

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, I., & Muassomah, M. (2024). Storytelling sebagai metode pembelajaran maharah kalam. *Al-Miyar*, 7(2), 826-835.
- Ghozali, I. (2022). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2023). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Madar, S., Wahyuningsih, Y., & Ningtiyas, P. W. (2023). Analisis Strategi Customer Bonding Untuk Membangun Loyalitas Pelanggan Pada Labella Hijab Store Lamongan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 339–360.
- Pujiastuti, E. E., Indarwanta, D., & Wardani, E. (2023). Pengaruh Memorable Tourist Experience terhadap Storytelling Behavior melalui Perceived Value Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 54–66.
- Sulfikar, A., Restika, I., & Rajab, M. A. (2024). Efektivitas Digital Storytelling dalam Meningkatkan Self Efficacy Pasien dengan Penyakit Kronis: Sistematis Review. *Jurnal Ilmu Keperawatan dan Kebidanan*, 15(2), 183–204.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Wiska, M., Resty, F., & Fitriani, H. F. H. (2022). Analisis Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Media Sosial TikTok. *Manajemen Dewantara*, 6(2), 153–162.