



ANALISIS POTENSI PENJUALAN SEPEDA MOTOR LISTRIK PRODUK HONDA DI INDONESIA

Zafira Az Zahra

zafiraaz03@gmail.com

Prodi Manajemen, Universitas Bina Bangsa

Inaya Amalia Putri

Inayaamaliaa1@gmail.com

Prodi Manajemen, Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

pembelajaran28@gmail.com

Prodi Manajemen, Universitas Bina Bangsa

Abstract. The electric motorcycle has captured the attention of various groups, including students, due to its combination of unique design, quality that matches the price, and environmental friendliness by not emitting smoke. Increased awareness of environmental impact has driven interest in this vehicle in the market. Factors such as energy efficiency, low operational costs, and user convenience are also the primary reasons for its popularity among students. Thus, electric motorcycles offer a sustainable and appealing transportation solution for contemporary consumers, especially in campus and urban environments.

Keywords: *Electric motorbikes are in great demand*

Abstrak. Kendaraan sepeda motor listrik telah menarik perhatian banyak kalangan, termasuk mahasiswa, karena kombinasi desain unik, kualitas sesuai dengan harga, dan ramah lingkungan dengan penggunaan yang tidak mengeluarkan asap. Peningkatan kesadaran akan dampak lingkungan telah mendorong minat terhadap kendaraan ini di pasar. Faktor-faktor seperti efisiensi energi, biaya operasional yang rendah, dan kenyamanan dalam penggunaan juga menjadi alasan utama popularitasnya di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, sepeda motor listrik menawarkan solusi transportasi yang berkelanjutan dan menarik bagi para konsumen masa kini, khususnya di lingkungan kampus dan perkotaan.

Kata kunci: Sepeda motor listrik yang banyak diminati

LATAR BELAKANG

Kendaraan adalah kendaraan yang digunakan oleh orang untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Teknologi ramah lingkungan telah dibuat oleh perusahaan teknologi, yang menarik perhatian kami sebagai desainer untuk berpartisipasi dalam desain kendaraan baru yang menggunakan teknologi ini (Oskar Judianto, Ahmad Mukhlis Kurniadi: 2 Agustus 2018). Motor listrik harus mempunyai keandalan yang tinggi untuk menjaga kestabilan dan kontinuitas, karena sangat berpengaruh terhadap proses produksi. Jika terjadi gangguan dapat dipastikan proses produksi mengakibatkan kerugian yang besar baik dibidang peralatan maupun produksi (Budi Priok Sembodo, Sagita Rachman: 1 Juni 2012). Motor listrik sangat disukai di dunia bisnis karena tahan lama dan kemampuan untuk diperbaiki bahkan ketika tetap dalam kondisi baik. Menurut Ella Sundari, DKK pada bulan Oktober 2017. Mesin sinkron belitan harus dieksitasi oleh catu daya Direct Current (DC) agar dapat berfungsi. Menurut Denny R. Pattiapon, pada

Desember 2019, ketika stator berfungsi sebagai motor, belitan stator dihubungkan ke catu daya Alternating Current(AC), dan belitan titir dieksitasi oleh catu daya DC.

Pasar kendaraan di Indonesia umumnya didominasi oleh kendaraan konvensional yang menggunakan bahan bakar minyak. Kehadiran kendaraan listrik dapat menjadi titik awal bagi perubahan mindset di pasar kendaraan Indonesia, mendorong eksplorasi industri kendaraan listrik sehingga pada tahun 2030, kita masih dapat memanfaatkan kendaraan sebagai sarana mobilitas. Keunggulan kendaraan listrik membawa inovasi baru yang berpotensi menghidupkan kembali pasar kendaraan di Indonesia. Kendaraan listrik menawarkan beberapa kelebihan, seperti ramah lingkungan, perawatan minim, bebas tune-up, dan suara senyap. Meskipun demikian, tantangan yang muncul adalah bagaimana mengembangkan strategi pemasaran sepeda motor listrik agar diterima oleh masyarakat luas.

Untuk memenuhi kebutuhan bahan bakar minyak (BBM), impor diperlukan setiap tahunnya, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut yang menunjukkan impor bahan bakar minyak (BBM) dari tahun 2018 hingga 2020.

