# DAFTAR PUSTAKA


Aripradono, H. W. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika*, *9*(2), 121–128. https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298

Atmoko, B. (2018). *Atmoko, B. (2018). Instagram handbook: Strategi pemasaran dan komunikasi di era digital. PT Elex Media Komputindo.* PT Elex Media Komputindo.

Darmawan, A. R., Rahayunianto, A., & Bilqis, F. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram ( Studi Kasus Pemasaran Media Pembelajaran Dan Tools Islamic Productivity Pada Akun Instagram @ Masputra . Ip )*. *4*(April), 490–498. https://www.usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/368

Fahdillah, Y., Hassandi, I., Iffa Lubis, W., Dinamika Bangsa, U., & Graha Karya Muaro Bulian, U. (2025). Storytelling As a Communication Strategy Marketing on Instagram: Study the Tuku Sambal Case. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, *9*(1), 52–57.

Febiola, P., & Nugroho, S. P. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Puchase Intention dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Garnier di Instagram. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, *4*(1), 167–181. https://doi.org/10.56456/jebdeker.v4i1.237

Gobe, M. (2005). *Gobe, M. (2005). Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people. Allworth Press.* PT Elex Media Komputindo.

Ilmiah, J., Pendidikan, W., Tamba, F. P., Safrin, F. A., & Siregar, O. M. (2025). *Pengaruh Storytelling Marketing Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk HMNS ( Studi Pada Followers Instagram HMNS ) Ilmu Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Sumatera Utara PENDAHULUAN Industri parfum di In*. *11*(June), 73–88.

kotler p.,& keller, K. . (2016). *Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.* Pearson Education (sering dirinci sebagai Pearson Education Limited).

Kusufa, F., Tanuwijaya, S., & Sandora, A. (2025). *Eksplorasi transformasi digital dan inovasi UMKM era ekonomi digital di Malang Raya*. *20*(4), 46–55.

Lathifah, N., & Putri, S. H. (2022). Impementasi Storytelling Iklan Pada Akun Instagram @Juragan.Oil Dalam Menarik Minat Konsumen. *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, *5*(1), 39–44. https://doi.org/10.37278/artcomm.v5i1.486

Lukiyanto, K., Skenoma, Y. P., & Lestari, W. P. (2024). Effectiveness of storytelling as a digital promotion strategy on Omah Berkat's instagram social media. *AIP Conference Proceedings*, *2927*(1). https://doi.org/10.1063/5.0194111

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. https://doi.org/10.18196/mb.v14i2.17830

Meleong. (2019). *Moleong, L. J. (2019). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya*. PT Remaja Rosdakarya.

Miles, M. B. (1994). *Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). Sage Publications.* SAGE Publications, Inc.

Nika, S. E., Kasih, J., & Shiroth, S. F. (2025). Pengaruh Content Marketing Instagram terhadap Potensi Leads Penjualan pada UMKM Kuliner. *DBESTI: Journal of Digital Business and Technology Innovation*, *2*(2), 262–268. https://doi.org/10.54914/dbesti.v2i2.2232

Pratiwi, A., Gati Dwi Yuliana, Basar Ananta Farrel Silitonga, & Risma Amalia Ulfa Dewi. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital dengan Teknik Storytelling untuk Komunitas UMKM Teras Ciapus. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 61–73. https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v3i1.1543

Putri, N. C., & Christin, M. (2024). Komunikasi Pemasaran melalui Storytelling Media Sosial Instagram Live Klinik Kopi Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 429–441. https://doi.org/10.30596/ji.v8i2.19747

Qatrunnada, V., & Lestari, M. T. (2023). Penggunaan Konten Instagram Untuk Branding Umkm Aqillah By Ria. *Jurnal Komunikatio*, *9*(1 April 2023), 40–48. https://andi.link/hootsuite-we-

Ramli, R. C. (2025). *Strategi Pengembangan Digital Marketing Pada UMKM di Desa Wawondula Kab. Luwu Timur*. *1*, 1–187.

Rodríguez-Ríos, A., & Lázaro Pernias, P. (2025). Engagement and Purchase Intention in Storydoing and Storytelling for Instagram Ads. *Index.Comunicacion*, *15*(1), 207–232. https://doi.org/10.62008/ixc/15/01Engage

Shaputra, Y., Azhar, A., & Bengkulu, U. M. (2026). *Interactive Content di Instagram Stories dan Brand Reccal: Peran Mediasi Customer. 7 (1), 636-652.*

Social, we are. (2025). *We Are Social, & DataReportal. (2025). Digital 2025: Global overview report. https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report*. We Are Social & DataReportal.

sugiyono. (2017). *Sugiyono. (2017). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-21). Alfabeta.* Alfabeta.

Suriyanti, Rahmad Solling Hamid, Riska Eka Putri Bachtiar, & Riefky Dj Al Idrus. (2024). Peran Saluran Distribusi Dan Aktivitas Pemasaran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, *13*(2), 159–168. https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4602

Tasyabila, H., Aprilia, H. D., Bisnis, A., & Lampung, U. (2023). *Digital Marketing : Instagram Sebagai Media Pemasaran Produk Umkm Digital Marketing : Instagram As a Marketing Medium for Msme*. *1*.

Tyas, G. R., Ardelia, D. A., Artamevia, K. S., Surakarta, U. M., & Tengah, J. (2025). *2E641Def-750a-4a4a-9B5C-F116Cf8Fee4E*. *2*(1), 1374–1386.