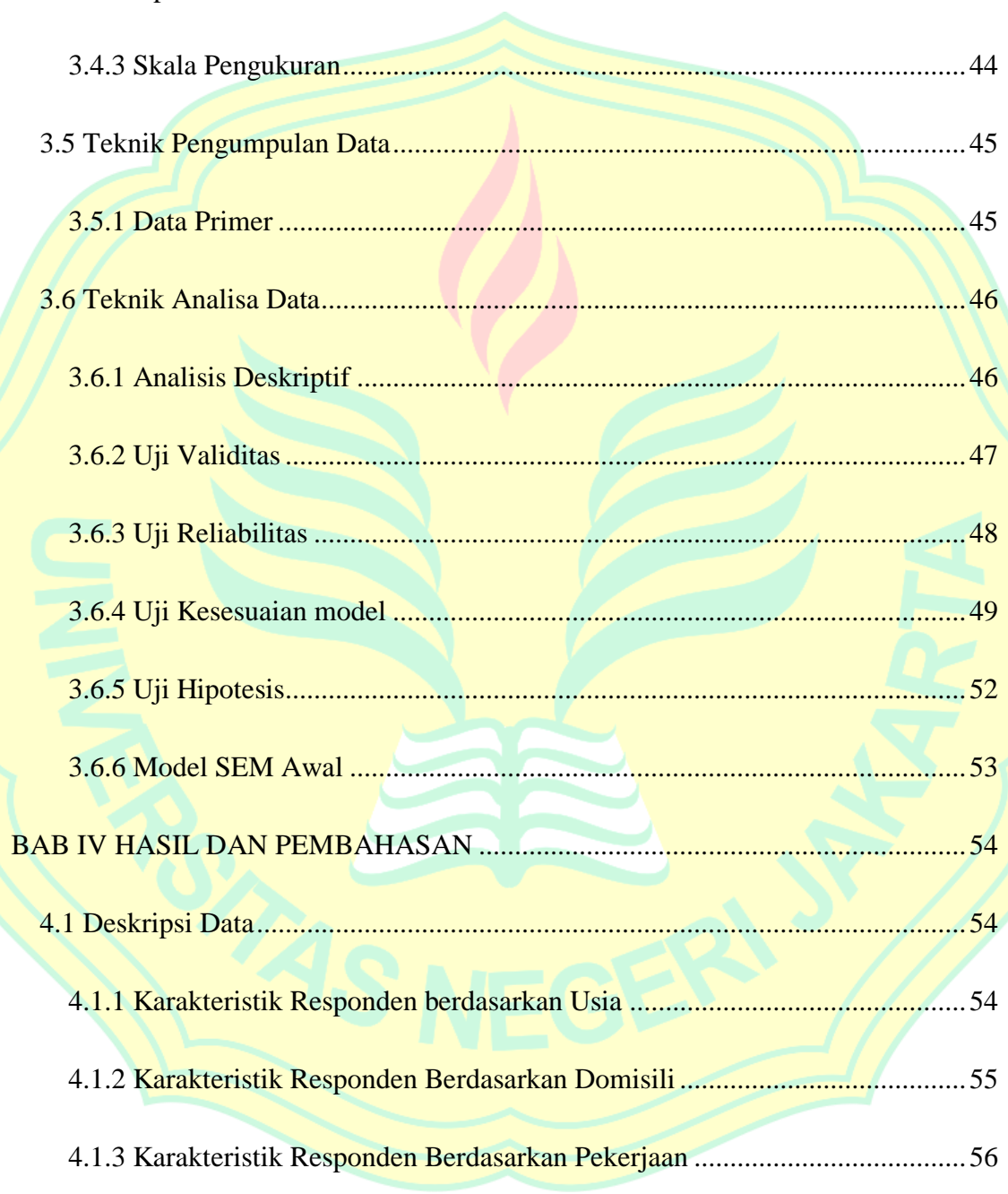


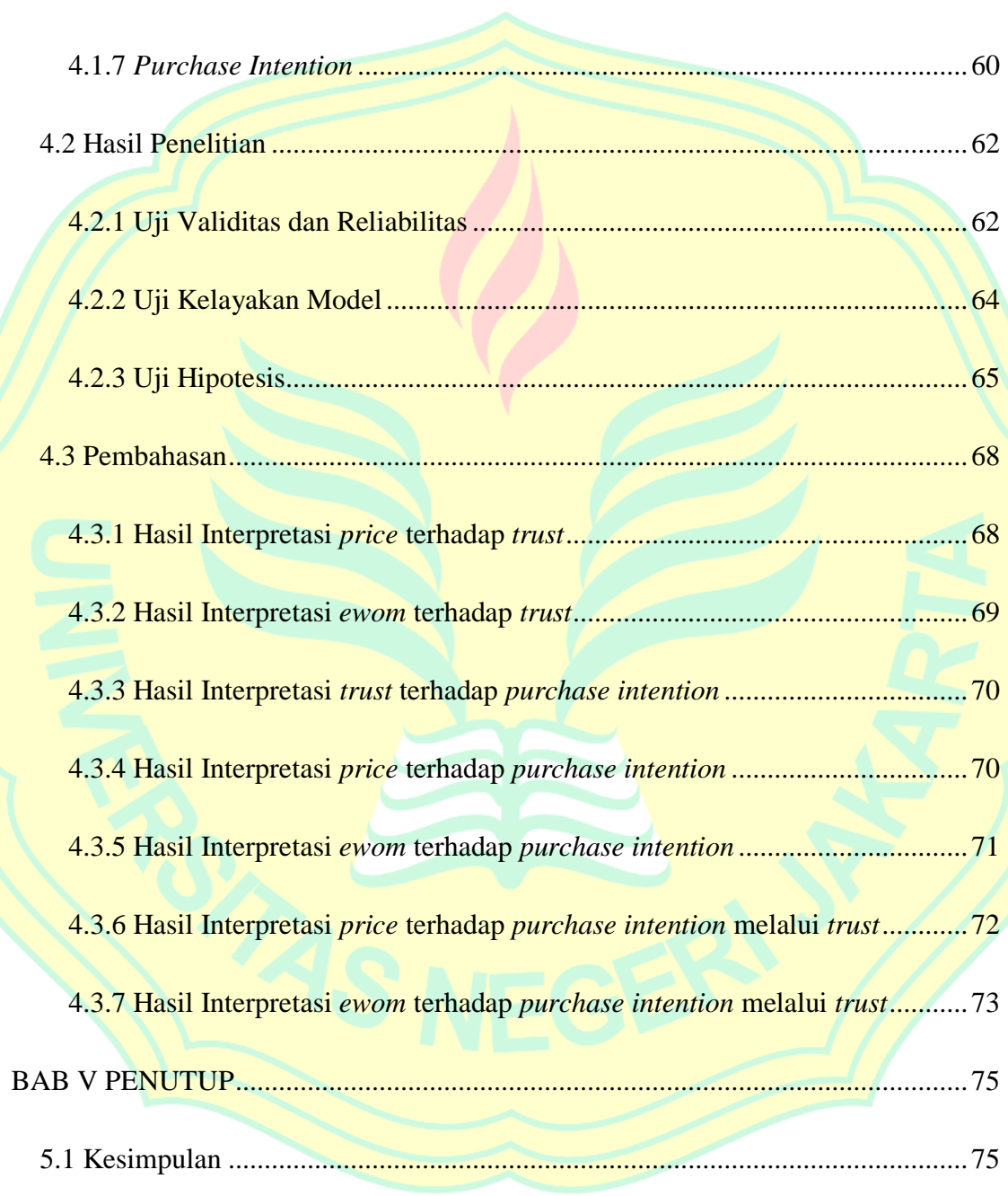
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11

2.1 Teori Pendukung.....	11
2.1.1 <i>Theory of planned behavior</i>	11
<i>Theory of planned behavior</i>	11
2.1.2 <i>Technology acceptance model</i>	11
2.1.3 <i>Purchase Intention (Z)</i>	12
2.1.2 <i>Price (X1)</i>	15
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (X2)</i>	19
2.1.4 <i>Trust (Y)</i>	21
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Penelitian terdahulu.....	23
2.2.3 Kerangka teori.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.2 Desain Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sample.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Pengembangan Instrumen	39



3.4.1 Variabel.....	39
3.4.2 Operasional Variabel.....	40
3.4.3 Skala Pengukuran.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Data Primer	45
3.6 Teknik Analisa Data.....	46
3.6.1 Analisis Deskriptif	46
3.6.2 Uji Validitas	47
3.6.3 Uji Reliabilitas	48
3.6.4 Uji Kesesuaian model	49