Tabel 1.1

Import BBM 2018-2020

No	Nama Jenis Barang	2018	2019	2020
1.	Avtur	1.517,596	280.451	-
2.	Avgas	3,558	2.337	1.322
3.	Miyak Bensin RON 88	9.192,374	11.075,048	9.727,738
4.	Minyak Bensin RON 90	36.911	9.425	4.659
5.	Minyak Bensin RON 92	9.295,209	7.953,837	6.150,731
6.	Minyak Bensin RON 95	118.037	109.349	105.813
7.	Minyak Bensin RON 98	159.428	3.872,804	26
8.	HOMC 92	447.325	357.749	217.680
9.	Minyak Solar/ Gas/ Oil/ ADO/ HSD	6.498,799	3.872.804	3.181,936
10.	Minyak Bakar/ Fuel/ Oil/ DCO/ IFO/ MFO	839.238	357.749	216.340
11.	Minyak Diesel/ Diesel Oli/ IDO/ MDF	47.121	32.392	39.308
Total		28.209,597	24.692,063	19.645,550

Penggunaan baterai litium pada motor listrik meningkatkan harga kendaraan tersebut jika dibandingkan motor bahan energi fosil. Namun, dalam jangka waktu lima tahun, motor listrik ini dapat menghasilkan penghematan biaya sebesar 60% dari segi bahan bakar dan perawatan. Dalam setahun, biaya perawatan motor bahan bakar fosil mencapai 1 juta, sementara motor listrik memerlukan biaya perawatan sebesar 200.000. Motor listrik hanya membutuhkan 3 kilowatt jam untuk menempuh 60 km, sementara motor bahan bakar minyak membutuhkan 1 liter untuk menempuh 30 km. Jika harga BBM adalah Rp 8.150, motor bahan bakar konvensional akan membutuhkan Rp 16.300 untuk menempuh jarak 60 km. Namun, jika tarif listrik adalah Rp 1.467 per kilowatt jam, motor listrik hanya akan membutuhkan Rp 4.401 untuk menempuh jarak yang sama. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa motor listrik menghemat lebih banyak energi daripada motor bahan bakar.

- **Rumusan Masalah :** Bagaimana potensi penjualan sepeda motor listrik produk honda di indonesia?
- **Tujuan :** Ada kemungkinan bahwa perancangan sepeda motor listrik akan memungkinkan pengembangan sistem baterai dan komponen pendukung untuk meningkatkan efisiensi penambahan daya dan jangka waktu pemakaian. Maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis potensi penjualan sepeda motor listrik produk honda di Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian

D.A. Aangker dan G.S. Day menjelaskan bahwa potensi pasar dapat dipahami melalui proses penilaian yang mencakup penilaian situasi, yaitu melihat karakteristik pasar seperti tingkat persaingan (monopoli, setengah monopoli, bebas), jumlah produsen yang sudah ada, perkiraan penambahan, serta analisis perilaku konsumen di berbagai lapisan masyarakat pembeli. Faktor-faktor seperti penyebab atau dorongan serta motivasi dalam melakukan pembelian, waktu dan tempat pembelian, dan volume berdasarkan musim atau kestabilan relatif juga menjadi fokus dalam analisis tersebut.

Potensi penjualan adalah batasan perusahaan untuk mengetahui posisi yang baik untuk mencapai pertumbuhannya. Potensi penjualan ini dimaksud dengan jumlah penjualan maksimum yang dicapai sebuah perusahaan dengan mempertimbangkan semua calon pembeli dalam kategori produk.

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Riset

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan riset Data yang diolah dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah kuisioner yang dikumpulkan dari hasil tanggapan responden. Pengolahan data ini menggunakan uji validitas dan reabilitas

2. Populasi Dan Sampel

Populasi mengacu pada kelompok individu atau entitas yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu dan dapat menjadi objek studi dalam penelitian atau analisis statistik. Contoh populasi dapat mencakup semua penduduk suatu negara, semua mahasiswa di suatu universitas, atau semua produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan.

Sampel adalah subset atau bagian kecil dari populasi yang dipilih untuk diobservasi atau diukur. Penggunaan sampel memungkinkan peneliti atau analis untuk membuat inferensi atau generalisasi tentang populasi secara keseluruhan berdasarkan data yang dikumpulkan dari sampel tersebut. Pemilihan sampel yang representatif penting untuk memastikan hasil studi dapat diterapkan secara lebih luas pada populasi yang lebih besar.

