

Daftar Pustaka

- Agresti, A. (2021). *An Introduction to Categorical Data Analysis (3rd ed.)*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alamsyah, D. &. (2023). Persepsi Konsumen terhadap Kendaraan Listrik di Jakarta: Analisis Nilai dan Risiko. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 10(1), 55-66.
- Anggraini, N. P. (2022). Pengaruh Green Brand Image dan Green Trust terhadap Green Purchase Intention pada Layanan Transportasi Online. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4), 780-800.
- Anshori, L. (2020, Desember 18). *Tahun 2025, Ojol dan Taksol Bakal Pakai 26 Ribu Kendaraan Listrik*. From DetikOto: <https://oto.detik.com/berita/d-5300045/tahun-2025-ojol-dan-taksol-bakal-pakai-26-ribu-unit-kendaraan-listrik>
- Ardyan, E. (2021). Niat Menggunakan Mobil Listrik di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Siasat Bisnis*, 25(2), 112-126.
- Ar-Razy, A. A. (2025). Analisis Perbandingan Pemakaian Mobil Listrik dan Mobil Konvensional di Indonesia dari Segi Keunggulan dan Biaya. *Jurnal Angka*, 1-7.
- BPS, P. D. (2024). Statistik Transportasi Provinsi DKI Jakarta. *BPS Provinsi DKI Jakarta*, 12.
- Chen, Y. S. (2010). The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319.
- Chen, Y. S. (2012). Enhance Green Purchase Intentions: The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust. *Management Decision*, 50(3), 502-520.
- Chen, Y. S. (2013). Towards Green Trust: The Influences of Green Perceived Quality, Green Perceived Risk, and Green Satisfaction. *Management Decision*, 51(1), 63-82.
- Cooper, D. R. (2014). *Business Research Methods (12th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Dewi, S. A. (2017). Peran Green Trust dalam Memediasi Pengaruh Green Perceived Value dan Green Perceived Risk terhadap Green Repurchase Intention. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 45-56.
- Dzikri Firmansyah Hakama, S. J. (2024). Electric vehicle adoption in Indonesia: Lesson learned from developed and developing countries. *Sustainable Futures*, 1-13.
- Fauzi, H. &. (2021). Determinan Adopsi Layanan Ride-Hailing Listrik di Kota Besar Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(3), 245-260.
- Field, A. (2023). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (6th ed.)*. SAGE Publications.
- Field, A. (2023). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (6th ed.)*. London: SAGE Publications.
- Fishbein, M. &. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gianfranco Zola, S. D. (2023). Inovasi kendaraan listrik sebagai upaya meningkatkan kelestarian lingkungan dan mendorong pertumbuhan ekonomi hijau di Indonesia. *e-Jurnal Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan*, 1-12.
- Gunarso, G. (2023). Why Do Consumers Use Ride-Hailing? Evidence from China and Indonesia. *Binus Business Review*, 1-22.
- Hair, J. F. (2020). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Hampshire: Cengage Learning.
- Hakama, J. &. (2024). Electric vehicle adoption in Indonesia: Lesson learned from developed and developing countries. *Sustainable Futures*, 1-13.
- Handayani, T. &. (2022). Pengaruh Green Perceived Value dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 34-48.
- Hartono, B. (2023). Green Marketing: Strategi Memenangkan Hati Konsumen Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Haryanto, J. O. (2020). Efektivitas Iklan Hijau dalam Membentuk Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 150-165.
- Hennig-Thurau, T. G. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- Indonesia, G. (2023). Laporan Dampak Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG). *Grab Holdings Ltd*, Jakarta.
- Jakarta, B. P. (2024). *Statistik Transportasi Provinsi DKI Jakarta 2023 (Vol. 16)*. Jakarta: BPS Provinsi DKI Jakarta.
- Ketut Donny Surya Putra, N. M. (2017). PENGARUH GREEN PERCEIVED VALUE DAN GREEN PERCEIVED QUALITY TERHADAP GREEN SATISFACTION DAN GREEN TRUST. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2789-2816.
- Kim, J. &. (2023). Adoption Intention of Electric Ride-Hailing Services: The Role of Environmental Value and Green Trust. *Sustainability*, 15(4), 1-15.
- Kim, Y. &. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel - a modification of the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997-1014.
- Kotler, P. &. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. London: Pearson Education.
- Kurniawan, A. &. (2020). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Green Perceived Value terhadap Niat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 95-105.
- Kurniawan, R. (2023, 02 11). *Ini Daftar Wilayah Paling Padat Kendaraan di Jakarta dan Sekitarnya*. From Kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2023/02/11/170200215/ini-daftar-wilayah-paling-padat-kendaraan-di-jakarta-dan-sekitarnya>
- Lemeshow, S. H. (1997). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. Chichester: John Wiley & Sons / World Health Organization.
- Nabila Anggarina Primastuti, A. Y. (2021). Studi Literature : Penerapan Green Transportation Untuk Mewujudkan Kota Hijau Dan Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Ruang*, 1-16.
- Ni Putu Candradita Revita Sudita, N. W. (2018). PENGARUH GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP GREEN REPURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH GREEN TRUST. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 11, 5846 – 5873.

