

DAFTAR PUSTAKA

- Anufia, B., & Alhamid, T. (2019). Instrumen pengumpulan data.
- ARSY, F. N. (2018). Persepsi Pengunjung Pada Cafe Mimiti *Coffee and Space* di Kota Bandung (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Afrizal. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Auliya, S. P. (2021). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi mahasiswa universitas tribhuwana tunggadewi malang terhadap penggunaan aplikasi tik tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).
- Dewi, P. Y. A., & Indrayani, L. (2021). Persepsi Orang Tua Siswa Terhadap Biaya Pendidikan. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 69-78.
- Fahmi, D. (2020). Persepsi: Bagaimana sejatinya persepsi membentuk konstruksi berpikir kita. Anak Hebat Indonesia.
- Fajrin, F. V., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada PT Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Fentri, D. M., & Achnes, S. (2017). *Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Fuadah, F. I., & Sari, M. M. K. (2023). Persepsi Mahasiswa Aktivistis Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya terhadap Keterlibatan Kiai pada Politik Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 14360-14368.
- Palupi, G. A., & Tutiasri, R. P. (2023). Pemilih Pemula dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Ganjar Pranowo). *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8646-8653.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87-96.

- HENDRA, F. (2022). Pelaksanaan Posyandu Dalam Meningkatkan Pelayanan Kesehatan Lansia Di Masa Pandemi Covid-19 Di Padukuhan I Kalurahan Songosaren Kapanewon Banguntapan Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Indah, K. (2014). *Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Riau Pos Eevent Management Dalam Menyelenggarakan Honda Development League Riau Series*.
- Jaenudin, H. (2021). *Leader Member Exchange Meningkatkan Kepuasan Kerja*. CV. Azka Pustaka.
- Kwa, P. R. (2015). Studi Deskriptif Persepsi Penonton Olahraga Terhadap Event Quality NBL Indonesia di Surabaya. *CALYPTRA*, 3(2), 1-17.
- Laato, S., & Laato, A. (2020). Augmented reality to enhance visitors' experience at archaeological sites. In *Trends and Innovations in Information Systems and Technologies: Volume 2 8* (pp. 349-358). Springer International Publishing.
- Liem, S., Panggabean, H., & Farady, R. M. (2019). Persepsi sosial tentang stunting di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 18(1), 37-47.
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh content marketing dan event marketing terhadap customer engagement dengan sosial media marketing sebagai variabel moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Luttrell, R. (2021). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- MARIA, K. W. (2022). Pelaksanaan Jaminan Sosial Dalam Pemenuhan Kesejahteraan Sosial Lansia Di Panti Wreda Perandan Padudan Gereja Kristen Jawa Gondokusuman Yogyakarta.
- Masjuli, M., Ruliana, P., & Fatmawati, E. (2021). Model Komunikasi Interpersonal dalam Pelaksanaan Pelatihan Process Safety Management Berbasis Pengetahuan Karyawan. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 72-80.
- Naufal, M. H., Kusdiby, L., & Rafdinal, W. (2021, September). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Event Virtual. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1437-1441).
- Nugraha, D. G. (2023). The Girl Fest 2023, Pesta Para Perempuan Hadir di Tunjungan Plaza 3 Lantai 6, (Online), (<https://harian.disway.id/read/727287/the-girl-fest-2023-pesta-para->

[perempuan-hadir-di-tunjungan-plaza-3-lantai-6](#), diakses 29 September 2023).

Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.

Nurhayati, D. (2020). *Hubungan Antara Persepsi Sosial Dengan Perilaku Sosial Kelas X SMK Negeri 9 Padang Semester Genap Tahun Ajaran 2019/2020* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia YPTK).

Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis data dan pengecekan keabsahan data.

Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.

Permata, I. M., & Nanda, B. J. (2017). Pasar kecantikan dan penindasan wanita di cina. *Andalas Journal of International Studies (AJIS)*, 6(2), 93-108.

Permatasari, A. S. (2023). *Persepsi Remaja Terhadap Pembentukan Citra Merek (Pada Kolaborasi PT. Lemonilo Indonesia dengan NCT DREAM sebagai Brand Ambassador)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).

Rachmawati, A., Ardiansyah, D. C., Noviani, S. A., Azizah, N., Khoirotunnisa, F., & Wikartika, I. (2022). Pemberdayaan Dan Pemasaran Wisata Kuliner Melalui Bazar Takjil & Umkm Di Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim Kelurahan Balas Klumprik Kecamatan Wiyung Kota Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 92-96.

Rahma, A. (2018). Event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion nasional (event tahunan Jakcloth). *Nyimak: Journal of Communication*, 1(2), 149-169.

Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 184-203.

Ratna, R., Juniarni, S., & Afriany, A. N. (2022). Analisis Minat Beli Pelanggan Melalui Sistem Penjualan Cash on Delivery Study Kasus Butik Kemazena di Kabupaten Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 23-29.

- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Rukin, S. P. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Jakad Media Publishing.
- Salma, U. D. (2023). Membuka Ruang Aman Untuk Perempuan, Hari Pertama The Girl Fest Surabaya 2023 Sukses Digelar, (Online), (<https://www.kompasiana.com/salmadhiyaulhaq6806/65314c8fee794a363472a792/membuka-ruang-aman-untuk-perempuan-hari-pertama-the-girl-fest-surabaya-2023-sukses-digelar>, diakses 29 September 2023).
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28-36.
- Sari, A. I., & Hasri, S. (2023). Pengaruh Persepsi Guru Tentang Kompetensi Manajerial Kepala Madrasah dan Motivasi Kerja Guru Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(2), 193-204.
- Siswoyo, M., & Wulandari, S. (2017). Persepsi Tokoh Masyarakat Terhadap Eksistensi Lembaga Kemasyarakatan Desa (Studi Kasus di Desa Curug Kecamatan Kandanghaur Kabupaten Indramayu). *Jurnal Ilmiah Publika*, 5(1).
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying having and being*. Pearson.
- Sulistiyanda, B., Sulistiyowati, L. N., & Fauzi, R. U. A. (2022, October). Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Analisis Data Model Miles dan Huberman untuk Riset Akuntansi Budaya. *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 5(1), 23-33.
- Trisnowati, J., & Sari, R. D. N. I. (2021). Kajian Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Merek Oriflame Di Yogyakarta. *ProBank*, 6(2), 264-271.
- Trunfio, M., & Campana, S. (2020). A visitors' experience model for mixed reality in the museum. *Current Issues in Tourism*, 23(9), 1053-1058.
- Utomo, F. W., & Sugiharti, R. (2018). Diversitas persepsi masyarakat terhadap pendidikan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 15(2).

Walidin, W., Idris, S., & Tabrani, Z. A. (2015). *Qualitative Research Methodology & Grounded Theory*.

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 14-24.