

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS*, DAN *ENVIRONMENTAL AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *ATTITUDE TOWARD GREEN PRODUCT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Pada: Kendaraan Listrik di Jateng dan DIY)



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

HUDHA PRAMUDYAMURTI

NIM: 12010123420245

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**