Dengan demikian, kesimpulannya adalah bahwa populasi adalah kelompok dengan ciri khusus, sementara sampel adalah subsetnya yang dipilih untuk diobservasi atau diukur. Penggunaan sampel memungkinkan penarikan kesimpulan tentang populasi secara umum, dan pemilihan sampel yang representatif menjadi kunci untuk memastikan generalisasi yang akurat dari hasil studi pada populasi yang lebih besar.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan untuk mendapatkan informasi terkait tujuan dari penelitian. Data primer untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei. Mahasiswa jurusan manajemen Universitas Bina Bangsa (UNIBA) memberikan opini atau pendapat mereka melalui jawaban mereka atas semua pertanyaan dalam kuisioner. Penelitian dimulai pada 3 Januari 2024 dan

berakhir pada 13 Januari 2024, dan berlangsung selama sepuluh hari. Untuk tujuan penelitian ini, sumber daya berikut digunakan:

- **Google Form**

Untuk mengumpulkan data, peneliti menyebarkan kuesioner melalui smartphone dan media sosial.

- **Kuesioner**

Survei kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana seseorang diberi serangkaian pertanyaan atau tanggapan tertulis untuk dijawab. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi setiap orang atau kelompok masyarakat terhadap fenomena sosial.

Sugiyono (2019: 146) menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap masalah yang sedang terjadi. Peneliti secara khusus berfokus pada fenomena sosial, yang disebut sebagai variabel penelitian. Tabel berikut menunjukkan hal ini:

Tabel 1.2
Parameter Instrument Pengukuran Penelitian

No	Karakteristik Jawaban	Jumlah Poin
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data awal yang diolah, 2024

TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, dengan tujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Proses analisis dilakukan setelah pengumpulan data penelitian selesai

Kualitas data yang digunakan untuk pengujian disebut dengan menggunakan kuesioner atau hipotesis. Jika alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak tepat lalu tidak valid, data dari penelitian tidak bermanfaat. Data yang dikumpulkan konsisten dan akurat, seperti yang ditunjukkan oleh pengujian dan pengukuran ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

kami mahasiswa jurusan manajemen di Universitas Bina Bangsa (UNIBA) adalah responden penelitian ini. Sampelnya berjumlah 105 orang. Responden diminta secara langsung saat mengisi kuesioner. Identitas inilah yang kemudian digunakan sebagai data primer dan sekunder penelitian. Lihat tabel berikut untuk informasi lebih lanjut:

Tabel 1.3
Identitas Responden Studi Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Banyak
1	Laki – Laki	19
2	Perempuan	85
	Total	104

Sumber: Data awal yang diolah, 2024

Menurut Tabel 1.3, dari kuesioner yang sudah dibagikan Banyaknya Jenis kelamin Laki Laki adalah 19orang dan banyaknya Jenis Kelamin Perempuan adalah 86orang.

Tabel 1.4

Identitas Responden Studi Berdasarkan Usia

No	Usia	Presentase (%)
1	17-26	81,73%
2	27-36	15,38%
3	37-46	0
4	47-56	2,88%
5	Dan Seterusnya	0,00%
	Total	100%

Sumber: Data awal yang diolah, 2024

Menurut Tabel 1.4, jumlah responden adalah 105, dengan 81,73% 17-26, 27-36 dengan 15,38% dan 2,88% berusia 47-56. Survei mahasiswa jurusan manajemen di Universitas Bina Bangsa (UNIBA) didominasi oleh responden berusia 17-26, seperti yang ditunjukkan oleh tabel di atas.

2. Uji Instrumen

- Uji Validitas

Nilai rhitung dan rtabel dibandingkan untuk menguji validitas penelitian pada taraf signifikansi = 0,05. Nilai rhitung diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS versi 26, sedangkan nilai rtabel diperoleh dengan melihat r product moment atau dari tabel di bawah atau dari tabel distribusi.

Df = N – 2, maka Df = 100 – 2 = 98.

Dengan taraf signifikansi 0,05, hasil product moment (rtabel) adalah 0,196. Metode pengambilan keputusan untuk pengujian keabsahan data adalah sebagai berikut:

1. Jika rhitung > rtabel, maka tersebut dinyatakan valid.
2. Jika rhitung < rtabel, maka tersebut dinyatakan tidak valid.

