

DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, Z., Meidea, I., Dewi, R. S., & Prabawani, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Brand Switching Melalui Ketidakpuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Brand Switching Laptop Merek Asus ke Merek Lain di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Diponegoro*, 13(1), 186–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2024.40567>
- Dananjaya, D., & Ferdian, A. (2024). *Daftar Motor Listrik Terlaris 2024*. Kompas.Com. <https://otomotif.kompas.com/read/2024/12/29/160100115/daftar-motor-listrik-terlaris-tahun-2024>
- Dinanda, Purnamasari, F., & Nurhayati. (2025). Pengaruh Consumer Dissatisfaction Dan Persepsi Harga Terhadap Keinginan Berpindah Merek Provider Indosat Ke Xl Axiata Melalui Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(7), 68. <https://doi.org/10.62281>
- Fitri, A. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga Ketidakpuasan Konsumen dan Citra Merek Terhadap Perpindahan Merek Sepeda Motor Merek Mio ke Sepeda Motor Merek Beat di Kabupaten Bireuen*. <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/1979>
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality Harvard Business Review Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 87603, 17 y 50–51. <https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Handalu, P. R. (2021). Pengaruh Atribut Produk Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Merk a Ke Sepeda Motor Merk B Di Yogyakarta. *Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 88–95. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i2.4342>
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Harvard University Press.
- IEA, I. E. A. (2023). *Global EV Outlook 2023: Catching up with climate ambitions*. www.iea.org
- Indriani, A. R., & Pasharibu, Y. (2020). PENGARUH Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan eWOM Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Galaxy Series yang Berpindah ke iPhone). *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 2 Mei 2020 PENGARUH*, 47(3).
- Jannah. (2025). *Polytron Dominasi 30 Persen Pangsa Pasar Motor Listrik di*

- Indonesia*. Finansial Insight.
<https://finansialinsight.com/detail/45571/polytron-dominasi-30-persen-pangsa-pasar-motor-listrik-di-indonesia>
- Katadata. (2023). *Laporan Riset Motor Listrik Indonesia 2023*. Katadata Insight Center. <https://katadata.co.id/insight/2023/08/01/laporan-ri-set-pasar-motor-listrik-indonesia-2023>
- Keaveney, S. M. (1995). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(2).
<https://doi.org/10.2307/1252074>
- Kemenperin. (2024a). *Beli Motor Listrik Dapat Bantuan Pemerintah Rp7 Juta, Ini Syaratnya*. Kemenperin. <https://kemenperin.go.id/artikel/23930/Beli-Motor-Listrik-Dapat-Bantuan-Pemerintah-Rp7-Juta,-Ini-Syaratnya>
- Kemenperin. (2024b). *Kemenperin: Penjualan Motor Listrik Bersubsidi Sudah 60,1% dari Target*. Kontan. <https://industri.kontan.co.id/news/kemenperin-penjualan-motor-listrik-bersubsidi-sudah-601-dari-target>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Principles of Marketing. *World Wide Web Internet And Web Information Systems*, 42. <https://doi.org/10.2307/1250103>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15e édition. In *New Jersey: Pearson Education*.
- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal of Marketing Research*, 30(2). <https://doi.org/10.2307/3172830>
- Narendiran, V., & Vetrivel, V. (2024). *Consumer Perception of Post-Purchase Experience on Electric Vehicle Owners in Chennai City* (Issue Dtbnnf 2024). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-433-4_15
- Nugraha, M. I., Furkan, L., & Permadi, L. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Pengalaman Pelanggan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek Honda Pcx Ke Yamaha Nmax Di Kota Mataram. *Unram Management Review*, 2(4).
https://unram.sgp1.digitaloceanspaces.com/simlitabmas/kinerja/penelitian/jurnal/197506082006041001-1672889002-2__jurnal_indra_nugraha.pdf
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2009). Consumer Behavior & Marketing Strategy. In *Dana*.
- Polytron. (2025). *No Title*. Polytron.
https://karir.polytron.co.id/Tentang_kami#:~:text=Polytron berdiri,ke depan.
- Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2021). Model Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 151–163.

<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7305>

- Ryu, J. W., Han, S. L., & Park, T. (2023). An exploratory study of consumer switching behavior in platform businesses: A mixed methods approach. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(6). <https://doi.org/10.1002/cb.2220>
- Salvariza, M., & Indriani, F. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP BRAND SWITCHING (Studi Pada Konsumen Produk Smartphone Samsung Di DKI Jakarta Yang Berpindah Merek). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/41786>
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue April).
- Sisapira. (2024). *Sistem Informasi Bantuan Pembelian Kendaraan Bermotor Listrik Roda Dua*. Sisapira. <https://landing.sisapira.id/>
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*. <https://doi.org/WWW.cvalfabeta.com>
- Sunardi, Mulyo, J. H., Irham, & Jamhari. (2023). Assessing brand switching level and behaviour of growing-up milk products in Java: A structural equation modeling and multigroup analysis. *Heliyon*, 9(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15969>
- Tempo. (2025). *Penjualan Sepeda Motor Listrik di Indonesia*. Tempo. <https://www.tempo.co/data/data/penjualan-sepeda-motor-listrik-di-indonesia-1206246>
- Widargo, S. A., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Pasca Konsumsi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Indihome. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4246>
- Yazlisa, T., & Basiya, R. (2023). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Word Of Mouth Terhadap Perpindahan Merek Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Semarang. *YUME : Journal of Management*, 6(2).
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- Zola, G., Siska, ;, Nugraheni, D., Andhien, ;, Rosiana, A., Dzamar, ;, Pambudy, A., & Agustanta, N. (2023). Inovasi kendaraan listrik sebagai upaya meningkatkan kelestarian lingkungan dan mendorong pertumbuhan ekonomi hijau di Indonesia. *Ekonomi Sumberdaya Dan Lingkungan*, 11(3), 2303–1220.