

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah et al. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Annisa, S. M., & Jadmiko, P. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Green Purchase Intention*. *Istithmar*, 7(1), 1-10.
- Avania, R. G., & Umbara, T. (2024). *Pengaruh Persepsi Resiko Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Motor Listrik Di Indonesia*. *eProceedings of Management*, 11(6).
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). *Enhance Green Purchase Intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust*. *Management decision*, 50(3), 502-520.
- https://maka-motors.com/article/macam-macam-motor-listrik-terlaris-di-pasar-indonesia-saat-ini?utm_source=chatgpt.com
- Irvania, V. A. (2022). *Pengaruh perceived usefulness, trust dan perceived risk terhadap purchase intention pengguna shopee*. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(1).
- Irvania, V. A., Udayana, I. B. N., & Fadhilah, M. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pengguna Shopee*. *Jurnal AKMENIKA*, 19(1), 622–630.
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). *The components of perceived risk*. *ACR special volumes*.
- Katadata Insight Center. (2021). *Alasan Konsumen Indonesia Membeli Produk Berkelanjutan*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/8ab50ad7cb35fb6/ini-alasan-konsumen-indonesia-beli-produk-berkelanjutan>
- Kompas. (2022, 4 September). *Dilirik Usai BBM Naik, Ini 9 Kelebihan dan Kekurangan Motor Listrik*. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/09/04/160100165/dilirik-usai-bbm-naik-ini-9-kelebihan-dan-kekurangan-motor-listrik?page=all>
- Kompasiana. (2023). *Mencari penyebab kurang diminatinya motor listrik di Indonesia*. <https://www.kompasiana.com/turnadlenggoginta5356/65b3c3a912d50f176>

[e783753/mencari-penyebab-kurang-diminatinya-motor-listrik-di-indonesia](#)

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Philip Kotler*. Astromax Entertainment.
- Kusumawati, A., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh green perceived risk dan green packaging terhadap green purchase intention pada produk skincare avoskin: studi pada konsumen terhadap niat beli produk avoskin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2071-2084.
- Liliani, P. (2020). *Analisis Faktor Yang Memengaruhi Niat Pengguna Pada Gopay Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 44–60. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.114>.
- Maka Motors. (2025). *Macam-macam Motor Listrik Terlaris di Pasar Indonesia Saat Ini*. Diambil dari <https://maka-motors.com/article/macam-macam-motor-listrik-terlaris-di-pasar-indonesia-saat-ini>
- Pristiandaru, D. L. (2025, Maret 7). *Makin Panas, Suhu Februari 2025 Naik 1,59 Derajat Celsius*. Kompas.com. <https://lestari.kompas.com/read/2025/03/07/190000086/makin-panas-suhu-februari-2025-naik-1-59-derajat-celsius>
- Rahardjo, Felix Aprilio. (2015). “The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust towards Green Purchase Intention of Inverter Air Conditioner in Surabaya.” *IBuss Management* 3 (2): 252–60.
- Rahmawati, E., & Setyawati, H. A. (2023). *Pengaruh green brand knowledge dan environmental concern terhadap green purchase intention melalui green attitude pada produk The Body Shop*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), 387-408.
- Sahir, S., H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia
- Salehudin, I. (2012). Perceived purchase risk in the technological goods purchase context: An instrument development and validation. *International Journal of Research on Commerce, IT and Management*, 2(1).
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee.

- Sandi, A., dkk. (2021). Toward Green purchase intention in Eco-Friendly Products: The Role of Green Advertising Effectiveness, Green Perceived Value and Green Trust. *Review of International Geographical Education Online*, 11(8), 2464-2479.
- Sandi, A., dkk. (2021). Toward Green purchase intention in Eco-Friendly Products: The Role of Green Advertising Effectiveness, Green Perceived Value and Green Trust. Review of International Geographical Education Online, 11(8), 2464-2479.*
- Sandi, A., Sylviyanti, H. S., Aulia, N. T., Amareta, N., & Munawar, F. (2021). Toward Green Purchase Intention in EcoFriendly Product: The Role of Green Advertising Effectiveness, Green Perceived Value and Green Trust. Rigeo, 11(8).*
- Sari HR, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (studi kasus pada mahasiswa di Kota Padang). Menara Ekonomi, VI(2), 1–11.*
- Sari, M. K., & Budi, R. R. (2025, May). Analisis Pengaruh Green Perceived Risk, Green Perceived Value Dan Green Product Knowledge Terhadap Green Purchase Intention Pada Kendaraan Listrik (Studi: Masyarakat Jawa Tengah). In *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 7, No. 1, pp. 105-120).
- Sari, S. L., & Ratnaningsih, I. Z. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan intensi cyberloafing pada pegawai dinas x Provinsi Jawa Tengah. Jurnal Empati, 7(2), 572-574.*
- Schiffman, Leon G., and Kanuk, Leslie Lazar, et al., 2008. Costumer Behavior. Edisi 7. Pearson Education Australia.*
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tuti 1301. (2024, Agustus 22). *Tren Konsumsi Ramah Lingkungan: Generasi Z Indonesia Menjadi Penggerak Utama*. Kompasiana.com. <https://www.kompasiana.com/tuti13012100/66c739cac9>

25c45e742856e2/tren-konsumsi-ramah-lingkungan-generasi-z-indonesia-menjadi-penggerak-utama

United Motor. (2023, 14 September). 9 Kelebihan Motor Listrik yang Bakal Bikin Kamu Tertarik. <https://unitedmotor.co.id/9-kelebihan-motor-listrik-yang-bakal-bikin-kamu-tertarik/>

Utama, E. A. P., & Komara, E. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(3), 90-101.

Viva. (2024, 4 Oktober). AISI Lihat Masyarakat Belum Percaya Penuh dengan Motor Listrik karena Hal Ini. <https://www.viva.co.id/otomotif/motor/1758121-aisi-lihat-masyarakat-belum-percaya-penuh-dengan-motor-listrik-karena-hal-ini>

Wati, V., & Rijali, N. F. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong. *JAPB*, 7(2), 1969-1982.

Wati, V., & Rijali, N. F. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong. *JAPB*, 7(2), 1969-1982.

Wijekoon, R., & Sabri, M. F. (2021). Determinants that influence green product purchase intention and behavior: A literature review and guiding framework. *Sustainability*, 13(11), 6219.

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). On the factors influencing green purchase intention: A meta-analysis approach. *Frontiers in Psychology*, 12, 1074. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.601386>

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). On the factors influencing green purchase intention: A meta-analysis approach. *Frontiers In Psychology*, 12, 1074.