH PPN, PPnBM, DAN PKB DENGAN TARIF PROGRESIF TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT DI KOTA SEMARANG. *Akuntansi Dewantara*, 7(1), 88–98.

Septiana, R. (2024). *Pemerintah Getol Guyur Insentif Mobil Listrik*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240301151817-4-518961/pemerintah-getol-guyur-insentif-mobil-listrik-untuk-apa>

Shinta, A. (2011). *Ilmu Usahatani*. Malang. Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Sianipar, R. C. J., Kotel, P. A., & Pratama, A. P. (2023). Kinerja Industri Manufaktur pada Masa Pandemi Covid-19. *PARAHYANGAN ECONOMIC DEVELOPMENT REVIEW*, 2(1), 16–28.

Simak, A. H., Saerang, I. S., & Jan, A. B. H. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Study pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2377–2384.

Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

Suyaman, D. J., Andriani, E. F., Alifiana, S., Juniar, D., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan*

Ekonomi Syariah), 4(1), 472–587.

Swastha, B. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Liberty.

Tahir, B., & Sugiarto, S. (2023). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT Astra Motor Honda Cabang Makassar. *Insan Cita Bongaya Research Journal*, 91–101.

Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84.

Ulya, H. (2022). *Efektivitas Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Membayar Pajak dalam Perspektif Masalah Mursalah (Studi Kasus Pada Kantor Bersama SAMSAT Natal)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