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	,320**	,179	,157	,219*	,529**
	Sig. (2-tailed)		,001	,069	,111	,026	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P02	Pearson Correlation	,320**	1	,566**	,257**	,477**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,008	,000	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P03	Pearson Correlation	,179	,566**	1	,365**	,554**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,069	,000		,000	,000	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P04	Pearson Correlation	,157	,257**	,365**	1	,239*	,562**
	Sig. (2-tailed)	,111	,008	,000		,015	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P05	Pearson Correlation	,219*	,477**	,554**	,239*	1	,761**
	Sig. (2-tailed)	,026	,000	,000	,015		,000

N		104	104	104	104	104	104
TOTAL	Pearson Correlation	,529**	,762**	,796**	,562**	,761**	1
AL	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data awal yang diolah, 2024

Pada table uji validitas ini Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 26 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid.

Correlations

		P06	P07	P08	P09	P10	TOTAL
P06	Pearson Correlation	1	,610**	,366**	,271**	,512**	,735**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,005	,000	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P07	Pearson Correlation	,610**	1	,455**	,127	,564**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,200	,000	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P08	Pearson Correlation	,366**	,455**	1	,347**	,404**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P09	Pearson Correlation	,271**	,127	,347**	1	,354**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,005	,200	,000		,000	,000
	N	104	104	104	104	104	104
P10	Pearson Correlation	,512**	,564**	,404**	,354**	1	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	104	104	104	104	104	104
TOTAL	Pearson Correlation	,735**	,716**	,726**	,647**	,768**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data awal yang diolah, 2024

Pada table uji validitas ini Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 26 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid.

- Uji reliabilitas

Berikut adalah hasil pengujian realibilitas. Uji reabilitas adalah pengujian untuk menetapkan apakah instrument dalam hal ini kuisioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,60$. Berikut hasil pengujian Realibilitas dapat di lihat dari tabel di bawah ini:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	10

Sumber : Data awal yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji realibilitas menyatakan bahwa hasil pengujian dianggap reliabel, karena nilai $\alpha > 0,60$ atau $\alpha > 0,842$ sehingga pernyataan yang diberikan dapat dianggap kebenarannya.

3. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Berikut ini merupakan hasil uji asumsi klasik normalitas, pada uji normalitas dikatakan normal jika nilai sig > 0.05 . Adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,00000000
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,099
	Negative	-,050
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,014 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data awal yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji asumsi klasik normalitas tersebut memiliki nilai ,014 yang artinya angka tersebut menunjukkan data normal, karena nilai sig > 0.05 atau sig $> ,014$ sehingga data tersebut berdistribusi secara normal.

4. Analisis Deskriptif Statistik

Analisis statistic deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maximum, mean dan standar deviation. Hasil analisis statistic deskriptif dapat dilihat dari table berikut:

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
P01	104	1	5	3,78	,710	
P02	104	2	5	3,59	,705	
P03	104	1	5	3,25	,821	
P04	104	2	5	3,29	,664	
P05	104	1	5	3,22	,881	
P06	104	1	5	3,37	,738	
P07	104	1	5	3,51	,683	
P08	104	1	5	3,62	,872	
P09	104	1	5	3,34	1,030	
P10	104	1	5	3,30	,762	
Valid N (listwise)	104					

Sumber : Data awal yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan pada table diatas jumlah data, setiap sampel adalah 104 data.

- Variabel P01 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,78 dan nilai standar devation sebesar ,710
- Variabel P02 memiliki nilai minimum 2, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,59 dan nilai standar devation sebesar ,705
- Variabel P03 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,25 dan nilai standar devation sebesar ,821
- Variabel P04 memiliki nilai minimum 2, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,29 dan nilai standar devation sebesar ,664
- Variabel P05 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,22 dan nilai standar devation sebesar ,881
- Variabel P06 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,37 dan nilai standar devation sebesar ,738
- Variabel P07 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,51 dan nilai standar devation sebesar ,683
- Variabel P08 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,62 dan nilai standar devation sebesar ,872
- Variabel P09 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,34 dan nilai standar devation sebesar 1,030
- Variabel P10 memiliki nilai minimum 1, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,30 dan nilai standar devation sebesar ,762

Berdasarkan hasil uji deskriptif statistik diatas menunjukkan bahwa sampel (N) sebanyak 104 responden, tanggapan minimum responden adalah 1 yang artinya sangat tidak setuju sedangkan tanggapan maximum responden seluruhnya adalah 5 yang artinya sangat setuju. Adapun nilai mean paling rendah yaitu dengan nilai 3,22 pada pernyataan 05 sedangkan mean tertinggi yaitu sebesar 3,78 pada pernyataan 01. Adapun untuk std.deviation terendah yaitu dengan nilai ,683 pada pernyataan 07 sedangkan tertinggi yaitu dengan nilai 1,030 pada pernyataan 09.