3.6.5 Uji Hipotesis.....	52
3.6.6 Model SEM Awal	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Data.....	54
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.4 <i>Price</i>	56

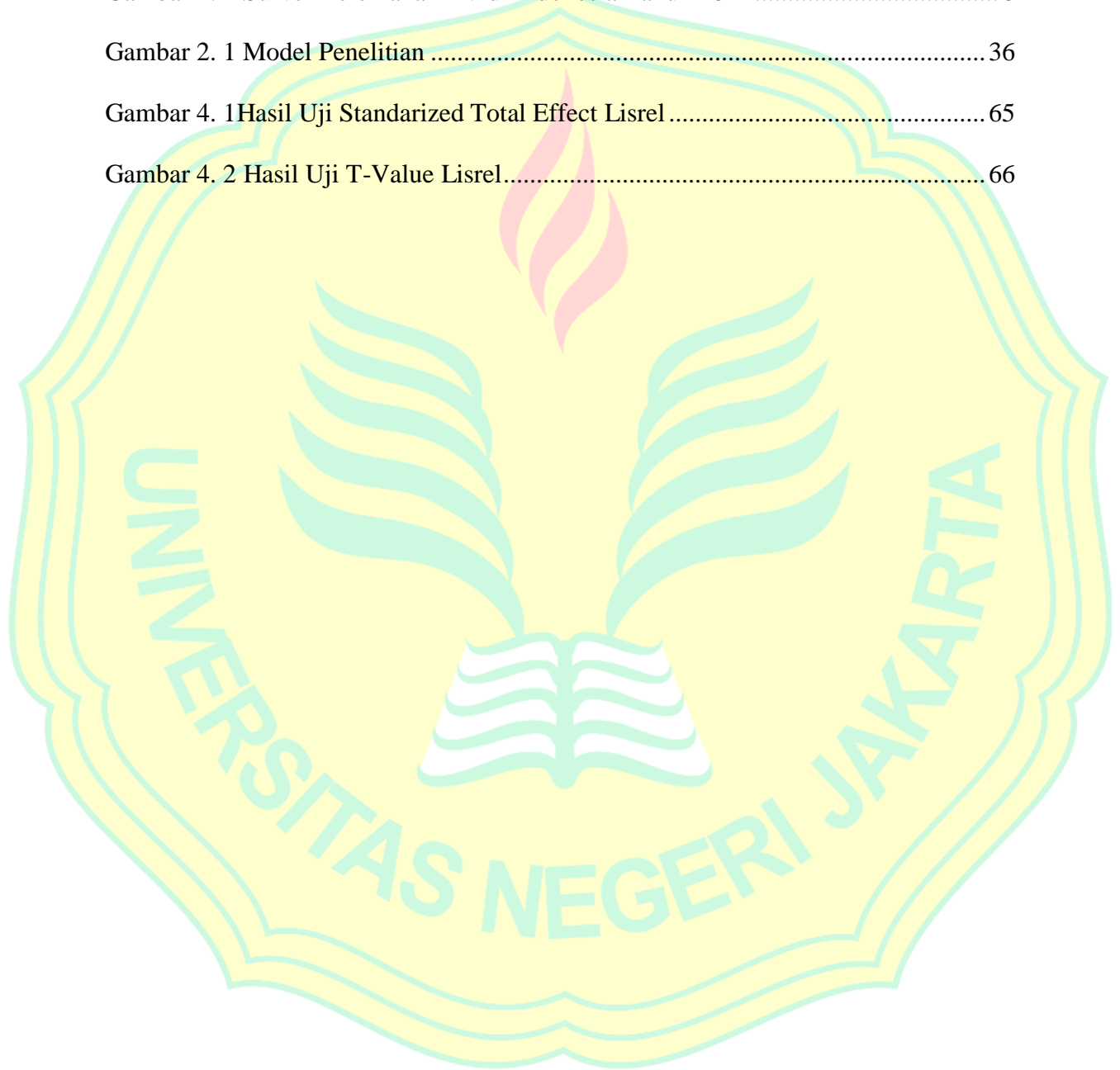


4.1.5 <i>Ewom</i>	57
4.1.6 <i>Trust</i>	59
4.1.7 <i>Purchase Intention</i>	60
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.2.2 Uji Kelayakan Model	64
4.2.3 Uji Hipotesis.....	65
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1 Hasil Interpretasi <i>price</i> terhadap <i>trust</i>	68
4.3.2 Hasil Interpretasi <i>ewom</i> terhadap <i>trust</i>	69
4.3.3 Hasil Interpretasi <i>trust</i> terhadap <i>purchase intention</i>	70
4.3.4 Hasil Interpretasi <i>price</i> terhadap <i>purchase intention</i>	70
4.3.5 Hasil Interpretasi <i>ewom</i> terhadap <i>purchase intention</i>	71
4.3.6 Hasil Interpretasi <i>price</i> terhadap <i>purchase intention</i> melalui <i>trust</i>	72
4.3.7 Hasil Interpretasi <i>ewom</i> terhadap <i>purchase intention</i> melalui <i>trust</i>	73
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Implikasi.....	77

