

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adianto, F. R., Kustiyah, E., & Damayanti, R. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Atas Kualitas Produk, Harga dan Lokasi pada Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 501-509.
- Adila, S. M., & Wardana, A. (2023). Pengaruh Citra Merk Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk (Studi Kasus Pada Konsumen IKEA Kota Baru Parahyangan). *e-Proceeding of Management*, 2645-2653.
- Adisti, N., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2024). Analisis Pengaruh Program Flash Sale dan Discount Terhadap Impulse Buying Generasi Millennial Pengguna Shopee. *Al Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6616.
- Aditi, B., & Hermansyur. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 19 No. 1*, 64-72.
- Adiwidjaya, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora* .
- 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. *Diponegoro Journal of Management*, 2337-3792.
- Akbarullah, A. A., & Silitonga, P. (2024). The Impact of Product Quality, Product Design and Price Perception Increasing Purchase Decisions Mediated by Brand Image in Lock N Lock Indonesia. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 107.
- Alawiyah, W., & Utama, A. P. (2023). Pengaru Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Mobil. *KBI (Kajian Branding Indonesia)*, 17-34.

- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. . *Review of Integrative Business and Economics Research*, 328-337.
- Alfred, O. (2013). Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis in Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*.
- Amanatullah, F., Robustin, T. P., & Lumjang, N. I. (2024). Keputusan Pembelian pada MR. DIY Lumajang yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Harga dan Promosi. *Jurnal Usaha*, 94-106.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 5222-539.
- Azzadina, I., Huda, A. N., & Sianipar, C. P. (2012). Understanding relationship between personality type, markeing-mix factors, and purchasing decisions. *International Congress on Interdisclipinary Business and Social Science 2012 (ICIBSoS 2012)* (pp. 352-357). Procedia- Social and Behavioral Sciences.
- Brastoro, B., Fuad, M., Vita, E., Dasawaty, E. S., & Pursnani, A. (2023). The Influence of Price Levels. product quality and service quality on the purchasing decisions of customers of the SA Interior store at ITC Cempaka Mas. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 1104-1112.
- Cooper, D. R. (2015). *Metode Riset Bisnis, Volume 1*. Balikpapan: PT. Media Global Edukasi.
- Dajan, A. (1986). *Pengantar Metode Statistik II*. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Euromonitor International. (2023). Home Furnishing in Indonesia. Diunduh 10 Desember 2023 dari <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen 5th ed*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3 ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Metode dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunantha, I., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty di Kota Semarang). *SEIKO Journal of Management & Business*, 582.
- Hair, Jr, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 12.
- Harapanku, I. W., Manoppo, W., & Rogahang, J. J. (2020). Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Meubel CV. Defmel. *Productivity*, 374-377.
- Hidayah Nst, M. Y., Ritonga, H. M., & Sanny, A. (2024). Analysis of Price Perception, Product Quality, and Location on Purchasing Decisions for Kenangan Cofee at Binjai Store. *Internasional Journal of Integrative Sciences*, 891.
- Hidayat, A., Triyani, D., & Prapti, L. (2019). The Influence Of Product Quality, Price Perception, Aand Brand Image On Furniture Purchase At PT. JATI CITY FURINDO JEPARA. *Economics & Business Solutions Journal*, 67-80.
- IKEA. (2023, February 16). *About IKEA*. Retrieved from IKEA: <https://www.ikea.com/in/en/this-is-ikea/about-us/>
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pakan Ikan dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Central Proteina Prima cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 7.
- Katu, G. M., & Suparna, G. (2022). Peran brand image memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di masa pandemi (Studi Pada Produk Smartphone Xiaomi di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 762-783.