- Ni Putu Candradita Revita Sudita, N. W. (2018). PENGARUH GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP GREEN REPURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH GREEN TRUST. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5846-5873.
- Noviansah, W. (2023, 08 25). *Polisi: Ada 23 Juta Kendaraan di Jakarta 2023, Naik 2-3% Tiap Tahun*. From DetikNews: <https://news.detik.com/berita/d-6895291/polisi-ada-23-juta-kendaraan-di-jakarta-2023-naik-2-3-tiap-tahun?single=1>
- Nugraha, A. P. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobil Listrik Berbasis Aplikasi di Jabodetabek. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(1), 12-25.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd ed.)*. New York: M.E. Sharpe.
- Paul, J. M. (2016). Predicting Green Product Consumption Using Theory of Planned Behavior and Reasoned Action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123-134.
- PPN/Bappenas, 2. K. (2023). Dampak Polusi Udara dari Transportasi terhadap Kesehatan di Indonesia. 5.
- Prasetio, D. A. (2020, 02 11). Pengaruh Green Marketing, Green Perceived Value, dan Green Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 132-145. From otomotif.kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2023/02/11/170200215/ini-daftar-wilayah-paling-padat-kendaraan-di-jakarta-dan-sekitarnya>
- Pratama, R. Y. (2024). Tren Penggunaan Transportasi Berkelanjutan di Kawasan Metropolitan Jakarta. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 35(1), 1-15.
- Putra, R. &. (2021). Peran Kepercayaan Hijau dalam Memediasi Hubungan antara Nilai Hijau dan Niat Beli. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 88-102.
- Putra, T. H. (2022). Pengaruh Green Perceived Value, Brand Image, dan Green Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 112-125.
- Rahman, A. &. (2021). Determinan Adopsi Layanan Ride-Hailing Listrik di Kota Besar Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(3), 245-260.
- Rai, T. &. (2025). Green Marketing Strategies: Assessing Consumer Perceptions and Preferences towards Sustainable Products and Brands. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 1-16.
- Riko Adi Wicaksono, S. H. (2023). Pengaruh Green Perceived Value dan Green Perceived Risk Terhadap Green Purchase Intention yang Dimediasi Green Trust. *Jurnal Ilmiah Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*, 263-272.
- Saputra, H. &. (2021). The Effect of Green Perceived Value and Green Perceived Risk on Green Trust and Green Purchase Intention. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 5(3), 1-12.
- Sarstedt, M. R. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3*. Cham: Springer.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, N. C. (2021). Peran Green Perceived Value dan Green Trust dalam Membangun Niat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 1-12.
- Susanto, E. &. (2021). Dukungan Pemerintah dan Niat Beli Kendaraan Listrik di Indonesia: Peran Mediasi Nilai Persepsian. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 16(2), 120-135.

- Sweeney, J. C. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Tjiptono, F. &. (2016). *Peran Green Trust dalam Memediasi Pengaruh Green Perceived Value dan Green Perceived Risk terhadap Green Repurchase Intention*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisnawati, E. &. (2023). Green Marketing Strategy in Ride-Hailing Industry: Case Study of Grab Indonesia. *Journal of ASEAN Studies*, 11(1), 45-60.
- Wibowo, A. B. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Green Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Transportasi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 150-162.
- Wijaya, R. &. (2022). Analisis Pengaruh Green Perceived Value dan Green Trust Terhadap Niat Pembelian Skuter Listrik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 22-35.
- Yuniar, A. &. (2021). Studi Literature : Penerapan Green Transportation Untuk Mewujudkan Kota Hijau Dan Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Ruang*, 1-16.
- 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.
- Zeithaml, V. A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zola, D. &. (2023). Inovasi kendaraan listrik sebagai upaya meningkatkan kelestarian lingkungan dan mendorong pertumbuhan ekonomi hijau di Indonesia. *e-Jurnal Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan*, 1-12.