PEMBAHASAN

Berdasarkan respons dari para responden terhadap strategi pemasaran produk motor listrik Honda di kalangan remaja dan dewasa, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan strategi pemasaran dengan baik. Tanggapan positif diperoleh dari dimensi remaja, dewasa, dan orang tua terkait promosi, merek, harga, dan keputusan pembelian, sehingga tidak mengherankan bahwa produk Honda telah dikenal luas di masyarakat.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian, promosi melalui platform seperti iklan, berita, dan melibatkan beberapa artis ibu kota telah memberikan kontribusi positif terhadap kesuksesan strategi pemasaran. Meskipun motor listrik Honda baru hadir di Indonesia pada bulan Agustus 2023, produk ini cepat dikenal oleh masyarakat, terutama kalangan remaja dan dewasa yang mencari kendaraan dengan harga terjangkau. Produk Honda mampu bersaing dengan pesat di pasaran, terutama karena fokus pada desain dan harga yang terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah. Strategi pemasaran yang telah diimplementasikan berhasil menciptakan kesadaran yang kuat dan positif terhadap motor listrik Honda di kalangan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan adanya penelitian terhadap mahasiswa menjadi peluang para pengusaha teknologi yang dapat dilakukan dengan pengantian sepeda motor listrik yang ramah terhadap

lingkungan. Ketertarikan para mahasiswa untuk membeli sepeda motor listrik ini karena harga nya yang standar dengan kualitas dan desain yang menarik

Saran

Setelah penelitian dilakukan, saran yang bisa diberikan sebaiknya saat menggunakan sepeda motor listrik harus sering melakukan pergantian atau mengecek mesin

DAFTAR REFERENSI

- Nur Asia (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett di Kabupaten Mamuju. Jurnal [153-Article Text-442-1-10-20230604\[1\].pdf](#)
- BAB 3 FINAL REVISI. Jurnal [BAB III FINAL REVISI\[1\].pdf](#)
- Perencanaan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan ...
<https://journal.unimal.ac.id/miej/article/download/33/24>
- PENINGKATAN DAYA JUAL MOTOR LISTRIK DI INDONESIA MELALUI ...
<https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/7.-Peningkatan-Daya-Jual-Motor-Listrik-Di-Indonesia-Melalui-Pemberdayaan-Rekayasa-Teknik-Re-Design-Fairing-Dengan-Acuan-Gaya.pdf>
- Denny R. Pattiapon, Jacob J. Rikumahu, Marselin Jamlaay. PENGGUNAAN MOTOR SINKRON TIGA PHASA TIPE SALIENT POLE SEBAGAI GENERATOR SINKRON. [386-Article Text-1780-1-10-20191226\[1\].pdf](#)
- Ella Sundari, Eka Satria Martomi, Tri Widagdo, Soengeng Witjahjo. PENENTUAN KARAKTERISTIK MEKANIK MOTOR LISTRIK INDUKSI MENGGUNAKAN BEBAN DINAMOMETER HIDROLIK. [866-Article Text-994-1-10-20180731\[1\].pdf](#)
- Budi Prijo Sembojo, Sagita Rochman. Studi Perencanaan Proteksi Motor Listrik 3 FASA. [suning,+Editor+Jurnal,+05.+42-55-budif\[1\].pdf](#)
- Erviandra Ahmad Abdalla. Analisis Kinerja Sepeda Motor Listrik Berdesain Klasik. [2418-6395-1-PB\[1\].pdf](#)
- Hidayati Sri. Potensi Pasar Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Ditinjau Dalam Ekonomi. <https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/18563/1/Sri%20Hidayati,%20150602029,%20FEBI,%20ES.%20082276169024.pdf>
- Retrieved from www.cmsproject.com.
- Disertasi/Tesis/Paper Kerja**
- Belair, A. R. (2003). Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. *Dissertation*. Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.
- Buku Teks**
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan**
- LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari <https://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326>.
- Artikel Surat Kabar/Majalah**
- Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.
- Sumber dari internet dengan nama penulis**
- Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.
- Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)**
- StatSoft, Inc. (1997). *Electronic Statistic Textbook*. Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.