



LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Nama Mahasiswa : Boris Manurung
Nomor Induk Mahasiswa : 117.23.2001
Program Studi : Magister Manajemen
Peminatan : Manajemen Strategik
Judul Tesis : Pengaruh *Perceived Risk*, *Perceived Usefulness* dan *Brand Identity* terhadap *Purchase Intention Electric Vehicle* Hyundai Ioniq 5 dengan *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi

Jakarta, 25 Mei 2025

Dosen Pembimbing,

(Dr. Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Lengkap : Boris Manurung
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 117.23.2001
Nomor Induk Kependudukan : 1212072109970001
Judul Tesis : Pengaruh *Perceived Risk*, *Perceived Usefulness*, dan *Brand Identity* terhadap *Purchase Intention Electric Vehicle* Hyundai Ioniq 5 dengan *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi

Sebagai penulis Tesis menyatakan bahwa:

1. Saya menjamin dan bertanggung jawab bahwa Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan atau terbukti terdapat plagiarisme dalam Tesis saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan dan/atau sanksi akademik lainnya.
2. Saya mendapatkan data (informasi) yang dipakai dalam penyusunan Tesis saya dengan cara/langkah yang benar sesuai etika/tata krama, prosedur/perizinan dan peraturan yang terkait dalam hal pengambilan data (informasi) tersebut.
3. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Tarumanagara maupun Perguruan Tinggi lainnya.
4. Saya bertanggung jawab penuh terhadap seluruh isi/konten yang terdapat dalam Tesis saya beserta segala dampak/risikonya.
5. Apabila dikemudian hari terjadi masalah/kasus yang berkaitan dengan pernyataan-pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dalam keadaan sadar dan sehat serta tidak ada paksaan atau tekanan dari pihak mana pun

Jakarta, 25 Mei 2025
Yang membuat Pernyataan,

Boris Manurung



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Boris Manurung
NIM : 117.23.2001
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Perceived Risk*, *Perceived Usefulness*, dan *Brand Identity* terhadap *Purchase Intention Electric Vehicle* Hyundai IONIQ 5 dengan *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi.
Title : *The Effect of Perceived Risk, Perceived Usefulness, and Brand Identity on Consumers' Purchase Intention Toward the Hyundai IONIQ 5 Electric Vehicle Through the Mediation of Brand Image*

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Tarumanagara pada tanggal : 24 Juni 2025

Tim Penguji :

1. Ketua : Dr. Keni, MM
2. Anggota dan Pembimbing : Dr. Miharni Tjokrosaputro, MM
3. Anggota : Dr. Cokki, MM

Yang bersangkutan dinyatakan : **LULUS**

Pembimbing :

Dr. Miharni Tjokrosaputro, MM

Jakarta, 30 Juni 2025

Ketua/Program Studi

Dr. Keni, SE, MM