5.2.1 Implikasi teoritis.....	77
5.2.2 Implikasi Praktis.....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	90
Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 1 Uji Validitas <i>Price</i>	100
Lampiran 2 Uji Validitas <i>Ewom</i>	101
Lampiran 3 Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	102
Lampiran 4 Uji Validitas <i>Consumer trust</i>	103
Lampiran 5 Uji Reliabilitas <i>Price</i>	104
Lampiran 6 Uji Reliabilitas <i>Ewom</i>	104
Lampiran 7 Uji Reliabilitas <i>Consumer trust</i>	105
Lampiran 8 Uji Reliabilitas <i>Purchase Intention</i>	105
Lampiran 9 Hasil Uji SEM LISREL 8.8.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Survei Kelemahan EV di Indonesia Tahun 2022	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Standarized Total Effect Lisrel	65
Gambar 4. 2 Hasil Uji T-Value Lisrel.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga Mobil Listrik di Indonesia.....	4
Tabel 1. 2 Data Ulasan E-WoM Wuling Air EV	5
Tabel 3. 1 Operasional Variabel <i>Price</i>	40
Tabel 3. 2 Operasional variabel Purchase Intention.....	43
Tabel 3. 3 Skala Likert	45
Tabel 3. 4 interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi	49
Tabel 4. 1 Data Usia Responden.....	54
Tabel 4. 2 Data Domisili Responden	55
Tabel 4. 3 Data Status Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Price	56
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Ewom.....	58
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Trust.....	59
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Purchase Intention	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 10 Tabel Goodness of Fit Indices	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas <i>Price</i>	100
Lampiran 2 Uji Validitas <i>Ewom</i>	101
Lampiran 3 Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	102
Lampiran 4 Uji Validitas <i>Consumer trust</i>	103
Lampiran 5 Uji Reliabilitas <i>Price</i>	104
Lampiran 6 Uji Reliabilitas <i>Ewom</i>	104
Lampiran 7 Uji Reliabilitas <i>Consumer trust</i>	105
Lampiran 8 Uji Reliabilitas <i>Purchase Intention</i>	105
Lampiran 9 Hasil Uji SEM LISREL 8.8.....	106

