

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A.,dkk. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik. Get Press Indonesia.
- Ajzen, I. dalam Fitriana, L. (2021). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Marketing* . Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Aprilianti. (2023). Green Marketing Dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. 7(1), 121.
- Ardiansya, M.F. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*. 1(10), 1419-1430.
- Ariestania, AR, & Adriyanto, AT (2024). *Pemasaran ramah lingkungan dalam membentuk keputusan pembelian* . Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 11(1), 45–55.
- Chang, L. (2011). *Evaluasi psikometrik skala Likert 4 poin dan 6 poin dalam kaitannya dengan reliabilitas dan validitas* . Universitas Central Florida
- Creswell, J. W., & Creswell, D. J. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative adn Mixed Methods Approaches (5th ed.). Sage Publications, Inc.

- Djaslim, S. (2012). *Manajemen pemasaran* (hlm. 130–132). CV. Linda Karya.
- Donald R. Cooper dan C. Wiliam Emory, *Metode Penelitian Bisnis Jilid 1*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2006)
- Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh harga produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 2(1).
- Ginsberg, J. M., & Bloom, P. N. (2004). Choosing the right green marketing strategy. *MIT Sloan Management Review*, 46(1), 79–84.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2010). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.
- Hanan, F., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh promosi penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai kopi di Sumbawa Besar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 10–13.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.

International Energy Agency. (2023). *Global EV outlook 2023*.

<https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2023>

Imam Suprayogo, *Metode Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal 6.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, KL (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Erlangga.

Kurniawan, R. (2022). Challenges of EV adoption in rural Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Lingkungan*, 14(2), 112–125.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.

Nasution, AE. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis)*, 1(1), 165-173.

Palupi, D. (2023). *Keputusan pembelian dalam memediasi green promosi dan green price terhadap kepuasan konsumen*. *Jurnal Ekobis*, 24(2), 123–134.

Polonsky, M. J. (1994). *An introduction to green marketing*. University of Newcastle, Australia.

Puspita, R., & Sari, D. (2020). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk elektronik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(2), 123–134.

- Rahmawati, S., & Kurniawan, A. (2019). Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk hijau. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 2(1), 45–56.
- Sarwono, J. (2018). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Suluh Media.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Prentice Hall.
- Setiadi Erwin. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Syirup Monin Pada PT Kharisma Sukses Gemilang*. Skripsi. 122.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson.
- S. Pridana dan D. Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Tenggerang: Pascal Books, 2021), 159.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip pemasaran* (7th ed.). Erlangga.
- Subhaktiyasa, Putu Gede. 2024. Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

- Sutrayani, *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar*, Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019, hlm 41.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2008). *Manajemen pemasaran modern* (Edisi ke-2). Liberty.
- Swastha, B., & Handoko, TH (2011). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. BPFE-Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- U.S. Department of Energy. (2023). *Policies supporting electric vehicles*.
<https://afdc.energy.gov/laws/>
- Uwinfly Indonesia. (2025). *Produk motor listrik Uwinfly*.
<https://www.uwinfly.co.id>
- Yahya, M.Z., & Sukandi,P. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi*, 20(1), 623-635.