

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). Ini Pertumbuhan Jumlah Mobil di Indonesia 10 Tahun Terakhir. *Databoks.Katadata.Co.Id.*
- Al Halbusi, H., & Tehseen, S. (2018). The Effect of Electronic Word-Of-Mouth (EWOM) On Brand Image and Purchase Intention: A Conceptual Paper. *SocioEconomic Challenges*, 2(3), 83–94.
[https://doi.org/10.21272/sec.3\(2\).83-94.2018](https://doi.org/10.21272/sec.3(2).83-94.2018)
- Andrian, N. P. (2022). The effect of electronic word of mouth communication and brand image on purchase intention. *Management Science Letters*, 2(1), 499–508.
- Aprilia, L., Desi, Y. P., & Purnomo, S. (2023). Pengaruh Konten Review Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri, Ridwan Hanif, Dan Oto Driver). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi & Komunikasi*, 7, 41–56.
- Arifin, R., & Rahmat Syah, T. Y. (2023). How E-Wom Influence Purchase Intention Mediated by Trust and Brand Awareness: Case on Generation X in Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 411–421.
<https://doi.org/10.17358/jabm.9.2.411>
- Arista. (n.d.). Team Wuling Arista. *Aristagroup.Co.Id.*
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (1st ed., p. 2). Deepublish Publisher.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (Rizka Henny Maya Meutia, Ed.; 1st ed.). Deepublish Publisher.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing, Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson.
- CNN Indonesia. (2022). Baru 1 Bulan Pakai, Konsumen Wuling Almaz Keluhkan Fitur ADAS Error. *Cnnindonesia.Com.*

- Dewi, R. R., & Kristiyana, N. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Price Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Konsumen Mobil Second Prabu Motor Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(4), 302.
<https://doi.org/10.54144/Jadbis.V9i4.6392>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Penerbit Universitas Semarang.
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaikindo. (2020). Kemenperind: Empat Faktor Membuat Industri Otomotif di Indonesia tetap Prospektif. *Www.Gaikindo.or.Id*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SMartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27, 5–23. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>
- Hardani et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Kaja, I. P. L., Winarto, W., & Taviyastuti, T.-. (2022). Influence of Electronic Word of Mouth (E-Wom), Product Quality and Price on Purchase Intention a Mitsubishi Type Xpander Car at PT Sun Star Motors Mitsubishi Mt Haryono Semarang. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 7(2), 183.
<https://doi.org/10.32497/jobs.v7i2.3687>
- Kobayogas. (2023). SUV Terlaris Maret 2023 Di Indonesia, Creta vs Alvez!!
Kobayogas.Com.

- Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2021). *Principles of Marketing* (Philip Kotler & Gary Armstrong, Eds.; 18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed., p. 25). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kowang, T. O., Samsudin, S. A., Yew, L. K., Hee, O. C., Fei, G. C., & Long, C. S. (2018). Factors Affecting Car Purchase Intention among Undergraduates in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8), 80–88. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i8/4437>
- Kristinawati, A., & Keni, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, dan eWOM terhadap Purchase Intention Mobil di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 524. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13305>
- Massie, J. D. D., & Tumbuan, W. J. F. A. (2019). *The Influences Of Product , Price , After Sales Service And Advertising On Consumer Purchase Intention Of Mpv Car (Case Study Of Suzuki Ertiga) Pengaruh Produk , Harga , Layanan Purna Jual Da.* 7(4), 4651–4661.
- Nuha, M. S., Amir, & Suhartini, E. (2022). Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai. 3(4), 39–48.
- Noor. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen* (1st ed.). Kompas Gramedia.
- Oto.com. (2022). Review Pengguna Wuling Almaz. *Oto.Com*.
- Phuong, H. L. C., Anh, L. H., & Ab Rashid, A. A. (2020). Factors Influencing Car Purchasing Intention: A Study among Vietnamese Consumers. *Journal of the Society of Automotive Engineers Malaysia*, 4(2), 229–252. <https://doi.org/10.56381/jsaem.v4i2.42>
- Riyanto, & Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.

- Rizky, D., & Firdausy, C. M. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Honda Brio Satya Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Jakarta*.
- Shafly, N. (2023). Mending Honda CR-V atau Wuling Almaz? Ini Perbandingan Mesin, Fitur dan Harganya Artikel ini telah tayang di <https://www.gridoto.com> dengan judul "Mending Honda CR-V atau Wuling Almaz? Ini Perbandingan Mesin, Fitur dan Harganya. *Gridoto.Com*.
- Solomon, M. R. (2020). Consumer Behavior. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* (Issue April).
- Stevani Sumual, P., S. Soegoto, A., & Reitty L., S. (2023). Analisis Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mobil Di Pt. Hasjrat Abadi Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA, 11*(1), 1271–1281.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta, 2021.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Barupress.
- Sukmana, S. A., & Mashadi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wuling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 10*(1), 141–148. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1277>
- Talim, S. R., Ali, B. J., & Top, C. (2021). Elaborating the Antecedents of Purchase Intentions in Second-Hand Car Industry: Case Study in Kurdistan Region of Iraq. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 27*(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.204>
- Tjiptono, & Diana. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta, 2020 Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa* (1st ed.). Yogyakarta : Andi, 2014.

- Wahyudi, A. (2021). Empat Tahun Wuling Motors Indonesia, Perkuat Tiga Pilar Pendukung. *Id.Motor1.Com*.
- Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa* (2nd ed.). Indeks Jakarta.
- Yosua, P. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 1–46.