**DAFTAR PUTAKA**

Aditia, A. (2019). Pengaruh Self Esteem dan Kemandirian Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Psikologi Perkembangan*, *October 2013*, 1–224.

Andaru, L., Hidayat, W., & Dewi, R. (2017). Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *4*(1), 65–76.

Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, *12*(2), 212–231.

Candrawardhani, S. (n.d.). *No Title*. kita lulus. https://www.kitalulus.com/bisnis/diferensiasi-produk-adalah

Change, G., Cimino, M., York, N., Alifah, U., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Chinatown, Y., Staff, C., & Change, G. (2021). Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *3*(2), 6.

Darmawan, F. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, *12*(2004), 6–25.

Dr.Sudaryono. (n.d.). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.

Ghozali. (2018). *BAB III Metode Penelitian 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian*. 82–96.

Hidayat, N., Kasim, K. T., & Barlian, N. A. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Top Coffee Pada Outlet Pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, *1*(1), 114–126.

Ii, B. A. B., Teori, A. D., Pemahaman, P., & Matematika, K. (2010). *Landasan Teori*

Iii, B. A. B. (2019). *BAB III fdxr*. 28–40.

Iii, B. A. B. (2020a). *Metodologi Penelitian*. 27–44.

Iii, B. A. B. (2020b). *Uji simultan dan parsial*. 24–41.

Iimaaniyah, 2019. (2019). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.

imam ghozali. (2018). *No Title*. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/

Ini, B. H. (n.d.). *No Title*. 13 Desember 2021. https://kumparan.com/berita-hari-ini/pengertian-fungsi-dan-contoh-batasan-masalah-dalam-penulisan-riset-1x5CmMe46Gw/full

Khoiroh, M., Budiwati, H., & Qoshim, R. A. (2018). Pengaruh Diferesiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Susu Kedelai Madu (Studi Kasus Pada Home Industri Susu “SKM” di Desa Labruk Kidul Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, *1*(September), 186–195.

Kiraman, A., Umar, Z. A., & Juanna, A. (2022). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. *5*(2), 809–818.

Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *Edulib*, *8*(1), 1. https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208

Lim, D. S., Morse, E. A., Mitchell, R. K., & Seawright, K. K. Ins 34(3), 491-516. https://doi.org/10.1111%2Fj.1540-6520.2010.00384.x. (2010). Title. *titutional environment and entrepreneurial cognitions: A comparative business systems perspective. Entrepreneurship theory and Practice.*, *564*, 1–73.

M.Sesaria. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, *2004*, 6–25.

Magdalena, M., Kunci, K., & Pendahuluan, I. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*. *2*(2), 313–324.

Neupane, R. (2021). Effect of social media on Nepali consumers’ purchase decision. *International Journal of Applied Research*, *7*(2), 108–111. https://doi.org/10.22271/allresearch.2021.v7.i2b.8252

PenelitianIlmiah.Com. (n.d.). No Title. In *PenelitianIlmiah.Com*. 12 Desember 2022. https://penelitianilmiah.com/identifikasi-masalah/

Ryan, Cooper, & Tauer. (2013a). No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *2010*, 12–26.

Ryan, Cooper, & Tauer. (2013b). No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *2013*, 12–26.

Ryan, Cooper, & Tauer. (2013c). No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.

Safira, D. (2021). *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Untuk Peningkatan Layanan Di Pt. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara*. 26–55. http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1076/%0Ahttp://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1076/3/3.171420000161\_BAB II.pdf

Sari, Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Umsu*, 100–130. http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/14991

Shell, A. (2016). *No Title No Title No Title*. 1–23.

Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, *1*, 71–82. https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102

Sriwindarti. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online GrabBike di Ponorogo. *Universitas Muhammadiyah Ponogoro*, *1*(1), 1–171. http://etd.eprints.ums.ac.id/14871/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-riskesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/%0Ahttp://jukeunila.com/wp-content/uploads/2016/12/Dea

Studi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produkms Glow Di Masapandemi Covid-19 ( Studi Kasusmahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera*. *19*.

Syafnidawati. (2020). *No Title*. 23 oktober 2020. https://raharja.ac.id/2020/10/23/tujuan-penelitian/?\_\_cf\_chl\_tk=SMpJYt3rLPrC2hnfvNNV0tPv6bp\_nDX7dqeILI1fPiY-1678198548-0-gaNycGzNCiU

Taufiq, M. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Transfer Pengetahuan Terhadap Kinerja Dosen Di Itm ( Institut Teknologi Medan ) Skripsi Oleh : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan*.

Triono R. (2019). Implementasi Kebijakan Perubahan Tata Ruang Pasar Tradisional Di Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. *Reposity Universitas Panca Marga Probolinggo*, 12–38. http://repository.upm.ac.id/1357/

Utami, N. W. (n.d.). No Title. *2017*. https://www.jurnal.id/id/blog/2017-5-kriteria-diferensiasi-produk-yang-harus-anda-ketahui/