- Keller, K. L & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*. New York: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). *Principles of Marketing (14th ed)*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth Edition* . United Kingdom: Pearson.
- Lachowicz, M. J., & Preacher, K. J. (2018). A Novel Measure Effect Size of Mediation Analysis. *Phsycolological Method*, 244-261.
- Lin, C.-C., & Lin, T.-Y. (2022). The Effect of Experiential Marketing, Brand Image and Social Media Interaction on Consumer Purchase Intention : A Case Study of IKEA. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 25.
- Mehta, A. (2000). Advertising attitudes and advertising effectiveness. *Journal of Advertising Research*, 67-71.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto. *Jurnal Matua*, 13-14.
- Narayana, K. G., & Rahanatha, G. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 1962-1982.
- Nastiti, A., & Astuti, S. T. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 127.
- Novianti, N., & Tafiprios. (2024). The Influence of Quality Perceptions, Social Media, Price Perceptions and Celebrity Endorsers on Purchase Intention with Brand Image as a Mediating Variable in Idemu Custome Furniture

- Products in Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 32-40.
- Ogbeibu, S., Jabbour, C. J., Gaskin, J., Senadjki, A., & Hughes, M. (2020). Leveraging STRATA competencies and green creativity to boost green organisational innovative evidence: A praxis for sustainable development. *Business Strategy and the Environment* WILEY, 2421.
- Pratami, N., Trianasari, & Atidira, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 31-39.
- Pratiwi, E. N., & Pratomo, L. A. (2024). Pengaruh Price Fairness, Convenience dan Brand Love terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 605.
- Puspasari, D., Amalia, D., Pamungkas, E. W., Hendraliany, S., & Fitriani, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lenasa Kontak pada Diens Optik Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, 977.
- Putra, I. G. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation Dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image Ikea. *Jurnal Digismantech*, 1-10.
- Putra, K., Atidira, R., & Atmaja, I. (2023). The Effect of the Promotional Mix on the Decision Tourists Visiting the Regency of Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 40.
- Rubio, N., Oubina, J., & Villasenor, N. (2014). Brand awareness–Brand quality inference and consumer’s risk perception in store brands of food products. *Food Qual*, 289-298. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.09.006>.
- Sama, R. (2019). Impact of Media Advertisement on Consumer Behaviour. *Journal of Creative Communications*, 54-68.
- Samudro, A., & Hamdan, H. (2021). The Effect of e-WOM, Security and Trust on Purchasing Decisions of Green Lake City Housing. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 313.

- Sanjiwani, N. M., & Suasana, I. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 6721-6740.
- Santoso, A., & Sispradana, A. R. (2021). Analisis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 156.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 28.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach. 7th Edition*. New York, US: John Wiley & Sons Inc.
- Setiyowati, A., & Kustijana, D. H. (2017). Pengaruh Discount Price, In-Store Display dan Sales People Terhadap Impulsif dengan Impulsif Buying Tendency sebagai variabel Moderasi. *J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia)*.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 64.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Invoasi*, 41-54.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 138.
- Tobi, O. T., Ayodele, M. D., & Akindele, A. A. (2020). Effect of online advertising on consumer buying behaviour of internet users in lagos state. *Ilorin Journal of Human Resource Management (IJHRM)*, 171-181.
- Tuyu, V., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh iklan online dan e-wom terhadap keputusan pembelian produk online (studi pada konsumen bag store manado). *Jurnal EMBA*, 526-537.

- Umam, G. C., & Widodo, A. (2022). How Green Marketing and Product Quality Influence Buying Interest Using Green Brand Image. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1-11.
- Utami, E. Y., Asfo, N. S., Kurniawan, R., Kushariyadi, & Isma, A. (2023). Contribution of Marketing Mix and its Impact on Purchasing Decisions of Siantano Furniture Products. *Fundamental and Applied Management Journal*, 48-60.
- Widyana, S. F., & Naufal, A. D. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT. Aerofood Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 55.
- Wijaya, I. G. N. S, & Ekayasa, M. D. (2022). Perilaku Keputusan Pembelian Generasi Y dan Z dalam Penggunaan E-Commerce di Masa Pasca Pandemi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 351.
- Wijayanti, A., & Nainggolan, B. M. (2023). Improving purchasing decisions through price perception and product quality : the mediating role of brand imahe in botanica apartement. *Journal of Management and Leadership*, 15-29.