

DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agisnawati, Agis. (2021). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop (Studi Kasus Konsumen Online shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara).
- Ansori, Muhammad Syahrul, Muhammad Mansur, dan Budi Wahono. (2022). “Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Iphone FineApple_ID).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 11(10):10–24.
- Anwar, Herson. (2014). “Proses Pengambilan Keputusan untuk Mengembangkan Mutu Madrasah.” *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam* 8(1):37–56. doi: 10.21580/nw.2014.8.1.569.
- Brama Kumbara, Vicky. (2021). “Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(5):604–30. doi: 10.31933/jimt.v2i5.568.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT, 3(1), 11–18.
- Dinta Pramana, Ramadhan. n.d. Nomor 1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya 2022. Vol. 10.
- Djunaidi, Samuel J. Daniel. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut.
- Erianti, Rosalina Devi. (2022). Pengaruh Norma Deskriptif Dan Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Pro Lingkungan (Studi Pada Masyarakat Desa Yosowilangun, Kabupaten Gresik).
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE* Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang.
- Ginasti, Gusti. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar).
- Ikea. (2017). “About IKEA.” ikea.co.id.
- Khan, M. H. (2017). The impact of service quality on brand image of an educational institute: case of pakistani private sector universities. *International Journal of Research Scholars (IJRS)*, 1(1), 1–10. <http://www.ijrs.pk>

- Khoirunnisa, Hasna. (2022). Analisis Peningkatan Service Package Pada Taman Rekreasi Sengkaling.
- Khusuma, Dayinta Tiara, dan Hardi Utomo. (2021). “Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga.” *Among Makarti* 13(2):78–88. doi: 10.52353/ama.v13i2.199.
- Lola, Azizah. (2022). Peningkatan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Nasi Bebek Mba Dewi).
- Maharani, Bella. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Perilaku Nasabah Kopdit Cu “Unam” Berastagi.
- Mardianti, Evi. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com.
- Mukti, M. Y. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1), 89–110.
- Ningsih, I. W., & Ratnawati, R. A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Palugada Furniture Di Kota Bandung. 213–221. <https://doi.org/10.32897/sobat3.2021.19>
- Nur, D., Noviyanti, I., Muhsin, A., Program, M., Arsitektur, S., & Arsitektur, F. (2021). Penerapan Konsep Dinamis pada Aspek Perancangan Shopping Center di Kota Baru Parahyangan. 1–11.
- Prihartono, Rissa Mustika Sari; (2020). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise).” *Jimea* 4(1):106–13.
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation Dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image Ikea. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264>
- Rahimaji, A. (2019). Strategic Management analisis Swot Pada Perusahaan Ikea Indonesia. *Ekonomi dan Manajemen*, 1(September), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Rahmawati, Rizka. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Miniso di Mall Malioboro Yogyakarta).
- Razi, Muhammad, dan Zulkifli. (2022). “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Di Kota Sigli Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Toko Marsya. Com Sigli).” *Jurnal Ekobismen* 2.
- Ridwan, M., & Desi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Collection Furniture Di Pondok Bambu. *Kinerja*, 3(02), 245–263.

<https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i02.1553>

- Statista. (2022). "IKEA: number of store visits globally 2010-2021 Published by Statista Research Department, Jul 27, 2022 This statistic depicts the number of visits to IKEA stores worldwide from 2010 to 2021. In the fiscal year of 2021, IKEA stores had about 775 millionv." Statista.com.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute*, 1(Iii), 83–104.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wicaksana, Arif. (2016). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." [Https://Medium.Com/9\(1\):93–110](https://Medium.Com/9(1):93-110).