

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Bryan. (2011). *The New Digital Storytelling*. Bloomsbury: Bloomsbury Academic.
- Amelia, S. & Cokki. (2025) Pengaruh Negara Asal, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fine Foods oleh Customer PT Classic Fine Foods. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(3), 1033-1040.
- Arethusa, L. A. & Taneo, S. Y. M. (2024). The Influence of Storytelling, Social Media Marketing, and Customer Reviews of Coffe roasters on The Purchase Decision of Single-Origin Arabica Coffee Beand by Coffee Shops. *International Journal of Management Research and Economics*, 2(2), 139-155. <https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v2i2.1775>
- Armus, R. M., Besari, S., & Suziana (2022). Efektivitas *Storytelling Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Purchase Decision* dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi (Pada Survey Pelanggan Indihome Kota Padang). *Jurnal Publicuho* 8(3), 1886-1897. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v8i3.859>
- Choi, M. W. (2024) A Typology of Storytelling Marketing: A Case Analysis. *Journal of Logistics, Informatics and Service Sciene*, 11(1), 379-391. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0124>
- Farida, N. (2015). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Fandhana, A. & Hapzi Ali. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Refill di Toko Inc.Redible. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(1), 36-45. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i1.132>
- Júnior, J. R. D. O., & Coelho, R. L. F. (2022). The Storytelling Effect on Consumers' Purchasing Behavior: A Systematic Literature Review with Bibliometric Approach.

- Kemp, S.; Data Reportal (2025). <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Lim, L. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (JISE)*, 3(1), 258-270. <https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1104>
- Lita *et al.*, (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(1), 11–19. <https://doi.org/10.70052/jeba.v2i1.259>
- Mavilinda, H. F., Putri, Y. H., & Nazaruddin, A. (2023). Is Storytelling Marketing Effective in Building Customer Engagement and Driving Purchase Decisions? *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(2), 274-296. <http://dx.doi.org/10.18196/mb.v14i2.17830>
- Nashiroh, A. A. S., Sudarmiati, S., & Hermawan, A. (2025). Storytelling Marketing and e-Wom: Effects on Purchase Decision Through Brand Image (HMNS Parfume Users). *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 4(5), 751–767. <https://doi.org/10.54408/jabter.v4i5.425>
- Noor, M. A. A., Wirayudha, R. A., & Fatimah, S. E. (2025). Digital Storytelling and Brand Trust Drive Generation Z in Skincare Purchase Decisions. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 7523-7538. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i1.7085>
- Nurbaiti, I. I. (2023). *Pengaruh Storytelling Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Rachmah, S. A., & Madiawati, N. (2022). Pengaruh Storytelling Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Café Kisah

- Manis Jalan Sunda di Kota Bandung melalui Content Marketing Creator TikTok. *In ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1),
- Rafania, T. A., Adam Hermawan, & Adi Prehanto (2025). Pengaruh *Storytelling Marketing* terhadap *Purchase Decision* melalui Mediasi *Brand Image* pada Pengguna HMNS Perfume. *Indonesian Journal of Digital Business*, 5(2). 449-459.
- Ramahdani, N. I., & Fairliantina, E. (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 18-29.
- Saputra, A. B., Setyawati, N. W., Sumantyo, F. D. S., Yunita, T., & Khan, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara . *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 3(3). <https://doi.org/10.69718/ijesm.v3i3.490>
- Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Shirt Brand Cressida di I'm Fashion Store Kabupaten Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis (JAPB)*, 6(2), 1280-1291.
- Shavitt, S., & Barnes, A. J. (2020). Culture and the consumer journey. *Journal of Retailing*, 96(1), 40–54.
- Sesandi, D. K., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 21(02), 81-93. <https://doi.org/10.25134/equi.v21i02.9602>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana Untuk mengenal Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic.

- W., Audrey Aulivia (2024, Desember 4). Kisah Rizky Arief Membesarkan Parfum HMNS. Diakses pada 28 Desember 2025 melalui <https://swa.co.id/read/453784/kisah-rizky-arief-membesarkan-parfum-hmns>
- Wafa, Izzul (2025, Juli 17) 10 Brand Parfum Terlaris di Shopee Indonesia 1015, Mana Favoritmu? Diakses pada 28 Desember 2025 melalui <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-parfum-terlaris-di-shopee-indonesia-2025-mana-favoritmu-bE0Wt>
- Zahra, F. and P. P. Rahmi (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Parfum Miniso di Shopee. *Journal of Artificial Intelligent and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 31–42. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6301>